

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GENERASI BARU  
INDONESIA (GENBI) DI PURWOKERTO DALAM  
MENINGKATKAN CITRA POSITIF MAHASISWA**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menulis Skripsi

Oleh:

**Fadhlianti Puspitaningrum**

**NIM. 224110102141**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

**2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadhlianti Puspitaningrum  
NIM : 224110102141  
Jenjang : Strata 1  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Generasi Baru Indonesia (GenBI) di Purwokerto dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya peneliti sendiri. Hal-hal yang bukan berdasarkan tulisan peneliti dalam skripsi ini akan diberi tanda footnote dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya dan apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan peneliti, maka peneliti bertanggung jawab sepenuhnya.

Purwokerto, 13 Januari 2026  
Yang Menyatakan,



*Fadhlianti Puspitaningrum*  
**Fadhlianti Puspitaningrum**  
NIM. 224110102141

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
www.dakwah.uinsaizu.ac.id

### PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GENERASI BARU  
INDONESIA (GENBI) DI PURWOKERTO DALAM MENINGKATKAN  
CITRA POSITIF MAHASISWA**

Disusun oleh:

Nama : Fadhlianti Puspitaningrum  
NIM : 224110102141  
Jenjang : Sarjana Strata Satu  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah diujikan pada tanggal 13 Januari 2026 pada sidang Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 19 Januari 2026

Ketua Sidang / Pembimbing,

Nurul Khotimah, M.Sos.  
NIP. 199408152023212 041

Sekretaris Sidang / Penguji,

Asep Amaludin, M.Si.  
NIP. 19860717 201903 1 008

Penguji Utama,

Dr. Wartyo, M.Kom.  
NIP. 19811119 200604 1 004

Mengetahui,  
Dekan



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

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK

Alamat : Jalan MT. Haryono, Dukuhwaru Karangsembing, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten  
Purwokerto, Jawa Tengah 53132

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di - Purwokerto

Assalamu'alaikum. Wt. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : FADHLIANTI PUSPITANINGRUM  
NIM : 224110102141  
Jenjang : S-1  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Judul : Strategi Komunikasi Organisasi (Studi Analisis Strategi Generasi Baru Indonesia (GenBI Purwokerto) dalam Meningkatkan Perspektif Masyarakat terhadap Mahasiswa)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Soc). Demikian atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum. Wt. Wb

Purwokerto, 24 Desember 2025  
Pembimbing

Nurul Khotimah, M.Soc  
NIP. 2015089401

## MOTTO

*“What you do has far greater impact than what you say.”*

Apa yang kamu lakukan jauh lebih berdampak daripada apa yang kamu ucapkan.

- Stephen R. Covey



**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GENERASI BARU  
INDONESIA (GENBI) DI PURWOKERTO DALAM MENINGKATKAN  
CITRA POSITIF MAHASISWA**

**FADHLIANTI PUSPITANINGRUM**

NIM. 224110102141

*E-mail* : [puzpitaning99@gmail.com](mailto:puzpitaning99@gmail.com)

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Citra mahasiswa di tengah masyarakat kerap dibentuk oleh *stereotip* yang berkembang di ruang publik, seperti anggapan mahasiswa identik dengan demonstrasi, kegiatan seremonial, atau sekadar gaya hidup yang dianggap kurang produktif. Di tengah persepsi tersebut, kehadiran organisasi mahasiswa menjadi penting sebagai ruang aktualisasi yang mampu menunjukkan peran nyata mahasiswa dalam kehidupan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa melalui kegiatan GenBI Mengabdi di Desa Pageraji.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pengurus GenBI, pemerintah desa, masyarakat, pemuda, dan pelaku UMKM, serta dokumentasi kegiatan. Analisis data dilakukan dengan mengkaji strategi komunikasi organisasi berdasarkan unsur-unsur citra positif, meliputi identitas, reputasi, personalitas, nilai, dan praktik komunikasi, serta proses pembentukan dan pengelolaan citra yang mencakup analisis situasi, perencanaan strategis, implementasi, evaluasi, dan penyesuaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi GenBI Purwokerto berjalan secara terencana dan adaptif. Identitas mahasiswa sebagai agen perubahan ditampilkan melalui perilaku nyata di lapangan, reputasi dibangun melalui interaksi yang sopan dan partisipatif, personalitas organisasi tercermin dari sikap empatik dan humanis, serta nilai-nilai profesionalitas dan kepedulian diwujudkan dalam pelaksanaan program. Proses komunikasi yang dialogis dan kontekstual berhasil membangun kepercayaan masyarakat dan mendorong pergeseran citra mahasiswa ke arah yang lebih positif, dari sekadar simbol gerakan menjadi mitra masyarakat yang solutif dan berkontribusi nyata.

**Kata Kunci** : strategi komunikasi organisasi, GenBI Purwokerto, citra positif mahasiswa

**COMMUNICATION STRATEGY OF THE NEW GENERATION OF  
INDONESIA (GENBI) ORGANIZATION IN PURWOKERTO TO  
ENHANCE THE POSITIVE IMAGE OF STUDENTS**

**FADHLIANTI PUSPITANINGRUM**

NIM. 224110102141

E-mail : [puzpitaning99@gmail.com](mailto:puzpitaning99@gmail.com)

Ptogram Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*The image of students in society is often shaped by stereotypes that develop in the public sphere, such as the assumption that students are synonymous with demonstrations, ceremonial activities, or simply a lifestyle that is considered unproductive. Amidst these perceptions, the presence of student organizations is important as a space for actualization that can demonstrate the real role of students in social life. This study aims to analyze how the communication strategies of the GenBI Purwokerto organization improve the positive image of students through the GenBI Mengabdi (GenBI Serves) activity in Pageraji Village.*

*This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques were carried out through observation, in-depth interviews with GenBI administrators, village officials, the community, youth, and MSME actors, as well as activity documentation. Data analysis was conducted by examining the organization's communication strategies based on elements of positive image, including identity, reputation, personality, values, and communication practices, as well as the process of image formation and management, which includes situation analysis, strategic planning, implementation, evaluation, and adjustment.*

*The results of the study show that GenBI Purwokerto's communication strategy is well-planned and adaptive. The identity of students as agents of change is demonstrated through their actual behavior in the field, their reputation is built through polite and participatory interactions, the personality of the organization is reflected in its empathetic and humanistic attitude, and the values of professionalism and caring are embodied in the implementation of its programs.*

**Keywords:** *organizational communication strategy, GenBI Purwokerto, positive image of students*

## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*, dengan mengucap syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Organisasi Generasi Baru Indonesia (GenBI) Di Purwokerto Dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa.”** Segala proses yang dilalui dalam penyusunan skripsi ini merupakan bentuk pembelajaran, kesabaran, dan penguatan diri yang tidak terlepas dari pertolongan-Nya.

Skripsi ini penulis persembahkan pertama-tama kepada diri sendiri, Fadhlianti Puspitaningrum sebagai bentuk penghargaan atas perjuangan, ketekunan, dan kesabaran dalam menjalani proses panjang selama masa studi. Untuk setiap lelah yang tidak terlihat, setiap ragu yang berhasil dilewati, dan setiap air mata yang berubah menjadi kekuatan, skripsi ini menjadi bukti bahwa bertahan adalah sebuah pencapaian. Selanjutnya, skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan cinta tanpa batas. Setiap nasihat, pengorbanan, serta kepercayaan yang diberikan menjadi fondasi utama bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan pendidikan hingga tahap ini.

Penulis juga mempersembahkan skripsi ini kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah menjadi ruang tumbuh, belajar, dan menemukan makna keilmuan. Kampus ini bukan hanya tempat menimba ilmu, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membentuk cara berpikir, bersikap, dan memaknai peran mahasiswa di tengah masyarakat. Dan kripsi ini penulis persembahkan kepada semua pihak yang telah hadir dalam perjalanan akademik penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga karya ini dapat memberi manfaat, menjadi pengingat bahwa ilmu tidak hanya untuk dipelajari, tetapi juga untuk diabdikan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil‘alamin, segala puji dan syukur tak terhingga penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Generasi Baru Indonesia (GenBI) di Purwokerto dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa” dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan cahaya ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ibu Uus Uswatusolihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
4. Bapak Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Ibu Nurul Khotimah, M.Sos., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, menjadi pendengar yang baik dalam setiap proses, serta memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan motivasi yang sangat berarti bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Tenaga Pendidik dan Civitas Akademika UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis sehingga banyak mendapatkan ilmu selama menjadi mahasiswa di Komunikasi dan Penyiaran Islam.

7. Cinta pertamaku Bapak Sucipto dan pintu surgaku Ibu Tasirah tersayang, yang selalu memberikan do'a dan support terbaik bagi anaknya. Saya persembahkan skripsi ini untuk kalian selaku orang tua, dan sebagai ucapan terimakasih dan rasa Syukur atas segala pengorbanan dan apa yang telah diberikan kepada saya dengan setulus hati. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik bagi anak-anak nya sehingga semua anak nya menjadi sarjana.
8. Kakak penulis, Fajar Kryas Fadholi yang selalu memberikan dukungan, perhatian, nasihat, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah selama penulis menjalani masa perkuliahan. Kehadiran dan peran kakak sebagai penguat, pengingat, dan penyemangat sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
9. Keluarga besar penulis, yaitu Uwa Kisem, Uwa Waslim, Yuyu Kingah, Yuyu Puji, Kang Udin, Mas Santo, serta ponakan tercinta Rere Hasna Anida, yang senantiasa menemani, mendukung, dan kebersamaan penulis selama proses perkuliahan, baik dalam bentuk dukungan materiil, perhatian, doa, maupun semangat yang tidak pernah putus.
10. Kakek tercinta, Mbah Sakib yang senantiasa menjadi pendamping dan support system utama penulis selama masa studi. Sosok yang selalu memberikan doa, semangat, dan ketenangan, bahkan menemani penulis menyusun skripsi di sela-sela waktu beliau menjalani perawatan di rumah sakit. Meskipun kakek telah berpulang saat penulis masih dalam proses penyusunan skripsi, kasih sayang, nasihat, dan perjuangan beliau akan selalu menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.
11. Teman-teman mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, terkhusus kelas KPI D angkatan 2022, yang telah menemani penulis selama perkuliahan. Semoga ikatan persaudaraan kita tetap terjaga selamanya.

12. Penghuni Kontrakan Syariah, Lutfi Andriyani Amrulloh, Rizma Rafenesya, dan Viola Nindita Pradina Auliani. Yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan dukungan. Terimakasih telah menemani dengan keceriaan, semangat, dan kebersamaan yang tak ternilai.
13. Teman Seperjuangan, Aufa Amalia, Nadirah Dwi Maulidiah, dan Najwa Aulia. Terimakasih sudah menjadi sahabat, selalu menjadi pendengar setia dan teman yang tak pernah lelah memberikan dukungan dan pengertian.
14. Amalia Putri Mazaya, dan Ulfiatun Mubarakah. Teman sejak SMA, yang selalu ada dan mendengarkan setiap kisah. Terimakasih sudah menjadi pendengar setia dan teman yang tak pernah lelah memberikan dukungan dan pengertiannya.
15. Echa Amelia, Sugiarti Dwi Hardini, dan Khayla Aura Fransiska. Teman sejak kecil yang selalu menjadi tempat pulang apapun keadaanya dan selalu memberi dukungan. Semoga kita senantiasa dalam lindungan-Nya.
16. Bank Indonesia, dan GenBI Purwokerto terimakasih atas semua dukungannya
17. Mahendrati Sekar Palupi, Teman KKN yang sekarang berubah menjadi saudara, yang sangat berkontribusi pada penulisan skripsi penulis, selalu memberi dukungan dan banyak mengingatkan penulis. Terimakasih sudah hadir di kehidupan penulis, semoga bahagia dan sehat selalu.
18. Rekan KKN Nusantara padukuhan Kanoman Dua, (Irul, Sekar, Laila, Lisna Misbakh, Ayin, Viky, Ratna, Ali, Adib, Niken, Irwan) dan seluruh warga Padukuhan Kanoman Dua, terimakasih telah memberi warna dalam perjalanan hidup penulis, melalui kebahagiaan, kesedihan, suka dan duka yang kita lewati bersama. Terimakasih sudah menjadi bagian tak terlupakan dalam perjalanan pendidikan penulis.
19. Keluarga bani Waslim, yang bukan keluarga kandung namun terimakasih banyak, atas semua proses yang pernah kita lewati bersama, semoga kita selalu dalam lindungan-Nya.
20. Terakhir Terima kasih untuk diri sendiri yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun sering merasa lelah, ragu, dan hampir menyerah. Terima kasih karena tetap kuat ketika harus menjalani proses penulisan skripsi di tengah berbagai cobaan hidup, termasuk kehilangan,

kelelahan, dan rasa takut akan kegagalan. Terima kasih karena mampu menguatkan diri sendiri saat tidak semua hal bisa diceritakan kepada orang lain. Setiap air mata, doa, dan usaha yang mungkin tidak terlihat oleh banyak orang, pada akhirnya mengantarkan penulis sampai pada titik ini. Terima kasih karena tidak menyerah, karena tetap percaya bahwa semua proses ini memiliki makna dan tujuan. Semoga pencapaian ini menjadi bukti bahwa diri ini mampu bertahan, belajar, dan tumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat dan bijaksana ke depannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan penulis sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan. Segala kemudahan, kelancaran, serta nikmat yang diberikan oleh Allah SWT selama proses penyusunan skripsi ini merupakan karunia yang patut disyukuri. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, dan motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Kesempurnaan sepenuhnya hanya milik-Nya. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan seluruh pembaca. Aamiin.

Purwokerto, 18 Desember 2025

Menyatakan



**Fadhlanti Puspitaningrum**

NIM. 224110102141

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	8
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat .....	11
F. Kajian Pustaka.....	11
G. Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II</b> .....	<b>20</b>
<b>STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF</b> .....	<b>20</b>
A. Strategi Komunikasi.....	20
B. Komunikasi Organisasi .....	24
C. Strategi Komunikasi Organisasi.....	29
D. Citra Positif .....	34
<b>BAB III</b> .....	<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	42
C. Sumber Data.....	42
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Teknik Analisis Data .....	46

<b>BAB IV .....</b>	<b>48</b>
<b>ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GENBI PURWOKERTO DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF MAHASISWA.....</b>	<b>48</b>
A.    Gambaran Umum Generasi Baru Indonesia .....	48
B.    Analisis Strategi Komunikasi Organisasi GenBI Purwokerto .....	57
C.    Analisis Meningkatkan citra positif mahasiswa.....	60
D.    Hasil Penelitian .....	63
1.    Identitas dalam Citra Positif.....	64
2.    Reputasi dalam Citra Positif .....	67
3.    Personalitas dalam Citra Positif .....	70
4.    Nilai dalam Citra Positif.....	73
5.    Komunikasi dalam Citra Positif.....	76
1.    Analisis Situasi dalam Citra Positif .....	80
2.    Perencanaan Strategis dalam meningkatkan Citra Positif.....	80
3.    Implementasi dalam meningkatkan Citra Positif.....	81
4.    Evaluasi dalam Menciptakan Citra Positif.....	83
5.    Penyesuaian dalam Meningkatkan Citra Positif .....	84
E.    Indikator Penciptaan Citra Positif Mahasiswa GenBI Purwokerto.....	85
F.    Strategi Komunikasi Organisasi GenBI Purwokerto dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa.....	88
G.    Perubahan Persepsi Masyarakat terhadap Citra Mahasiswa .....	92
<b>BAB V.....</b>	<b>95</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A.    Kesimpulan .....	95
B.    Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memerlukan strategi komunikasi, terkhusus pada sebuah organisasi, karena komunikasi bukan sekadar pertukaran informasi, melainkan fondasi penting bagi terciptanya koordinasi, kolaborasi, dan pencapaian tujuan bersama. Tanpa strategi komunikasi yang terencana, organisasi berpotensi mengalami disinformasi, miskomunikasi, konflik internal, dan bahkan kegagalan dalam mencapai target. Dalam konteks organisasi modern yang semakin kompleks, strategi komunikasi yang adaptif dan relevan menjadi semakin krusial untuk membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, dan menjalin hubungan yang harmonis dengan berbagai pemangku kepentingan.

Strategi komunikasi organisasi berperan sebagai kompas yang memandu informasi agar dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat. Dalam konteks mahasiswa, komunikasi yang baik menjadi kunci untuk membangun citra positif mereka sebagai agen perubahan. Namun, di lapangan, terdapat berbagai isu yang menunjukkan adanya kesenjangan antara peran ideal mahasiswa dan persepsi masyarakat terhadap mereka. Salah satu masalah yang sering muncul adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang kontribusi mahasiswa dalam kegiatan sosial, seperti Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) atau program pemberdayaan desa. Banyak masyarakat menganggap kegiatan tersebut hanya formalitas akademik tanpa dampak nyata bagi kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa belum mampu menjelaskan tujuan dan manfaat dari kegiatan tersebut secara jelas dan terarah.<sup>1</sup> Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa banyak masyarakat tidak mengetahui secara mendalam tentang program-

---

<sup>1</sup> *Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat,* Jurnal Pendidikan 10 (2023): 112-120.

program yang dijalankan oleh mahasiswa, sehingga mengurangi kepercayaan mereka terhadap kontribusi mahasiswa dalam pembangunan sosial.<sup>2</sup>

Salah satu isu yang semakin mengemuka adalah persepsi negatif terhadap mahasiswa yang hanya dikenal sebagai kelompok yang suka melakukan demonstrasi. Berita-berita mengenai aksi demonstrasi mahasiswa sering kali menyoroti tindakan anarkis dan kerusuhan yang terjadi selama demonstrasi, seperti bentrokan dengan aparat atau tindakan kekerasan. Misalnya, dalam beberapa aksi demonstrasi baru-baru ini, mahasiswa menghadapi tindakan represif dari aparat kepolisian, dan insiden-insiden ini menciptakan stigma bahwa mahasiswa lebih fokus pada protes ketimbang kontribusi positif bagi masyarakat.<sup>3</sup> Pemberitaan media massa mengenai aksi demonstrasi ini sering kali menggiring opini publik untuk melihat mahasiswa sebagai kelompok yang tidak bertanggung jawab, sehingga mengabaikan potensi positif mereka dalam membawa perubahan sosial.<sup>4</sup>

Namun demikian, di tengah tantangan tersebut, organisasi Generasi Baru Indonesia (GenBI) hadir sebagai salah satu komunitas mahasiswa yang berupaya mengubah persepsi negatif ini melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat dan strategi komunikasi yang terarah. GenBI merupakan organisasi penerima Beasiswa Bank Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Di beberapa daerah, GenBI telah menunjukkan kontribusi nyata dalam membangun hubungan positif antara mahasiswa dan masyarakat melalui program-program seperti kegiatan sosial, edukasi keuangan, pelatihan kewirausahaan, hingga pengabdian masyarakat berbasis teknologi.<sup>5</sup> Misalnya, GenBI di Yogyakarta pernah melaksanakan program literasi keuangan untuk masyarakat desa guna meningkatkan kesadaran tentang

---

<sup>2</sup> "Studi Mengenai Keterlibatan Mahasiswa dalam Program Sosial," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (2024): 45-55.

<sup>3</sup> "Mahasiswa dan Aksi Protes: Memahami Persepsi Publik," *Jurnal Komunikasi Sosial* 12 (2023): 45-60.

<sup>4</sup> "Media Massa dan Stigma Negatif Terhadap Mahasiswa," *Media Indonesia* 15 Maret 2024.

<sup>5</sup> "Tentang Generasi Baru Indonesia (GenBI)," [genbi.or.id](http://genbi.or.id).

pentingnya pengelolaan keuangan keluarga.<sup>6</sup> Program ini mendapat respons positif dari masyarakat karena dianggap relevan dengan kebutuhan mereka.

Di luar daerah Yogyakarta, GenBI juga memiliki cabang di berbagai provinsi yang menunjukkan kontribusi nyata dalam membangun hubungan positif antara mahasiswa dan masyarakat. Misalnya, GenBI di Jambi aktif mengadakan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui program-program yang menggagas aksi nyata untuk pembangunan bangsa.<sup>7</sup> Mereka berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan berbagi inspirasi untuk menciptakan energi bagi negeri. Di Sulawesi Selatan, GenBI Universitas Hasanuddin telah menjalankan berbagai program yang mencakup pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan pengembangan kewirausahaan, dengan tujuan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat sekaligus memaksimalkan potensi sumber daya manusia.<sup>8</sup>

GenBI di Lampung juga berperan aktif dalam menyebarkan informasi mengenai kebijakan Bank Indonesia kepada masyarakat. Melalui berbagai kegiatan sosial dan edukasi, mereka berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan keuangan dan dampak kebijakan ekonomi terhadap kehidupan sehari-hari.<sup>9</sup> Di Semarang, GenBI mengembangkan kemampuan intelektual dan jiwa kepemimpinan anggotanya, serta berkontribusi dalam pengabdian masyarakat dengan menjadi agen perubahan yang dapat menginspirasi kalangan pelajar dan masyarakat sekitar.<sup>10</sup>

Namun, meskipun GenBI di berbagai daerah telah menjalankan banyak program positif, tantangan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat tetap ada. Salah satu kendala utama adalah bagaimana memastikan bahwa strategi komunikasi yang digunakan mampu menjangkau khalayak luas dan menyampaikan pesan secara efektif. Di era digital seperti saat ini, penggunaan

---

<sup>6</sup> "Program Literasi Keuangan oleh GenBI Yogyakarta," [Republika.co.id](http://Republika.co.id), 15 Januari 2024.

<sup>7</sup> "Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat oleh GenBI Jambi," [genbijambi.my.id](http://genbijambi.my.id).

<sup>8</sup> "GenBI Universitas Hasanuddin: Program Pendidikan dan Kesehatan," [unhas.ac.id](http://unhas.ac.id).

<sup>9</sup> "GenBI Lampung: Edukasi Kebijakan Ekonomi," [lampungpost.com](http://lampungpost.com).

<sup>10</sup> "Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh GenBI Semarang," [semarang.go.id](http://semarang.go.id).

media sosial menjadi salah satu alat utama dalam menyampaikan informasi.<sup>11</sup> Namun, tidak semua organisasi mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk membangun citra positif di mata publik<sup>12</sup>. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang lebih terarah dan inovatif agar pesan-pesan positif dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

GenBI Purwokerto sebagai salah satu cabang organisasi juga menghadapi tantangan serupa. Sebagai komunitas mahasiswa penerima Beasiswa Bank Indonesia di wilayah Purwokerto, GenBI aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan kemasyarakatan yang bertujuan untuk memberikan dampak nyata bagi masyarakat sekaligus memperkuat citra positif mahasiswa sebagai individu yang peduli dan berkontribusi terhadap pembangunan bangsa.<sup>13</sup> Salah satu media utama yang digunakan oleh GenBI Purwokerto adalah akun Instagram @Genbipurwokerto, di mana mereka mempublikasikan berbagai kegiatan dan program mereka kepada khalayak luas. Namun, efektivitas penggunaan media sosial ini masih perlu diteliti lebih lanjut untuk memastikan bahwa strategi komunikasi mereka benar-benar mampu mengubah persepsi negatif menjadi positif.

Berdasarkan isu-isu tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam membangun citra positif mahasiswa di mata masyarakat. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana GenBI merancang pesan-pesan komunikasinya, atau bisa juga cara memilih media komunikasi seperti akun Instagram @Genbipurwokerto, serta mengukur efektivitas interaksi mereka dengan audiens.<sup>14</sup> Dengan pendekatan komunikasi organisasi yang tepat, GenBI diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kontribusi positif mahasiswa sekaligus mengubah stigma negatif yang selama

---

<sup>11</sup> "Strategi Media Sosial Organisasi Mahasiswa," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (2024): 112-130.

<sup>12</sup> "Penggunaan Media Sosial oleh Organisasi Mahasiswa: Tantangan dan Peluang," *Jurnal Komunikasi* 9 (2023): 78-90.

<sup>13</sup> "Peran GenBI Purwokerto dalam Pemberdayaan Masyarakat," [purwokertokota.go.id](http://purwokertokota.go.id).

<sup>14</sup> "Analisis Efektivitas Komunikasi Organisasi Mahasiswa," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 7 (2024): 34-50.

ini melekat. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi organisasi mahasiswa lainnya untuk memperkuat hubungan antara mahasiswa dan masyarakat melalui komunikasi yang lebih efektif dan terarah.

Dalam konteks ini, Generasi Baru Indonesia (GenBI) sebagai organisasi mahasiswa yang memiliki misi untuk menginspirasi perubahan positif di masyarakat, memiliki kebutuhan mendesak untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh GenBI adalah mengubah perspektif masyarakat terhadap mahasiswa, yang seringkali dianggap apatis atau kurang berkontribusi dalam pembangunan.<sup>15</sup> Oleh karena itu, GenBI Purwokerto perlu merancang strategi komunikasi yang komprehensif untuk mengkomunikasikan peran dan kontribusi nyata mahasiswa dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, lingkungan, sosial, dan ekonomi.<sup>16</sup>

GenBI Purwokerto, sebagai bagian integral dari jaringan GenBI yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Indonesia, mengemban tanggung jawab besar dalam mewujudkan visi dan misi organisasi di tingkat lokal. GenBI Purwokerto berperan strategis dalam menjembatani kesenjangan informasi antara BI dan masyarakat, khususnya di wilayah Purwokerto dan sekitarnya. Melalui berbagai kegiatan dan program yang dirancang secara sistematis, GenBI Purwokerto berupaya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan BI, mendorong partisipasi aktif dalam pembangunan ekonomi, serta membentuk generasi muda yang memiliki integritas, kompetensi, dan kepedulian sosial yang tinggi.<sup>17</sup>

Organisasi ini memiliki dua fokus utama, pengembangan internal anggota dan kontribusi eksternal kepada masyarakat. Secara internal, GenBI Purwokerto berinvestasi dalam pengembangan kapasitas anggotanya melalui

---

<sup>15</sup> Sulaiman. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

<sup>16</sup> Arifin. (2015). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.

<sup>17</sup> Universitas Hasanuddin. (n.d.). GenBI Universitas Hasanuddin: Program Pendidikan dan Kesehatan.

berbagai departemen, seperti Departemen Pendidikan, Lingkungan Hidup, Kewirausahaan, Media Eksternal dan Kesehatan Masyarakat. Setiap departemen memiliki program-program pelatihan, workshop, dan diskusi yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan wawasan anggota dalam berbagai bidang.<sup>18</sup> Secara eksternal, GenBI Purwokerto aktif terlibat dalam kegiatan-kegiatan sosial yang memberikan dampak positif bagi masyarakat, seperti bakti sosial, penyuluhan kesehatan, pelatihan kewirausahaan, dan kampanye lingkungan hidup.<sup>19</sup>

Saat peneliti melakukan riset awal di Desa Pageraji untuk persiapan program kerja “GenBI Mengabdikan 2025”, peneliti menemukan bahwa masih banyak masyarakat yang memandang mahasiswa secara kurang positif. Sebagian besar warga menganggap mahasiswa hanya identik dengan aksi demonstrasi di jalan atau sekadar ingin tampil keren dan bergengsi sebagai mahasiswa, tanpa benar-benar memberikan dampak nyata bagi masyarakat desa. Pandangan seperti ini muncul karena masyarakat jarang melihat secara langsung kontribusi mahasiswa, sehingga peran mahasiswa sering dianggap hanya sebatas formalitas atau kegiatan seremonial saja.<sup>20</sup>

Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi GenBI Purwokerto saat akan melaksanakan program “GenBI Mengabdikan” di Desa Pageraji. Padahal, program ini sebenarnya dirancang untuk memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, mulai dari bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, hingga pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan dan pendampingan UMKM. Namun, adanya kesenjangan persepsi antara masyarakat dan realita kontribusi mahasiswa membuat pesan dan tujuan program tidak mudah diterima begitu saja oleh warga desa.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan metode komunikasi yang luas dan dapat diukur untuk

---

<sup>18</sup> Semarang.go.id. (n.d.). *Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh GenBI Semarang*.

<sup>19</sup> Jurnal Manajemen Komunikasi. (2024). *Analisis Efektivitas Komunikasi Organisasi Mahasiswa*.

<sup>20</sup> Kegiatan GenBI Mengabdikan dilaksanakan pada tanggal 1 – 23 Februari 2025 di Desa Pageraji

meningkatkan pandangan masyarakat terhadap mahasiswa dengan menggunakan pendekatan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen penting yang memengaruhi keberhasilan strategi komunikasi organisasi, menganalisis praktik terbaik yang digunakan oleh Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto, dan membuat strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik organisasi dan target audiensnya.<sup>21</sup>

Untuk mencapai tujuan tersebut, sangat penting bagi organisasi mahasiswa seperti GenBI Purwokerto untuk mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya luas dan terukur, tetapi juga berlandaskan pada prinsip-prinsip etis dan moral yang dapat memperkuat kepercayaan dan hubungan baik dengan masyarakat. Dalam Islam, komunikasi yang jujur dan santun sangat ditekankan sebagai bagian dari akhlak yang mulia. Hal ini tercermin dalam firman Allah SWT dalam :

QS. Al-Ahzab (33): 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.<sup>22</sup>

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa yang memerintahkan kaum beriman untuk menjaga takwa dan mengucapkan kata-kata yang benar. Prinsip ini sejalan dengan upaya GenBI dalam membangun komunikasi yang ramah, jelas, dan efektif dengan masyarakat Desa Pageraji, yang menjadi fondasi penting dalam mewujudkan citra positif dan hubungan harmonis antara mahasiswa dan publiknya.

Penelitian juga bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto dalam upaya meningkatkan citra positif mahasiswa terhadap masyarakat. Melalui studi ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor

<sup>21</sup> "Analisis Efektivitas Komunikasi Organisasi Mahasiswa," Jurnal Manajemen Komunikasi 7 (2024): 34-50.

<sup>22</sup> Surah Al-Ahzab ayat 70, Al Qur'an

yang mempengaruhi efektivitas komunikasi GenBI Purwokerto, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan strategi komunikasi organisasi di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu komunikasi, serta memberikan inspirasi bagi organisasi mahasiswa lainnya untuk mengoptimalkan strategi komunikasi mereka dalam mencapai tujuan organisasi.<sup>23</sup>

## **B. Penegasan Istilah**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai judul dan fokus penelitian ini, peneliti merasa penting untuk memberikan penjelasan istilah sebagai berikut:

### **1. Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi dalam penelitian ini dipahami sebagai perencanaan dan pengelolaan pesan secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu melalui proses komunikasi yang terarah. Strategi komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga mencakup penentuan komunikator, perumusan isi pesan, pemilihan media, penetapan sasaran komunikasi, serta evaluasi dampak komunikasi yang dihasilkan. Dengan kata lain, strategi komunikasi merupakan upaya sadar dan terencana untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan memberikan pengaruh sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.<sup>24</sup>

Dalam konteks organisasi, strategi komunikasi digunakan untuk menjaga konsistensi pesan, membangun pemahaman bersama di antara anggota, serta membentuk persepsi positif di mata publik. Strategi komunikasi yang efektif memungkinkan organisasi mengelola hubungan internal dan eksternal secara seimbang, sehingga komunikasi tidak bersifat

---

<sup>23</sup> Jurnal Pendidikan. (2023). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat*.

<sup>24</sup> Harold D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society* (New York: Harper & Brothers, 1948), 117.

spontan atau reaktif, melainkan terstruktur dan berorientasi pada tujuan jangka panjang.<sup>25</sup>

## 2. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merujuk pada seluruh proses pertukaran pesan yang terjadi di dalam dan di luar organisasi, baik secara formal maupun informal, yang bertujuan untuk mengoordinasikan aktivitas, membangun hubungan kerja, serta mencapai tujuan organisasi. Komunikasi organisasi mencakup alur komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal yang melibatkan pimpinan, anggota, serta pihak eksternal organisasi.<sup>26</sup>

Komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan makna, nilai, dan identitas organisasi. Melalui komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus, organisasi membentuk budaya kerja, pola interaksi, serta citra yang dipersepsikan oleh publik. Oleh karena itu, efektivitas komunikasi organisasi sangat berpengaruh terhadap kinerja organisasi dan citra yang terbentuk di mata masyarakat.<sup>27</sup>

## 3. Citra Positif

Citra positif adalah persepsi atau kesan baik yang terbentuk di benak masyarakat terhadap suatu organisasi atau individu, yang muncul dari proses akumulasi berbagai pesan dan interaksi yang konsisten dan berkelanjutan. Menurut Larasati dan Suryoko, citra positif organisasi merupakan aset berharga yang mencerminkan kepercayaan, penghargaan, dan dukungan masyarakat, yang dapat memperkuat posisi organisasi dalam persaingan serta menjamin keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi. Citra positif tidak hanya terbentuk dari kualitas produk atau

---

<sup>25</sup> Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 61.

<sup>26</sup> Pace, R. Wayne, dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 31.

<sup>27</sup> Goldhaber, Gerald M., *Organizational Communication* (Dubuque: Brown Publishers, 1993), 23.

layanan, tetapi juga dari nilai-nilai, budaya kerja, kinerja, dan kontribusi sosial yang nyata yang dilakukan oleh organisasi tersebut.<sup>28</sup>

Citra positif dibangun melalui komunikasi yang terencana dan program kerja yang berkelanjutan, sehingga mencerminkan komitmen dan profesionalisme organisasi dalam mencapai visi dan misinya. Proses pembentukan citra positif melibatkan penyampaian pesan-pesan yang konsisten mengenai identitas, prestasi, dan kontribusi organisasi kepada publik, baik internal maupun eksternal. Dengan demikian, citra positif menjadi faktor strategis yang memengaruhi loyalitas, kepercayaan, dan dukungan dari masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya, yang pada akhirnya mendukung keberhasilan dan eksistensi organisasi secara berkelanjutan.<sup>29</sup>

### **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

Batasan penelitian ini yaitu membatasi fokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh GenBI Purwokerto dalam upaya meningkatkan citra positif mahasiswa di mata masyarakat. Penelitian ini hanya membahas aspek komunikasi yang berkaitan dengan program pengabdian masyarakat dan aktivitas organisasi GenBI. Subjek penelitian terbatas pada anggota GenBI dan masyarakat yang menjadi target komunikasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, rumusan masalah penelitian ini Bagaimana meningkatkan strategi komunikasi Generasi Baru Indonesia di Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa di masyarakat?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto berupaya meningkatkan pandangan positif masyarakat terhadap mahasiswa.

---

<sup>28</sup> Larasati, R., dan A. Suryoko. (2020). "Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Strategi PR," hal. 112-125.

<sup>29</sup> Musyari. (2023). "Strategi Membangun Citra Positif Melalui Program Kerja Berkelanjutan," *Jurnal Manajemen*, 34-50.

## E. Manfaat

Hasil dari penelitian ini peneliti berharap bahwa penelitiannya dapat memberikan manfaat diantaranya adalah :

### 1. Manfaat secara Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah kontribusi pada kemajuan ilmu komunikasi, utamanya dalam konteks strategi komunikasi organisasi. Penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang bagaimana organisasi seperti GenBI Purwokerto membangun citra positif mahasiswa di masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi penjelasan bagi studi-studi selanjutnya yang fokus pada komunikasi organisasi dan dampaknya terhadap persepsi publik.

### 2. Manfaat secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mahasiswa tentang pentingnya strategi komunikasi dalam membangun citra positif yang kuat.

## F. Kajian Pustaka

Untuk menghindari plagiarisme, penelitian ini merujuk pada beberapa telaah pustaka sebelumnya yang relevan dengan topik dan judul yang mirip dengan judul peneliti antara lain :

*Pertama*, Skripsi Nazib Farhan (2021), Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pergerakan Mahasiswa Tangerang Raya (Permatara) dalam Merekrut Anggota Baru Latihan Kepemimpinan.”<sup>30</sup> Skripsi ini membahas pentingnya strategi komunikasi dalam organisasi mahasiswa untuk merekrut anggota baru. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan anggota melalui pendekatan personal dan penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini

---

<sup>30</sup> Farhan, N. *Strategi Komunikasi Pergerakan Mahasiswa Tangerang Raya Dalam Merekrut Anggota Baru Latihan Kepemimpinan* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

memberikan gambaran tentang bagaimana organisasi dapat memaksimalkan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan mereka, yang juga relevan bagi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa di masyarakat. Perbedaan Penelitian ini fokus pada rekrutmen anggota, sementara penelitian saya berfokus pada peningkatan citra positif mahasiswa di masyarakat. Selain itu, penelitian ini meneliti pergerakan mahasiswa di Tangerang Raya, sementara penelitian saya berfokus pada GenBI Purwokerto.

*Kedua*, Skripsi Ramadani Faizah Hermawanti (2020), Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal”<sup>31</sup>. Skripsi ini membahas bagaimana organisasi mahasiswa dapat mempertahankan eksistensinya melalui strategi komunikasi yang efektif. Penelitian ini menekankan pentingnya mengenali audiens dan menyusun pesan yang sesuai untuk mencapai tujuan organisasi. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana GenBI Purwokerto bisa menerapkan prinsip-prinsip serupa untuk meningkatkan citra positif mereka di mata masyarakat. Perbedaan penelitian ini berfokus pada mempertahankan eksistensi melalui event eksternal, sementara penelitian saya berfokus pada meningkatkan citra positif mahasiswa di masyarakat.

*Ketiga*, Skripsi Indriyani Awliya Fajrin (2020), Program Studi Manajemen, Universitas Brawijaya, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Organisasi UKM Mahapeka Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon”<sup>32</sup>. Skripsi ini membahas bahwa strategi komunikasi organisasi sangat penting untuk menciptakan atmosfer kerja yang kondusif dan meningkatkan kesadaran anggota terhadap isu-isu lingkungan.

---

<sup>31</sup> Ramadani Faizah Hermawanti (2020), *Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal*

<sup>32</sup> Fajrin, I. A. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi Ukm Mahapeka Institut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon Dan Hambatannya Dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Pada Anggotanya* (Doctoral Dissertation, Iain Syekh Nurjati Cirebon S1 Kpi).

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal, diskusi bersama, dan arahan kepada anggota merupakan elemen kunci dari strategi komunikasi yang berhasil. Temuan ini dapat memberikan panduan bagi GenBI Purwokerto untuk merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam meningkatkan perspektif masyarakat terhadap mahasiswa. Perbedaannya Penelitian ini berfokus pada atmosfer kerja dan kesadaran anggota terhadap isu lingkungan, sementara penelitian saya berfokus pada perspektif masyarakat terhadap mahasiswa.

*Keempat*, Skripsi Muh. Mahezha (2023), Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Organisasi di PT Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu.”<sup>33</sup> Skripsi ini mengkaji penerapan strategi komunikasi organisasi di PT Perkebunan Nusantara XIV, dengan fokus pada dampaknya terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menemukan bahwa implementasi strategi komunikasi dua arah berkorelasi positif dengan peningkatan signifikan dalam kinerja karyawan. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi yang efektif, yang terjalin antara pihak manajemen dan karyawan, memainkan peran krusial dalam meningkatkan semangat kerja dan secara substansial berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, komunikasi yang baik dan timbal balik antara atasan dan bawahan memiliki dampak positif terhadap produktivitas dan keberhasilan perusahaan. Kesamaanya mengenai strategi komunikasi dalam organisasi.

*Kelima*, Skripsi Alifia Ramadhani (2022), Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Semangat Kerja Karyawan Toyota Perintis”<sup>34</sup> Skripsi ini mengkaji

---

<sup>33</sup> Mahezha M, M. (2023). *Strategi Komunikasi Organisasi Manajer Pt. Perkebunan Nusantara Xiv Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo).

<sup>34</sup> Ramadhani, A. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Semangat Kerja Karyawan Toyota Perintis* (Doctoral dissertation, Doctoral Dissertation)

pentingnya komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi karyawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang melibatkan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Harapan Victor Vroom dan bersifat deskriptif kualitatif. Kesamaanya mengenai strategi komunikasi dalam organisasi.

*Keenam*, Skripsi Nirma Kharisma Pramesty (2024), Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional Jakarta, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Humas Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) Dalam Membangun Kembali Citra Positif di Kalangan Masyarakat.”<sup>35</sup> Skripsi ini mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas BRIN dalam upaya membangun kembali citra positif lembaga tersebut di mata masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendalami berbagai aspek yang terkait dengan strategi komunikasi yang digunakan. Kesamaanya mengenai strategi komunikasi dalam organisasi untuk membangun citra positif pada masyarakat.

*Ketujuh*, Artikel oleh Rahman dan Sari (2023), Jurnal Manajemen Komunikasi, Universitas Padjadjaran, dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi Mahasiswa dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Digital dan Offline.”<sup>36</sup> Penelitian ini menggunakan metode mixed methods, menggabungkan survei kuantitatif dan wawancara mendalam untuk menganalisis efektivitas komunikasi digital dan tatap muka dalam membangun citra positif organisasi mahasiswa. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kombinasi komunikasi digital dan offline memberikan hasil yang lebih optimal dalam membangun kepercayaan dan citra positif di masyarakat. Perbedaannya, penelitian ini bersifat umum pada

---

<sup>35</sup> Pramesty, N. K. (2024). *Strategi Komunikasi Humas Badan Riset Dan Inovasi Nasional (Brin) Dalam Membangun Kembali Citra Positif Di Kalangan Masyarakat* (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).

<sup>36</sup> Rahman dan Sari, “*Strategi Komunikasi Organisasi Mahasiswa*,” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 8, no. 1 (2023): hal. 45.

organisasi mahasiswa, sementara penelitian saya lebih spesifik pada GenBI Purwokerto.

*Kedelapan*, Artikel oleh Putri dan Susilo (2022), Jurnal Komunikasi, Universitas Airlangga, dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa Penerima Beasiswa.”<sup>37</sup> Artikel ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap organisasi mahasiswa penerima beasiswa di beberapa universitas di Indonesia. Penelitian ini membahas bagaimana organisasi mahasiswa, termasuk GenBI, memanfaatkan media sosial dan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara konsisten dan kolaborasi dengan komunitas lokal efektif meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mahasiswa penerima beasiswa. Perbedaannya, artikel ini lebih menekankan pada penggunaan media sosial secara luas, sementara penelitian saya fokus pada strategi komunikasi GenBI Purwokerto secara khusus.

*Kesembilan*, Artikel oleh Wulandari dan Pratama (2023), Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Media, Universitas Negeri Semarang, dengan judul “Optimalisasi Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Engagement dan Citra Positif Organisasi Mahasiswa.”<sup>38</sup> Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan pendekatan kuantitatif, melalui pengujian efektivitas penggunaan fitur interaktif di Instagram terhadap tingkat engagement dan persepsi masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa fitur seperti story dan live streaming sangat berpengaruh dalam membangun persepsi positif. Perbedaannya, penelitian saya tidak hanya fokus pada media sosial tetapi juga strategi komunikasi organisasi secara keseluruhan.

*Kesepuluh*, Skripsi Edy Maskhuri (2022), program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Khas Jember, dengan judul

---

<sup>37</sup> Putri dan Susilo, “Strategi Komunikasi Organisasi,” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (2022): hal. 102.

<sup>38</sup> Wulandari dan Pratama, “Optimalisasi Media Sosial Instagram,” *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Media* 5, no. 1 (2023): hal. 90.

penelitian “Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo.”<sup>39</sup> Skripsi ini adalah penelitian tentang metode komunikasi yang digunakan oleh Humas Desa Bagorejo untuk meningkatkan citra desa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif; data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Kesamaan dengan skripsi ini mengenai strategi komunikasi untuk membangun citra positif. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada konteks desa dan pemerintah desa, sementara penelitian saya berfokus pada konteks Generasi Baru Indonesia

*Kesebelas*, Tesis oleh Rahmawati, F. (2021), Universitas Diponegoro, dengan judul “Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Organisasi Mahasiswa: Studi pada GenBI Universitas Diponegoro.”<sup>40</sup> Tesis ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk menganalisis peran divisi public relations GenBI dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan informasi dan pelibatan anggota dalam setiap program menjadi kunci dalam membangun citra positif di masyarakat. Perbedaannya, tesis ini fokus pada GenBI di Semarang, sedangkan penelitian saya berfokus pada GenBI Purwokerto.

*Keduabelas*, Skripsi Nanda Anteng Pangestu (2024), Program studi Perbankan Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kecepatan dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa GENBI Purwokerto Dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS”<sup>41</sup>. Skripsi ini mengkaji dampak dari kemudahan penggunaannya kecepatannya maupun keamanannya terhadap

---

<sup>39</sup> Maskhuri, E. D. Y., & Jauhari, M. (2022). Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif pemerintahan desa bagorejo kecamatan srono kabupaten banyuwangi. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*,

<sup>40</sup> Rahmawati, F., *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Organisasi Mahasiswa: Studi pada GenBI Universitas Diponegoro*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2021), hal. 78.

<sup>41</sup> Pangestu, N. A. (2024). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kecepatan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Genbi Purwokerto Dalam Bertransaksi Menggunakan Qris*. Uin Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

keputusan mahasiswa GenBI Purwokerto dalam melakukan transaksi dengan menggunakan QRIS. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan, dan keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan transaksi tersebut. Kesamaannya adalah responden penelitian adalah mahasiswa GenBI Purwokerto. Perbedaannya adalah fokus pada perilaku transaksi keuangan dibandingkan dengan perspektif masyarakat terhadap mahasiswa.

*Ketigabelas*, Tesis Diva Putri A.B. (2022), Universitas Islam Negeri Bengkulu, dengan judul “Strategi Komunikasi Generasi Baru Indonesia Bengkulu (GenBI Bengkulu) Dalam Menyuksesan Program GENBIRA.”<sup>42</sup> Tesis ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi GenBI Bengkulu dalam menjalankan program sosial keagamaan GENBIRA, dengan fokus pada lima aspek komunikasi menurut teori Harold D. Lasswell: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif, meskipun terdapat kendala dalam aspek efek yang diharapkan karena pembatasan kegiatan secara virtual. Perbedaannya, tesis ini fokus pada GenBI Bengkulu dan program sosial keagamaan, sedangkan penelitian saya berfokus pada GenBI Purwokerto dalam konteks peningkatan citra positif mahasiswa di masyarakat secara umum.

*Keempatbelas*, Artikel oleh Maulida dan Sari (2023), Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, berjudul “Strategi Komunikasi Digital GenBI dalam Penguatan Brand Image Mahasiswa.”<sup>43</sup> Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner

---

<sup>42</sup> Diva Putri A.B., *Strategi Komunikasi Generasi Baru Indonesia Bengkulu (GenBI Bengkulu) Dalam Menyuksesan Program GENBIRA*, (Bengkulu: Universitas Islam Negeri Bengkulu, 2022), hal. 25.

<sup>43</sup> Maulida dan Sari, “*Strategi Komunikasi Digital GenBI*,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 17, no. 1 (2023): hal. 60.

kepada masyarakat dan anggota organisasi untuk mengukur persepsi dan tingkat engagement. Hasil analisis menunjukkan pentingnya konsistensi pesan dan visual branding dalam membangun citra positif mahasiswa melalui platform digital. Artikel ini relevan karena menekankan aspek digital dalam komunikasi organisasi mahasiswa, namun berbeda dengan penelitian saya yang juga mengkaji aspek komunikasi langsung dengan masyarakat di Purwokerto.

*Kelimabelas*, Artikel oleh Yuliana dan Nugroho (2022), Jurnal Pengabdian Masyarakat, Universitas Gadjah Mada, dengan judul “Pengaruh Kegiatan Sosial GenBI terhadap Persepsi Masyarakat tentang Mahasiswa.”<sup>44</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan focus group discussion (FGD) kepada masyarakat dan anggota GenBI di beberapa daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan GenBI dalam kegiatan sosial seperti edukasi keuangan dan lingkungan secara signifikan mengubah persepsi masyarakat dari pandangan negatif menjadi lebih positif terhadap mahasiswa. Perbedaannya, penelitian ini lebih menitikberatkan pada dampak kegiatan sosial, sedangkan penelitian saya fokus pada strategi komunikasi organisasi secara menyeluruh di Purwokerto.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dirancang untuk membantu pembaca dalam memahami alur penelitian. Laporan penelitian ini terstruktur dalam lima bab, yang masing-masing terbagi menjadi beberapa sub bab. Berikut adalah uraian sistematika penulisan:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan pendahuluan yang digunakan dalam penelitian, yaitu konsep Strategi Komunikasi Organisasi Generasi Baru Indonesia (GenBI Purwokerto) dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa.

---

<sup>44</sup> Yuliana dan Nugroho, “Pengaruh Kegiatan Sosial GenBI,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2022): hal. 125.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

Bab ini memuat Kajian Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu konsep Strategi Komunikasi Organisasi Generasi Baru Indonesia (GenBI Purwokerto) dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

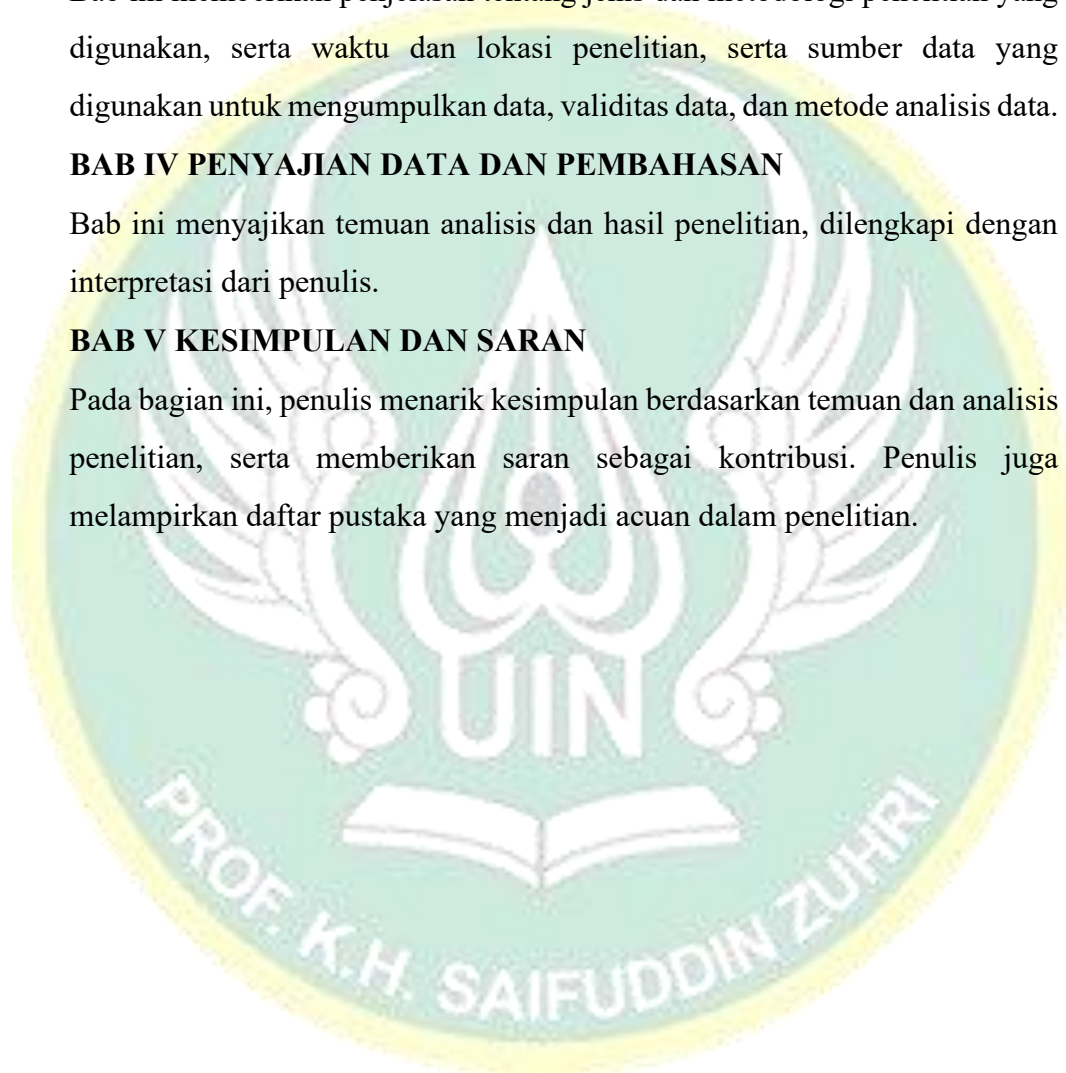
Bab ini memberikan penjelasan tentang jenis dan metodologi penelitian yang digunakan, serta waktu dan lokasi penelitian, serta sumber data yang digunakan untuk mengumpulkan data, validitas data, dan metode analisis data.

## **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan temuan analisis dan hasil penelitian, dilengkapi dengan interpretasi dari penulis.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini, penulis menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan analisis penelitian, serta memberikan saran sebagai kontribusi. Penulis juga melampirkan daftar pustaka yang menjadi acuan dalam penelitian.



## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF

#### A. Strategi Komunikasi

##### 1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Harold D. Lasswell, strategi komunikasi organisasi bisa dipahami dengan melihat bagaimana proses komunikasi berlangsung. Dalam proses ini, ada lima hal penting yang harus diperhatikan. Pertama, siapa yang mengirim pesan, yang disebut sebagai komunikator. Biasanya, dalam organisasi, ini adalah pengurus atau anggota yang bertugas menyampaikan informasi. Kedua, isi pesan, yaitu semua hal yang ingin disampaikan, seperti program, nilai, atau informasi penting lainnya. Ketiga, media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti media sosial, poster, tatap muka, atau media lainnya. Keempat, kepada siapa pesan itu ditujukan, yaitu penerima pesan, bisa berupa masyarakat umum, anggota organisasi, atau kelompok tertentu. Kelima, apa dampak atau efek dari komunikasi tersebut, misalnya persepsi positif, perubahan sikap, atau peningkatan partisipasi.<sup>45</sup>

Model ini sangat membantu organisasi dalam menyusun strategi komunikasi karena mereka harus memastikan semua bagian ini berjalan dengan baik. Mereka harus memilih siapa yang tepat untuk menyampaikan pesan, apa isi pesan yang sesuai, media apa yang paling efektif, dan kepada siapa pesan itu harus disampaikan agar hasilnya maksimal. Misalnya, jika organisasi ingin membangun citra positif, mereka harus menyusun pesan yang menarik dan positif, memilih

---

<sup>45</sup> Harold D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, dalam Lyman Bryson (ed.), *The Communication of Ideas* (New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948), 37–51

media yang banyak digunakan masyarakat, dan menyampaikan pesan secara konsisten.<sup>46</sup>

Selain itu, pola komunikasi dalam organisasi juga penting. Ada beberapa pola yang bisa digunakan, seperti pola horizontal di mana semua anggota saling berbicara dan berbagi informasi, atau pola hierarkis di mana informasi mengalir dari atas ke bawah. Pola ini harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakter organisasi. Kalau ingin cepat menyebarkan informasi, pola bintang bisa digunakan, di mana satu pusat menyampaikan pesan ke seluruh anggota sekaligus.<sup>47</sup>

Strategi komunikasi organisasi dalam penelitian ini menggunakan Model Komunikasi Lasswell yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell. Model ini dipilih karena mampu menjelaskan proses komunikasi secara sistematis melalui lima unsur penting, yaitu: siapa komunikatornya, apa isi pesan, media yang digunakan, siapa penerima pesan, dan apa efek yang dihasilkan dari komunikasi tersebut. Dengan memahami unsur-unsur ini, organisasi dapat merancang strategi komunikasi yang efektif agar pesan tersampaikan dengan tepat dan berdampak positif pada audiens.<sup>48</sup>

Fungsi utama dari komunikasi dalam organisasi adalah untuk mengendalikan, memotivasi, dan menyampaikan informasi. Komunikasi harus mampu mengarahkan anggota agar mengikuti aturan, memberi semangat agar mereka aktif, dan menyampaikan data penting yang dibutuhkan. Kalau komunikasi berjalan baik, citra organisasi akan terbentuk positif dan anggota maupun masyarakat akan merasa percaya dan ikut berpartisipasi.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup> Lasswell, Harold D. "The Structure and Function of Communication in Society." Dalam *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 1948.

<sup>47</sup> DeVito, Joseph. *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson, 2011.

<sup>48</sup> Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," dalam *The Communication of Ideas*, ed. Lyman Bryson (New York: Harper & Row, 1948), 37-51.

<sup>49</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Edisi ke-15. Jakarta: Erlangga, 2016.

Selain itu, perkembangan teknologi juga sangat membantu. Sekarang, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sangat efektif digunakan untuk menyampaikan pesan secara cepat dan langsung ke banyak orang. Media ini bisa digunakan untuk memperkenalkan program, membangun hubungan, dan meningkatkan citra organisasi secara luas.<sup>50</sup>

Dengan memahami bagaimana setiap unsur dalam Model Lasswell bekerja, organisasi dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih terarah dan tepat sasaran. Namun, keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada alur prosesnya saja. Kualitas pesan yang disampaikan juga memegang peran penting dalam menentukan bagaimana audiens menangkap, menilai, dan merespons informasi yang diterima. Pada titik inilah organisasi perlu memperhatikan bukan hanya siapa, apa, bagaimana, dan kepada siapa pesan dikirim, tetapi juga seperti apa kualitas pesan tersebut agar benar-benar efektif.

## 2. Unsur Komunikasi organisasi

Unsur-unsur yang ada dalam komunikasi sebagai berikut :<sup>51</sup>

### a. Pengirim Pesan

Bukan hanya pengurus, tetapi juga setiap anggota GenBI Purwokerto berpotensi menjadi pengirim pesan. Konten yang dibagikan oleh anggota di akun pribadi mereka, misalnya, dapat memengaruhi citra organisasi secara keseluruhan. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan peran *influencer* atau tokoh masyarakat yang bekerja sama dengan GenBI Purwokerto dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Armstrong, Gary dan Philip Kotler. *Principles of Marketing*. 17th ed. Pearson, 2018.

<sup>51</sup> Sitti Roskina Mas. (2019). *Komunikasi Dalam Organisasi Teori dan Aplikasi*. Universitas Negeri Gorontalo

<sup>52</sup> Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," dalam *The Communication of Ideas*, ed. Lyman Bryson (New York: Harper & Row, 1948), hlm. 37-51.

b. Pesan

Pesan yang disampaikan GenBI Purwokerto tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan identitatif. Pesan-pesan ini bertujuan untuk menginformasikan tentang kegiatan organisasi, meyakinkan masyarakat tentang manfaat GenBI Purwokerto, dan membangun identitas sebagai organisasi yang progresif, peduli, dan berkontribusi pada masyarakat.

c. Media

Instagram bukan hanya sekadar saluran komunikasi, tetapi juga ruang publik di mana GenBI Purwokerto berinteraksi dengan masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan etika komunikasi digital, transparansi, dan akuntabilitas dalam penggunaan platform ini.

d. Penerima Pesan

Penerima pesan GenBI Purwokerto sangat beragam, mulai dari mahasiswa lain, masyarakat umum, calon anggota, hingga stakeholder seperti Bank Indonesia dan pemerintah daerah. Setiap kelompok mungkin memiliki kebutuhan informasi dan harapan yang berbeda, sehingga strategi komunikasi perlu disesuaikan.

e. Umpan Balik (Feedback)

Umpan balik bukan hanya sekadar komentar atau likes, tetapi juga dapat berupa partisipasi aktif dalam kegiatan organisasi, dukungan finansial, atau perubahan opini yang teramati. GenBI Purwokerto perlu memiliki mekanisme untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menindaklanjuti umpan balik dari audiens.

## B. Komunikasi Organisasi

### 1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses menyampaikan, bertukar, dan memahami pesan dalam sebuah sistem sosial yang teratur, baik melalui saluran formal maupun informal.<sup>53</sup> menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan menukar pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung untuk mengoordinasikan kegiatan organisasi demi mencapai tujuan bersama. Pengertian ini menunjukkan bahwa komunikasi menjadi alat penting yang membuat setiap bagian organisasi dapat bekerja selaras dan memahami tugas masing-masing.

Dalam perkembangan kajian komunikasi modern, organisasi dipahami sebagai sebuah kelompok sosial yang terus bergerak dan memiliki dinamika<sup>54</sup>. Karena itu, keberhasilan sebuah organisasi sangat bergantung pada bagaimana komunikasi dijalankan. Komunikasi yang baik membantu proses koordinasi, mempermudah pengambilan keputusan, dan mendukung pencapaian visi organisasi. Dengan kata lain, komunikasi bukan hanya soal menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kerja sama, menyatukan persepsi, dan menjaga kelancaran aktivitas organisasi sehari-hari.

Komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk hubungan, struktur, dan makna di dalam organisasi. Proses komunikasi yang efektif akan menciptakan pemahaman yang sama di antara anggota, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat identitas organisasi. Selain itu, komunikasi yang terarah juga membantu organisasi beradaptasi terhadap perubahan dan tetap responsif terhadap kebutuhan para anggotanya maupun lingkungan sekitar. Dengan demikian, komunikasi menjadi fondasi utama yang memastikan

---

<sup>53</sup> Yuliasuti, M. (2013). *Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Komunikasi Organisasi*. *JURNAL KOMUNIKATIF*, 2(1), 36-41.

<sup>54</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)

organisasi dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Katz dan Kahn menjelaskan bahwa komunikasi merupakan penghubung utama antarbagian organisasi sehingga seluruh kegiatan dapat berjalan terkoordinasi. Mereka menegaskan bahwa tanpa komunikasi yang baik, organisasi tidak dapat mempertahankan keseimbangan internal, terutama dalam sistem besar seperti organisasi sosial.<sup>55</sup> Komunikasi di dalam teori sistem bukan hanya sekadar penyampaian pesan, tetapi juga proses mempertahankan kerja sama antaranggota. Dengan komunikasi yang terstruktur, organisasi dapat merespons perubahan lingkungan secara cepat dan tepat.

Komunikasi yang tidak berjalan baik dapat menghambat alur kerja, menimbulkan kesalahpahaman, dan mengurangi efektivitas program yang dilaksanakan. Karena itu, peran komunikasi dalam teori sistem sangat penting untuk memastikan seluruh bagian organisasi bekerja sebagai satu kesatuan. Pandangan Katz dan Kahn ini relevan untuk melihat bagaimana GenBI menjaga koordinasi dalam menjalankan program pengabdian kepada masyarakat.

## **2. Relevansi terhadap Penelitian**

Dalam penelitian ini, teori sistem digunakan untuk memahami bagaimana GenBI Purwokerto mengoordinasikan berbagai divisi agar kegiatan GenBI Mengabdikan berjalan dengan lancar. GenBI harus memastikan setiap anggota memahami tugas, peran, dan alur komunikasi sehingga program dapat dilaksanakan secara sistematis. Interaksi dengan masyarakat Desa Pageraji berfungsi sebagai feedback untuk menilai apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai kebutuhan masyarakat. Melalui umpan balik tersebut, GenBI dapat menyesuaikan metode penyampaian informasi, pendekatan komunikasi, maupun bentuk kegiatan sosial. Penyesuaian ini penting agar program lebih

---

<sup>55</sup> Katz, D. (1978). *The social psychology of organizations*. Hohn Wiley and Sons.

relevan dan diterima oleh warga. Selain itu, teori sistem menjelaskan bagaimana GenBI menyelaraskan aktivitas internal seperti rapat dan pembagian tugas dengan aktivitas eksternal seperti penyuluhan, kerja sama desa, dan publikasi kegiatan. Dengan demikian, teori sistem membantu memahami bagaimana GenBI membangun citra positif mahasiswa melalui koordinasi komunikasi yang terencana.

### 3. Konsep Komunikasi Organisasi

#### a. Konsep Komunikasi Internal

Komunikasi internal mencakup seluruh proses pertukaran informasi, koordinasi, dan hubungan formal maupun informal di dalam organisasi. Pace dan Faules menegaskan bahwa komunikasi internal yang efektif diperlukan untuk menjaga kekompakan dan kelancaran kegiatan organisasi.<sup>56</sup> Dalam GenBI, komunikasi internal dilakukan melalui rapat divisi, koordinasi program, pembagian tugas, serta komunikasi informal lewat WhatsApp dan tatap muka. Komunikasi ini penting agar semua anggota memahami tanggung jawab masing-masing sebelum dan selama pelaksanaan program. Selain itu, komunikasi internal membantu mencegah kesalahpahaman karena informasi disampaikan secara jelas dan terstruktur. Komunikasi yang baik juga meningkatkan rasa kebersamaan dan memotivasi anggota dalam menjalankan kegiatan. Dengan demikian, komunikasi internal menjadi dasar penting dalam mengelola program GenBI Mengabdi.

#### b. Konsep Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah interaksi organisasi dengan pihak luar seperti masyarakat, pemerintah desa, lembaga pendidikan, UMKM, dan publik luas. Dijelaskan bahwa komunikasi eksternal merupakan bagian dari hubungan publik yang bertujuan membangun saling pengertian dan kepercayaan.<sup>57</sup> Dalam program GenBI Mengabdi, komunikasi eksternal

---

<sup>56</sup> Yuliasuti, M. (2013). *Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Komunikasi Organisasi*. *JURNAL KOMUNIKATIF*, 2(1), 36-41.

<sup>57</sup> Bajri, R. A. D., & Irwansyah, I. (2019). Tujuh 'C' Dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1).

dilakukan melalui penyuluhan kepada masyarakat, koordinasi dengan perangkat desa, publikasi kegiatan melalui media sosial, dan kerja sama dengan lembaga lokal. Komunikasi eksternal yang baik membantu membangun hubungan positif antara GenBI dan masyarakat Desa Pageraji. Selain itu, komunikasi eksternal juga memungkinkan GenBI memperluas jangkauan program dan memperkuat citra organisasi di masyarakat. Pesan yang disampaikan kepada publik harus jelas, sopan, dan sesuai dengan nilai GenBI agar dapat diterima dengan baik. Dengan demikian, komunikasi eksternal berperan penting dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat.

Dalam penelitian ini, komunikasi internal dan eksternal menjadi fokus utama karena keduanya sangat berpengaruh terhadap bagaimana GenBI menjalankan strategi komunikasinya. Komunikasi internal menjelaskan bagaimana GenBI mempersiapkan kegiatan, membagi peran, dan memastikan anggota memahami tujuan program. Sementara itu, komunikasi eksternal menunjukkan bagaimana masyarakat Desa Pageraji memersepsikan kegiatan GenBI dan bagaimana interaksi tersebut membentuk citra mahasiswa. Keduanya saling melengkapi karena komunikasi internal yang kuat akan menghasilkan komunikasi eksternal yang lebih baik dan lebih profesional. Selain itu, efektivitas komunikasi eksternal menjadi indikator sejauh mana pesan GenBI diterima oleh masyarakat. Dengan demikian, analisis terhadap komunikasi internal dan eksternal membantu menjelaskan pembentukan citra positif mahasiswa melalui kegiatan GenBI Mengabdi.

#### **4. Fungsi Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi memegang peranan vital. Tanpa komunikasi antar anggota, sebuah organisasi akan kesulitan mencapai tujuannya, bahkan mungkin tidak dapat bertahan lama. Burhan Bungin, Dalam bukunya "Sosiologi Komunikasi," Sandjaja mengemukakan bahwa

organisasi, baik yang berorientasi profit maupun non-profit, memiliki empat fungsi utama.<sup>58</sup>

a. Fungsi Informatif

Fungsi informatif dalam organisasi mengacu pada peran komunikasi sebagai sarana untuk mengumpulkan, memproses, dan mendistribusikan informasi yang diperlukan oleh semua anggota. Dalam konteks ini, organisasi berfungsi sebagai sistem pemrosesan informasi yang memungkinkan setiap individu untuk mendapatkan data dan pengetahuan yang relevan dengan pekerjaan mereka.<sup>59</sup>

b. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini sangat berkaitan dengan peraturan, norma, dan prosedur yang ada dalam suatu organisasi. Fungsi ini memastikan bahwa semua anggota organisasi memahami dan mematuhi aturan yang telah ditetapkan untuk menjaga keteraturan dan disiplin di tempat kerja. Aturan ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti tata cara bekerja, etika profesional, serta kebijakan keselamatan dan kesehatan kerja.

c. Fungsi Persuasif

Dalam mengelola organisasi, hanya mengandalkan kekuasaan dan wewenang tidak pasti menghasilkan yang terbaik. Oleh karena itu, banyak pemimpin lebih memilih untuk membujuk bawahan mereka daripada hanya memberi perintah. Ketika anggota melakukan pekerjaan dengan sukarela, mereka cenderung lebih peduli dan berkomitmen dibandingkan jika mereka hanya mengikuti perintah karena tekanan dari atasan. Dengan cara ini, pemimpin dapat mendorong anggota untuk lebih terlibat.

d. Fungsi Integratif

Setiap organisasi mengusahakan untuk menyediakan saluran komunikasi yang membantu anggota menjalankan tugas mereka secara

---

<sup>58</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 45.

<sup>59</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hlm. 52

efektif. Ini termasuk komunikasi formal seperti buletin organisasi juga laporan kemajuannya, serta saluran komunikasi informal. Dengan adanya saluran ini, diharapkan anggota akan merasa lebih termotivasi untuk berpartisipasi dan terlibat dalam organisasi.<sup>60</sup>

### C. Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi organisasi merupakan pendekatan sistematis dan terarah yang dirancang secara khusus untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan alur informasi yang efektif, efisien, dan berkelanjutan. Komunikasi organisasi didefinisikan sebagai proses dalam menciptakan serta bertukar pesan dalam suatu jaringan interaksi yang berhubungan satu dengan yang lain dalam satu lingkungan yang pasti serta konsisten. Definisi ini, sebagaimana dikemukakan oleh para ahli komunikasi, menekankan bahwa komunikasi organisasi bukanlah aktivitas satu arah semata, melainkan dinamika timbal balik yang melibatkan seluruh elemen organisasi dalam konteks struktural yang teratur dan berkesinambungan<sup>61</sup>. Dalam skripsi ini, pemahaman konsep tersebut menjadi landasan teoritis untuk menganalisis bagaimana GenBI Purwokerto menerapkan strategi komunikasi dalam program pengabdian masyarakatnya di Desa Pageraji, di mana komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra positif mahasiswa sebagai agen perubahan sosial.

Pendekatan strategi komunikasi organisasi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis utama yang saling melengkapi dan terintegrasi, yang masing-masing memiliki peran spesifik dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.<sup>62</sup> Pendekatan-pendekatan ini sangat relevan dengan konteks penelitian ini, karena GenBI Purwokerto sebagai organisasi mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia harus mampu

---

<sup>60</sup> Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2007), Hlm 274

<sup>61</sup> Hendyat Soetopo, *Perilaku Organisasi: Teori dan Praktik di Bidang Pendidikan* (Bandung: Rosda, 2010), 51.

<sup>62</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)

mengelola komunikasi secara profesional untuk membentuk persepsi positif masyarakat terhadap mahasiswa. Dalam penelitian mengenai GenBI Purwokerto, kerangka strategi ini juga berguna untuk melihat bagaimana organisasi mahasiswa penerima beasiswa dapat mengelola proses penyampaian pesan dalam program pengabdian masyarakat sehingga mampu membentuk citra positif sebagai agen perubahan sosial. Berikut penjelasan rinci mengenai setiap pendekatan beserta relevansinya terhadap studi kasus GenBI:

#### 1. Pendekatan Rasional (*The Rational Approach*)

Pendekatan rasional dalam strategi komunikasi organisasi bertumpu pada keyakinan bahwa manusia adalah makhluk yang mampu berpikir secara logis dan mempertimbangkan alasan-alasan rasional sebelum menerima suatu pesan atau keputusan. Dalam pendekatan ini, kepercayaan (*belief*) yang dimiliki individu atau kelompok menjadi dasar dalam menentukan jalan yang akan ditempuh, sehingga strategi komunikasi disusun dengan cara yang dapat memperkuat atau membangun keyakinan tersebut. Pesan yang disampaikan biasanya disusun dengan argumen yang runtut, data yang jelas, penjelasan sebab-akibat, serta penekanan pada manfaat dan konsekuensi yang dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, penerima pesan tidak hanya “ikut-ikutan”, tetapi benar-benar memahami alasan mengapa suatu kebijakan atau tindakan diambil, lalu secara sadar memilih untuk mendukungnya.

Pendekatan rasional menjadikan rasa percaya yang telah terbentuk sebagai modal utama untuk menerima kebenaran suatu strategi dan menjalankan tugas serta bertransaksi dengan pihak lain secara konsisten.<sup>63</sup> Seseorang yang memiliki keyakinan rasional terhadap tujuan organisasi cenderung menjadi pelaksana atau supervisor yang tepat, karena setiap tindakannya didasari pemahaman,

---

<sup>63</sup> Hendyat Soetopo, *Perilaku Organisasi: Teori dan Praktik di Bidang Pendidikan* (Bandung: Rosda, 2010), 51.

bukan sekadar perintah. Dalam konteks komunikasi organisasi, hal ini terlihat misalnya ketika pimpinan atau pengurus menjelaskan secara terbuka latar belakang program, tujuan yang ingin dicapai, indikator keberhasilan, serta alasan pemilihan sasaran dan metode, sehingga anggota merasa yakin dan mantap menjalankan peran masing-masing. Pada kasus GenBI Purwokerto, pendekatan ini tampak ketika pengurus mengadakan rapat strategi yang menjelaskan secara logis mengapa Desa Pageraji dipilih, mengapa literasi keuangan dan eco-enzyme diutamakan, dan bagaimana program tersebut selaras dengan nilai Bank Indonesia, sehingga menumbuhkan keyakinan kolektif anggota untuk terlibat secara serius.

## 2. Pendekatan Perilaku (*The Behavior Approach*)

Pendekatan perilaku dalam strategi komunikasi organisasi berangkat dari pandangan bahwa perubahan pada manusia lebih mudah diamati dan diukur melalui perilaku lahiriah dibandingkan hanya berfokus pada proses berpikir yang sifatnya internal. Dalam pendekatan ini, yang menjadi pusat perhatian adalah observable behavior atau perilaku yang tampak, seperti cara berbicara, bahasa tubuh, kebiasaan kerja, pola interaksi, serta respon nyata terhadap pesan yang diterima. Sikap dan proses internal tetap diakui keberadaannya, tetapi dianggap sebagai sesuatu yang tercermin melalui perubahan perilaku yang bisa diamati secara sistematis. Dengan demikian, evaluasi efektivitas strategi komunikasi tidak hanya diukur dari seberapa paham orang terhadap pesan, melainkan dari seberapa jauh pesan itu mampu mengubah cara mereka bertindak dalam keseharian.

Pendekatan perilaku menekankan pentingnya pengamatan yang tajam dan pengukuran yang terencana terhadap tindakan-tindakan nyata setelah komunikasi dilakukan. Dalam organisasi, hal ini dapat berupa pemantauan kedisiplinan hadir rapat, cara anggota berinteraksi dengan mitra, cara mereka melayani masyarakat, hingga

perubahan kebiasaan kerja setelah pelatihan komunikasi internal.<sup>64</sup> Perubahan perilaku menjadi indikator keberhasilan strategi: jika setelah intervensi komunikasi terlihat peningkatan sopan santun, keramahan, ketepatan waktu, atau partisipasi aktif, berarti strategi tersebut efektif. Dalam program GenBI Mengabdi, pendekatan perilaku tercermin ketika pengurus tidak hanya menilai keberhasilan dari banyaknya materi tersampaikan, tetapi juga dari bagaimana anggota mulai lebih proaktif menyapa warga, lebih sabar menjelaskan, dan lebih konsisten menerapkan etika komunikasi di lapangan, yang pada akhirnya memperbaiki persepsi masyarakat terhadap organisasi.

### 3. Pendekatan Pengalaman

Pendekatan pengalaman dalam strategi komunikasi organisasi memandang bahwa pembelajaran paling efektif terjadi ketika individu diberi kesempatan mengalami secara langsung situasi, masalah, maupun proses yang berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan. Alih-alih hanya mengandalkan penjelasan teoritis satu arah, pendekatan ini mendorong penggunaan metode belajar yang bersifat partisipatif, kontekstual, dan berpusat pada masalah nyata yang dihadapi peserta. Manfaatnya antara lain: pembelajaran menjadi lebih aktif karena peserta tidak hanya mendengar, tetapi juga melakukan; pengetahuan yang diperoleh lebih melekat karena terkait dengan pengalaman konkret; dan peserta didorong untuk berpikir kritis serta memecahkan masalah secara mandiri maupun kelompok. Dengan demikian, komunikasi berubah menjadi proses dua arah yang hidup, bukan transfer informasi yang pasif.

Pendekatan pengalaman juga menekankan pentingnya controlling atau pengendalian yang mendorong peserta untuk bertanggung jawab atas proses belajarnya sendiri. Melalui kegiatan praktik, simulasi, diskusi kasus, dan refleksi, terjadi perpaduan antara

---

<sup>64</sup> Hendyat Soetopo, *Perilaku Organisasi: Teori dan Praktik di Bidang Pendidikan* (Bandung: Rosda, 2010), 51.

pemikiran dan tindakan yang membuat hasil komunikasi lebih efektif dan tahan lama. Dalam organisasi, hal ini tampak pada desain pelatihan atau program pengabdian yang tidak hanya berisi ceramah, tetapi juga praktik lapangan, demonstrasi, role play, dan proyek nyata. Pada GenBI Purwokerto, pendekatan pengalaman terlihat ketika anggota dan warga Desa Pageraji diajak langsung mempraktikkan pembuatan eco-enzyme, mengelola sederhana usaha kecil, atau berdialog dua arah mengenai masalah keuangan keluarga, sehingga komunikasi tidak berhenti pada pengetahuan, tetapi berlanjut menjadi keterampilan dan perubahan perilaku yang berakar pada pengalaman bersama.

Pendekatan-pendekatan strategi komunikasi organisasi rasional, perilaku, dan pengalaman ini saling melengkapi dalam membentuk ekosistem komunikasi yang holistik, adaptif, dan berorientasi pada pencapaian tujuan jangka panjang.<sup>65</sup>

Pendekatan rasional menyediakan fondasi keyakinan logis yang kokoh bagi pengambilan keputusan, sementara pendekatan perilaku memastikan perubahan nyata melalui pengamatan tindakan yang terukur, dan pendekatan pengalaman memperkuat retensi pengetahuan melalui partisipasi aktif serta refleksi langsung. Dalam konteks GenBI Purwokerto pada program GenBI Mengabdikan di Desa Pageraji, integrasi ketiga pendekatan ini terbukti sangat efektif dalam mengubah persepsi masyarakat desa dari *stereotip* mahasiswa menjadi agen perubahan sosial yang kredibel, proaktif, dan berdampak nyata, dengan keyakinan rasional sebagai dasar koordinasi internal, perilaku nyata sebagai bukti kredibilitas di lapangan, serta pengalaman praktis sebagai pengikat hubungan emosional jangka panjang antar-anggota organisasi dan warga masyarakat.

---

<sup>65</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 156.

## D. Citra Positif

### 1. Pengertian Citra Positif

Citra merupakan hal yang sulit untuk dijelaskan secara spesifik, namun dapat terbentuk dari penilaian baik atau buruk terhadap individu maupun masyarakat. Citra diartikan sebagai gambaran yang ada dalam benak seseorang. Citra dapat berubah menjadi negatif jika tidak sesuai dengan kemampuan dan kondisi nyata.<sup>66</sup> Menurut Frank Jeknis, citra adalah pandangan, gambaran, atau kesan yang tepat terkait kebijakan personal, produk, atau jasa suatu organisasi.<sup>67</sup> Sementara itu, Harrison menyatakan bahwa citra merupakan pandangan, perasaan, serta gambaran masyarakat terhadap sebuah organisasi.

Citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi yang diperoleh oleh seseorang. Proses komunikasi tidak langsung mengarahkan pada perilaku, tetapi memengaruhi bagaimana citra diorganisasikan. Terbentuknya citra dipicu oleh rangsangan dari pihak luar. Rangsangan tersebut bisa diterima, tetapi juga bisa ditolak, sehingga menghambat proses pembentukan citra. Hal ini menunjukkan bahwa rangsangan yang tidak efektif tidak mampu memengaruhi seseorang dengan baik.<sup>68</sup>

Apabila suatu lembaga atau organisasi mengalami penurunan kepercayaan dari masyarakat, maka organisasi tersebut akan mengalami kerugian besar. Penurunan kepercayaan ini dapat menyebabkan organisasi memiliki citra negatif di mata masyarakat. Citra negatif tersebut sangat berdampak terhadap kelangsungan kegiatan maupun program kerja yang dijalankan oleh organisasi tersebut.

Citra positif adalah representasi mental yang kompleks dan dinamis di benak individu atau kelompok mengenai suatu entitas, baik organisasi, produk, jasa, atau individu, yang dihasilkan dari proses

---

<sup>66</sup> Umran et.al., *Strategi Manajemen Humas Dalam Konsep Teoritis*. 152.

<sup>67</sup> Sari, *Dasar-Dasar Public Relations Teori & Praktik*. 17.

<sup>68</sup> Iham Prisgunanto, *Aplikasi Teori Dalam Sistem Komunikasi Di Indonesia* (Jambi: Kencana, 2017). 116-117.

kumulatif berbagai pesan, pengalaman, dan interaksi. Citra positif bukan sekadar kesan sesaat, melainkan konstruksi psikologis yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan evaluatif. Menurut Dowling, citra adalah totalitas kesan yang dimiliki oleh publik terhadap suatu objek, yang mencerminkan persepsi, keyakinan, dan ekspektasi mereka. Dalam konteks organisasi, citra positif menjadi fondasi penting dalam membangun kepercayaan, loyalitas, dan dukungan dari pemangku kepentingan, serta memengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan strategisnya.

Menurut Soemirat dan Ardianto, citra positif adalah gambaran atau persepsi baik yang terbentuk di benak masyarakat terhadap suatu organisasi, yang didasarkan pada pengalaman, informasi, dan interaksi yang konsisten. Citra positif mencerminkan reputasi dan kepercayaan publik terhadap organisasi tersebut.<sup>69</sup> Persepsi ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan melalui proses komunikasi yang berkelanjutan dan interaksi yang berulang antara organisasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, citra positif menjadi aset penting yang harus dijaga dan dikembangkan oleh organisasi agar dapat mempertahankan dukungan dan kepercayaan publik.

## **2. Unsur-unsur Citra Positif**

Citra positif terdiri dari beberapa elemen yang saling terkait dan memengaruhi persepsi publik :<sup>70</sup>

### **a. Identitas**

Karakteristik unik dan nilai-nilai inti yang membedakan suatu entitas dari yang lain. Identitas mencakup visi, misi, budaya organisasi, serta cara organisasi mempresentasikan diri kepada dunia.

---

<sup>69</sup> Soemirat, S., & Ardianto, E. *Public Relations dan Citra Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 45

<sup>70</sup> Jennifer L. Aaker, *Building Strong Brands* (New York: Free Press, 1996), 82-90.

b. Reputasi

Evaluasi historis terhadap perilaku dan kinerja entitas, yang mencerminkan sejauh mana entitas memenuhi janji dan harapan yang ditetapkan. Reputasi dibangun melalui konsistensi tindakan, kualitas produk/layanan, serta interaksi positif dengan pemangku kepentingan.

c. Personalitas

Sifat-sifat manusiawi yang diasosiasikan dengan entitas, seperti ramah, inovatif, bertanggung jawab, atau peduli. Personalitas membantu menciptakan koneksi emosional dengan audiens dan membedakan entitas dari pesaing.

d. Nilai

Prinsip-prinsip etis dan moral yang mendasari tindakan dan keputusan entitas. Nilai-nilai yang kuat dan dianut secara konsisten akan memperkuat citra positif dan menarik audiens yang memiliki kesamaan nilai.

e. Komunikasi

Proses penyampaian pesan yang efektif, transparan, dan relevan kepada audiens. Komunikasi yang baik membantu membentuk persepsi yang akurat, membangun hubungan yang kuat, serta mengelola isu dan krisis secara efektif.

### 3. Proses Pembentukan dan Pengelolaan Citra Positif

Pembentukan dan pengelolaan citra positif adalah proses berkelanjutan yang melibatkan berbagai tahapan dan strategi:<sup>71</sup>

a. Analisis Situasi

Memahami lingkungan eksternal dan internal entitas, termasuk audiens, pesaing, tren pasar, serta kekuatan dan kelemahan organisasi.

---

<sup>71</sup> David M. Dozier, Larissa A. Grunig, and James E. Grunig, *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management* (New York: Routledge, 1995), 150-160.

b. Perencanaan Strategis

Merumuskan tujuan citra yang jelas dan terukur, serta mengembangkan strategi komunikasi dan tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.

c. Implementasi

Melaksanakan program komunikasi dan tindakan yang telah direncanakan, dengan memastikan konsistensi, kualitas, dan relevansi pesan.

d. Evaluasi

Mengukur efektivitas strategi citra yang telah diimplementasikan, menggunakan berbagai metode penelitian dan analisis data untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

e. Penyesuaian

Melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap strategi citra berdasarkan hasil evaluasi, serta memantau perubahan lingkungan dan kebutuhan audiens secara berkelanjutan.

#### 4. Indikator Menciptakan Citra Positif

Dalam penelitian ini, citra positif dipahami sebagai hasil penilaian masyarakat terhadap keberadaan mahasiswa yang tercermin melalui sikap, perilaku, serta peran sosial yang ditampilkan dalam kehidupan bermasyarakat. Citra tersebut tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus antara mahasiswa dan masyarakat.<sup>72</sup> Oleh karena itu, citra positif mahasiswa merupakan konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh pengalaman langsung masyarakat dalam berinteraksi dengan mahasiswa. Adapun indikator penciptaan citra positif mahasiswa dalam penelitian ini dapat dilihat melalui beberapa aspek utama berikut.

---

<sup>72</sup> Charles J. Fombrun, *Building Corporate Identity, Image and Reputation in the Digital Era* (London: Routledge, 2021), 45–48.

a. Sikap dan Perilaku

Sikap dan perilaku menjadi indikator mendasar dalam pembentukan citra positif mahasiswa. Mahasiswa dipandang positif ketika mampu menunjukkan sikap sopan, ramah, dan menghormati norma serta nilai yang berlaku di masyarakat. Perilaku yang bertanggung jawab, disiplin, serta konsisten dalam menjaga etika saat berinteraksi mencerminkan kedewasaan sosial mahasiswa. Sikap tersebut menjadi penting karena masyarakat sering kali menjadikan perilaku mahasiswa sebagai tolok ukur dalam menilai kualitas moral dan sosial kaum terpelajar.<sup>73</sup> Ketika mahasiswa mampu menempatkan diri secara tepat dan menjaga sikap dalam berbagai situasi sosial, maka kepercayaan masyarakat terhadap mahasiswa akan semakin meningkat.

b. Kemampuan Berkomunikasi dengan Masyarakat

Kemampuan berkomunikasi juga berperan penting dalam menciptakan citra positif mahasiswa. Citra yang baik terbentuk ketika mahasiswa mampu menyampaikan gagasan, informasi, maupun tujuan kegiatan dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Komunikasi yang efektif tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga membuka ruang dialog dan partisipasi masyarakat. Kesiapan mahasiswa untuk mendengarkan pendapat, masukan, serta kritik dari warga menunjukkan sikap terbuka dan menghargai masyarakat sebagai mitra seajar. Dengan demikian, komunikasi yang terjalin secara dialogis dapat memperkuat hubungan sosial dan membangun kesan positif terhadap mahasiswa.

c. Kepedulian dan Keterlibatan Sosial

Indikator selanjutnya adalah kepedulian dan keterlibatan sosial mahasiswa dalam kehidupan masyarakat. Mahasiswa

---

<sup>73</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 31–33

dianggap memiliki citra positif apabila menunjukkan kepedulian yang nyata terhadap kondisi sosial di sekitarnya. Kepedulian tersebut diwujudkan melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan masyarakat, baik dalam bentuk partisipasi aktif maupun kontribusi tenaga dan pemikiran<sup>74</sup>. Keterlibatan yang tulus dan berkelanjutan menunjukkan bahwa mahasiswa tidak bersikap pasif atau sekadar menjalankan peran formal, melainkan hadir sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki empati sosial. Hal ini memperkuat pandangan bahwa mahasiswa memiliki tanggung jawab sosial sebagai agen perubahan.

d. Manfaat Nyata yang Dirasakan Masyarakat

Citra positif mahasiswa semakin menguat ketika kehadiran dan aktivitas mahasiswa memberikan manfaat nyata yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Manfaat tersebut dapat berupa peningkatan pengetahuan melalui kegiatan edukasi, pendampingan sosial, bantuan dalam pemecahan masalah, maupun kegiatan lain yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dampak yang dirasakan secara langsung akan membentuk kesan bahwa mahasiswa tidak hanya membawa wacana, tetapi juga mampu menghadirkan solusi konkret. Dengan adanya manfaat tersebut, masyarakat akan menilai mahasiswa sebagai pihak yang berkontribusi positif bagi kehidupan sosial.

e. Perubahan Persepsi Masyarakat

Indikator penting lainnya dalam penciptaan citra positif adalah terjadinya perubahan persepsi masyarakat terhadap mahasiswa. Interaksi yang positif dan berkesinambungan dapat mengubah pandangan masyarakat yang sebelumnya bersifat negatif atau stereotipis menjadi lebih positif.<sup>75</sup> Misalnya,

---

<sup>74</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 67–70.

<sup>75</sup> Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom, *Effective Public Relations*, 11th ed. (Boston: Pearson Education, 2013), 90–95.

anggapan bahwa mahasiswa bersikap eksklusif, kurang peduli, atau hanya berorientasi pada kepentingan pribadi dapat bergeser menjadi pandangan bahwa mahasiswa adalah individu yang peduli, komunikatif, dan bermanfaat bagi masyarakat. Perubahan persepsi ini menunjukkan keberhasilan mahasiswa dalam membangun kepercayaan sosial dan menegaskan perannya sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki kontribusi konstruktif.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan tanpa menggunakan angka, sehingga bisa memberikan berbagai wawasan. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan masalah dengan mengumpulkan data dari lingkungan alami, di mana peneliti berperan langsung dalam mengumpulkan informasi, bukan melalui metode statistik. Penelitian kualitatif lebih fokus pada sudut pandang subjek dan bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata yang menggambarkan objek yang diamati, baik secara lisan maupun tulisan.<sup>76</sup>

Data apa pun, baik itu kata-kata, gambar, atau rekaman, penting untuk memahami penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, kutipan dari wawancara, foto, catatan lapangan, dan dokumen lainnya biasanya digunakan untuk mendukung hasil penelitian. Agar informasi yang dikumpulkan akurat, peneliti harus memperhatikan setiap detail dengan cermat. Penelitian kualitatif lebih menekankan proses, yang membuat hubungan antara komponen yang menyatakan bahwa menulis laporan penelitian kualitatif membutuhkan kemampuan menulis yang lebih baik daripada menulis laporan penelitian kuantitatif.<sup>77</sup>

Hal ini karena, selain mengumpulkan data, peneliti dalam penelitian kualitatif harus mampu mendeskripsikannya dengan baik. Peneliti adalah alat utama dalam penelitian kualitatif. Peran peneliti,

---

<sup>76</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 6.

<sup>77</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), Hlm. 06

menurut Lincoln dan Guba, adalah mengumpulkan berbagai realitas yang ada. Kemudian, untuk mendapatkan informasi yang akurat, peneliti harus mampu merepresentasikan apa yang mereka temukan dengan tepat.<sup>78</sup>

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan April hingga November 2025. Pengumpulan data akan dilakukan di Desa Pageraji Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Tempat penelitian wawancara mendalam akan dilakukan dengan informan yang relevan di wilayah Desa Pageraji Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas untuk mendapatkan data yang komprehensif.

## **C. Sumber Data**

### **1. Data Primer**

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data ini diperoleh melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian, seperti wawancara. Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah Pengurus GenBI Purwokerto, Persiden GenBI Purwokerto, dan masyarakat juga perangkat Desa yang terlibat dalam kegiatan GenBI Purwokerto.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi yang sudah ada dalam bentuk dokumen atau catatan. Kualitas data sekunder harus diterima sebagaimana adanya oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari transkrip wawancara dengan informan dan catatan observasi yang dilakukan selama penelitian. Data ini digunakan untuk mendukung analisis data primer.

---

<sup>78</sup> Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif*: Skripsi Dan Tesis :Suaka Media. Hlm. 9.

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah pihak yang menjadi sumber informasi dan data dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini yakni :

1. Stevani Aprilya Pratama (Presiden GenBI Komisariat UIN SAIZU)
2. Mochamad Fajar Arianto (Presiden GenBI Komisariat UNSOED)
3. Nia Nurmayanti (Presiden GenBI Komisariat UMP)
4. Akhti Khasanah (Ketua Panitia Proker GenBI/Mahasiswa GenBI)
5. Sutrisno S.E (Kepala Desa Pageraji)
6. Cica (Pelaku UMKM Desa Pageraji )
7. Siti Suryati (Masyarakat Desa Pageraji)
8. Siti Rohmah (Masyarakat Desa Pageraji)
9. Carsem (Masyarakat Desa Pageraji)
10. Suci Lestari (Masyarakat Desa Pageraji)
11. Ahmad Sudin (Masyarakat Desa Pageraji)
12. Faiz Sya'ban (Pemuda Desa Pageraji)

Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa. Secara lebih spesifik, objek penelitian mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh GenBI Purwokerto, baik secara internal maupun eksternal, dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang komprehensif dan relevan dengan tujuan penelitian berjudul "Strategi Komunikasi Organisasi GenBI Purwokerto Dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa" digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015, hlm. 83-85;

## 1. Observasi

Observasi dilakukan sebagai salah satu teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran langsung tentang proses komunikasi organisasi.<sup>80</sup> GenBI Purwokerto selama pelaksanaan program GenBI Mengabdi di Desa Pageraji. Teknik observasi partisipan diterapkan oleh peneliti dengan terlibat secara aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan utama seperti pelatihan UMKM, edukasi eco-enzyme, dan pendampingan anak, hingga evaluasi pasca-kegiatan.

Observasi difokuskan pada indikator strategi komunikasi seperti interaksi verbal dan nonverbal antarmahasiswa-warga, pola komunikasi internal divisi GenBI, serta respons masyarakat terhadap pesan yang disampaikan. Data dicatat melalui catatan lapangan yang mendetail, dokumentasi visual berupa foto dan video dengan persetujuan etis, serta jurnal refleksi harian untuk menangkap dinamika spontan seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan suasana interaksi. Observasi dilaksanakan selama 5 hari penuh pada periode utama program, memastikan triangulasi data dengan wawancara dan dokumen pendukung. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap konteks alami pembentukan citra positif tanpa intervensi, sehingga hasil observasi menjadi bukti empiris yang kuat tentang efektivitas strategi komunikasi GenBI di lapangan.

## 2. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan informan yang dipilih secara purposif untuk mendapatkan informasi yang relevan. Informan terdiri dari:<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 168

<sup>81</sup> *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi, Repository UIN Saizu*, 2024.

- a. Kepala Desa Pageraji : Wawancara bertujuan untuk memperoleh pandangan mengenai efektivitas strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam membangun citra positif mahasiswa dan dampaknya bagi masyarakat, baik dari sisi sosial, pendidikan, maupun pemberdayaan.
  - b. Presiden GenBI : Wawancara bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh organisasi, tujuan yang ingin dicapai, serta proses perencanaan dan pelaksanaan program komunikasi.
  - c. Ketua Panitia/Perwakilan Mahasiswa GenBI : Wawancara bertujuan untuk mengeksplorasi evaluasi efektivitas strategi komunikasi dalam membangun citra positif mahasiswa di masyarakat serta tantangan pelaksanaan di lapangan.
  - d. Masyarakat Desa Pageraji dan Pelaku UMKM : Wawancara dilakukan untuk mengetahui perspektif dan persepsi masyarakat terhadap mahasiswa setelah berinteraksi atau menerima informasi dari berbagai program GenBI Purwokerto, serta dampak komunikasi tersebut terhadap pandangan mereka.
  - e. Pemuda Desa Pageraji : Wawancara bertujuan untuk memperoleh pandangan mengenai efektivitas strategi komunikasi GenBI Purwokerto dari perspektif generasi muda desa terkait citra mahasiswa dan dampak program pengabdian.
3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memadukan data sekunder yang berkaitan dengan penelitian, termasuk:<sup>82</sup>

- a. Arsip Foto dan Video: Mengumpulkan foto dan video yang diunggah oleh akun Instagram @Genbipurwokerto selama periode penelitian.

---

<sup>82</sup> Peran Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa, *Jurnal Media Akademik*, 2024.

- b. Transkrip Wawancara: Menganalisis transkrip wawancara dengan informan untuk mengenali tema-tema kunci terkait strategi komunikasi GenBI dan perspektif masyarakat terhadap mahasiswa.
- c. Dokumen Resmi GenBI: Mengumpulkan dokumen resmi terkait kegiatan dan program GenBI Purwokerto, seperti laporan kegiatan, rencana strategis, atau materi promosi.
- d. Artikel dan Berita Media Massa: Mengumpulkan artikel dan berita relevan mengenai isu yang diteliti, baik terkait GenBI Purwokerto maupun isu-isu tentang citra mahasiswa.

#### F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi model analisis data kualitatif interaktif menurut Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap proses komunikasi dan persepsi masyarakat yang bersifat kompleks dan kontekstual.<sup>83</sup>

*Pertama*, Reduksi Data yaitu pada tahap ini, peneliti melakukan penyederhanaan dan pemilahan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang tidak relevan atau berulang dihilangkan, sedangkan data penting yang berkaitan langsung dengan strategi komunikasi GenBI dan persepsi masyarakat dipilih untuk dianalisis lebih lanjut. Proses reduksi ini membantu memfokuskan analisis pada tema-tema utama yang muncul dari data lapangan.<sup>84</sup>

*Kedua*, Penyajian Data yaitu data yang telah direduksi kemudian disusun dan disajikan secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, diagram, atau matriks. Penyajian data ini bertujuan untuk

---

<sup>83</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994); Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

<sup>84</sup> Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd ed., Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994, hlm. 10-12.

memudahkan pemahaman dan interpretasi pola-pola komunikasi yang terjadi serta dampaknya terhadap citra mahasiswa di mata masyarakat. Dengan penyajian yang terstruktur, peneliti dapat melihat hubungan antar tema dan fenomena yang muncul secara lebih jelas.

*Ketiga*, Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi yaitu tahap terakhir adalah proses penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah disajikan. Peneliti melakukan interpretasi terhadap pola-pola yang ditemukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Verifikasi dilakukan dengan cara melakukan triangulasi data, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi untuk memastikan validitas dan konsistensi temuan. Triangulasi ini juga melibatkan cross-check dengan informan kunci guna memperkuat kredibilitas hasil penelitian.



## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GENBI PURWOKERTO DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF MAHASISWA

#### A. Gambaran Umum Generasi Baru Indonesia

##### 1. Sejarah Generasi Baru Indonesia

GenBI, singkatan dari Generasi Baru Indonesia, secara resmi didirikan pada tanggal 11 November 2011 atau yang dikenal dengan tanggal simbolis 11-11-11.<sup>85</sup> Organisasi ini merupakan inisiatif Bank Indonesia yang bertujuan untuk menghimpun mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia dari berbagai perguruan tinggi negeri dan swasta di seluruh Indonesia. GenBI dirancang sebagai wadah untuk membentuk generasi muda yang unggul, berdaya saing tinggi, dan memiliki integritas kuat, yang tidak hanya fokus pada akademik, tetapi juga mampu menjadi penggerak perubahan sosial di masyarakat. Dengan dukungan finansial sekaligus pembinaan karakter, GenBI mengembangkan potensi mahasiswanya melalui pelatihan kepemimpinan, literasi keuangan, kewirausahaan, dan pengabdian masyarakat sebagai bagian dari pemberdayaan sumber daya manusia di tingkat akar rumput.<sup>86</sup>

Seiring dengan perkembangannya, GenBI tumbuh pesat dan saat ini telah tersebar di lebih dari 175 perguruan tinggi di seluruh Indonesia dengan ribuan anggota aktif yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Organisasi ini secara konsisten menjalankan program-program strategis yang mencakup edukasi kebijakan moneter Bank Indonesia, peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum, serta pemberdayaan UMKM sebagai pilar ekonomi nasional. Melalui rangkaian

---

<sup>85</sup> GenBI, *Sejarah dan Profil Organisasi*, <https://genbikepri.wordpress.com/siapa-genbi/> (diakses 5 Oktober 2025)

<sup>86</sup> Liputan6.com, *Tujuan GenBI Membentuk Generasi Unggul*, 27 Februari 2025.

kegiatan, organisasi ini tidak hanya mengasah kemampuan anggotanya, tetapi juga berkontribusi nyata dalam pembangunan sosial dan ekonomi di komunitas lokal.

GenBI Purwokerto merupakan bagian dari jaringan nasional GenBI yang berlokasi di Purwokerto, Jawa Tengah. Komunitas ini mulai aktif secara resmi di pertengahan dekade 2010-an dengan anggota yang berasal dari tiga perguruan tinggi utama di Purwokerto, yaitu Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED), Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP), dan Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU).<sup>87</sup> Sejak awal berdiri, GenBI Purwokerto fokus pada penguatan kepekaan sosial dan pengembangan jiwa pengabdian kepada masyarakat, di samping membina kapasitas akademik dan kepemimpinan anggotanya.

GenBI Purwokerto secara konsisten menjalankan program sosial yang berdampak langsung pada masyarakat, seperti program “GenBI Mengabdikan” yang dilakukan di desa-desa sekitar Purwokerto, termasuk Desa Pageraji. Program ini merupakan wujud nyata kontribusi GenBI Purwokerto dalam mensosialisasikan kebijakan Bank Indonesia dan mengajak mahasiswa serta masyarakat berperan aktif dalam pembangunan sosial ekonomi desa. Selain itu, GenBI Purwokerto juga aktif menggelar program pelatihan kewirausahaan, edukasi literasi keuangan, dan kegiatan lingkungan sebagai implementasi visi mereka menjadi generasi muda inovatif dan peduli lingkungan.<sup>88</sup>

Melalui berbagai program tersebut, GenBI Purwokerto telah menempatkan diri sebagai agen perubahan yang menjembatani dunia akademik dan masyarakat, sekaligus mitra strategis Bank Indonesia di wilayah Banyumas. Komitmen dan aktivitas GenBI Purwokerto memberikan dampak positif yang nyata, seiring dengan usaha membangun

---

<sup>87</sup> GenBI Purwokerto, *Tentang Kami*, <https://genbipurwokerto.com/tentang>. (diakses 5 Oktober 2025)

<sup>88</sup> Kompasiana, *Aksi Nyata GenBI Purwokerto di Desa Pageraji*, 2025.

hubungan harmonis dan persepsi positif masyarakat terhadap mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia.<sup>89</sup>

## 2. Visi dan Misi GenBI

### a. Visi

Menjadikan kaum muda Indonesia sebagai generasi yang kompeten dalam berbagai bidang keilmuan serta dapat membawa perubahan positif dan menjadi inspirasi bagi bangsa dan negara.

### b. Misi

- 1) Menggagas berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk Indonesia yang lebih baik (INITIATE)
- 2) Menjadi garda terdepan dalam melakukan aksi nyata untuk pembangunan bangsa (ACT)
- 3) Peduli dan berkontribusi untuk pemberdayaan masyarakat (SHARE)
- 4) Berbagi inspirasi dan motivasi untuk menjadi energi bagi negeri (INSPIRE)

## 3. Pilar Utama Generasi Baru Indonesia

Generasi Baru Indonesia (GenBI) merupakan komunitas penerima beasiswa dari Bank Indonesia yang beranggotakan mahasiswa terpilih dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Lebih dari sekadar wadah penerima bantuan finansial, GenBI memiliki tujuan mulia untuk Meningkatkan kepedulian sosial, Mengembangkan rasa tanggung jawab sosial, serta mengembangkan kemampuan kepemimpinan anggotanya. Sebagai garda terdepan (*front liners*), agen perubahan (*agent of change*), dan calon pemimpin masa depan (*future leaders*), GenBI memiliki peran strategis dalam mensosialisasikan kebijakan-kebijakan Bank Indonesia kepada masyarakat luas, khususnya di kalangan generasi muda:<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Berita Unsoed, *GenBI: Memulai Misi Besar di Purwokerto*, 2015

<sup>90</sup> GenBI. (2022). *Profil Generasi Baru Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia, hlm. 3-4.

1. *Frontliners*: Anggota GenBI berperan aktif dalam menyebarkan informasi mengenai kebijakan-kebijakan BI kepada masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Mereka dilatih untuk menjadi komunikator yang efektif, mampu menjelaskan konsep-konsep ekonomi dan keuangan secara sederhana dan mudah dipahami. Melalui berbagai kegiatan sosialisasi, seminar, dan kampanye kreatif, GenBI berupaya untuk meningkatkan literasi keuangan dan pemahaman masyarakat mengenai peran BI dalam menjaga stabilitas ekonomi.<sup>91</sup>
2. *Agents of Change*: GenBI tidak hanya bertugas sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang menginisiasi dan melaksanakan berbagai program pemberdayaan masyarakat. Mereka didorong untuk mengidentifikasi permasalahan sosial di lingkungan sekitar dan mencari solusi inovatif yang berkelanjutan. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, pelatihan keterampilan, dan pendampingan usaha mikro kecil menengah (UMKM), GenBI berupaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mengurangi kesenjangan sosial.<sup>92</sup>
3. *Future Leaders*: GenBI dipersiapkan untuk menjadi pemimpin masa depan yang memiliki visi yang jelas, integritas yang tinggi, dan kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi berbagai tantangan. Mereka diberikan pelatihan kepemimpinan, pengembangan diri, dan peningkatan kompetensi di berbagai bidang, seperti komunikasi, negosiasi, manajemen proyek, dan kewirausahaan. Melalui program *mentorship* dan *networking*, GenBI berkesempatan untuk belajar dari para pemimpin dan tokoh inspiratif di berbagai sektor.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Bank Indonesia. (2021). "Peran GenBI sebagai Frontliners dan Agen Sosialisasi Kebijakan BI," *Laporan Tahunan Bank Indonesia*, hlm. 56-57.

<sup>92</sup> GenBI Purwokerto. (2023). "Program Pemberdayaan Masyarakat GenBI Purwokerto Tahun 2023," *Dokumentasi Kegiatan*, hlm. 10-12.

<sup>93</sup> Bank Indonesia, *Program Pengembangan Kepemimpinan GenBI* (Jakarta: Bank Indonesia, 2023), hlm. 15-18.

#### 4. Generasi Baru Indonesia Purwokerto

GenBI Purwokerto merupakan komunitas mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia yang memiliki peran strategis dalam pengembangan potensi diri dan pemberdayaan masyarakat di wilayah Purwokerto<sup>94</sup>. Organisasi ini berfungsi sebagai wadah kolaborasi mahasiswa lintas universitas untuk mengoptimalkan kontribusi mereka dalam berbagai bidang, seperti sosial, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan. Keberadaan GenBI Purwokerto diharapkan dapat memperkuat jaringan mahasiswa sekaligus memperluas dampak positif di masyarakat.<sup>95</sup>

Secara umum, kegiatan GenBI Purwokerto meliputi pengembangan kepemimpinan, pelatihan soft skill, seminar nasional, serta program pengabdian masyarakat. Salah satu program utama yang diinisiasi adalah “GenBI Mengabdikan”, di mana anggota GenBI secara langsung terlibat dalam kegiatan edukasi dan pemberdayaan masyarakat di desa-desa. Program ini difokuskan pada isu-isu keuangan, kesehatan, lingkungan, dan ekonomi, sehingga dapat memberikan solusi konkret terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat.<sup>96</sup>

Selain program pengabdian masyarakat, GenBI Purwokerto juga secara rutin menyelenggarakan pelatihan internal untuk anggota, seperti pelatihan public speaking, manajemen organisasi, dan literasi keuangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi anggota agar mampu menjalankan peran sebagai agen perubahan, baik di lingkungan kampus maupun di masyarakat luas. Di samping itu, GenBI juga aktif menjalin kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah dan swasta sebagai upaya memperluas jejaring dan memperkuat pelaksanaan

---

<sup>94</sup> Bank Indonesia, *Profil dan Peran GenBI Purwokerto*, Laporan Internal Bank Indonesia, 2024

<sup>95</sup> Dokumentasi GenBI Purwokerto, *Laporan Kegiatan dan Program Kerja Tahun 2024*, Purwokerto, 2024.

<sup>96</sup> Laporan Program “GenBI Mengabdikan”, GenBI Purwokerto, 2024.

program.<sup>97</sup>

Dalam pelaksanaan program kerjanya, GenBI Purwokerto memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pengurus inti, beberapa divisi kerja seperti Divisi Pendidikan, Divisi Sosial, dan Divisi Humas, serta anggota aktif dari masing-masing universitas. Setiap divisi memiliki tugas dan fungsi yang spesifik sesuai dengan program kerja yang telah dirancang. Koordinasi dan komunikasi antar anggota dilakukan secara berkala melalui rapat, baik secara daring maupun luring, guna memastikan seluruh program berjalan efektif dan efisien.

Publikasi kegiatan merupakan salah satu aspek penting dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. GenBI Purwokerto secara aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana publikasi dan komunikasi dengan masyarakat. Melalui strategi komunikasi digital yang terencana, GenBI Purwokerto mampu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap setiap program yang dilaksanakan.<sup>98</sup>

Salah satu fokus utama GenBI diwujudkan melalui program “GenBI Mengabdikan”, yang telah diterapkan di beberapa desa seperti Desa Pageraji. Kegiatan ini berfokus pada sosialisasi serta edukasi kepada masyarakat mengenai literasi keuangan, pengelolaan sampah rumah tangga, pola hidup sehat, dan pengelolaan ekonomi keluarga.<sup>99</sup> Di Desa Pageraji, misalnya, mahasiswa GenBI aktif melakukan edukasi ke sekolah-sekolah, kelompok ibu-ibu PKK, dan komunitas remaja untuk meningkatkan pengetahuan dan mengubah perilaku masyarakat. GenBI mengedepankan pelatihan pengolahan pangan lokal, pemanfaatan lahan pekarangan secara produktif, serta pendampingan pengelolaan keuangan

---

<sup>97</sup> Dokumentasi Pelatihan Internal GenBI Purwokerto, 2024.

<sup>98</sup> Analisis Media Sosial GenBI Purwokerto, Laporan Humas GenBI, 2024.

<sup>99</sup> Wawancara dengan Kepala Desa Pageraji, 15 Maret 2025.

keluarga yang disertai diskusi dan simulasi interaktif.<sup>100</sup>

Dalam programnya GenBI menitik beratkan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya melalui pembentukan kelompok usaha bersama, pelatihan kewirausahaan, penguatan UMKM, serta pelatihan digital marketing dan manajemen usaha mikro.<sup>101</sup> Di Pageraji, fokus pendampingan diarahkan pada kelompok pemuda dan ibu rumah tangga agar mampu mandiri secara ekonomi dengan menciptakan produk unggulan lokal, pemasaran berbasis digital, hingga penyelenggaraan bazar. GenBI menginisiasi pelatihan pengolahan limbah rumah tangga menjadi kerajinan, mengembangkan inovasi pertanian lokal, serta memperkenalkan teknik pemasaran alternatif untuk produk-produk desa.<sup>102</sup>

Setiap kegiatan GenBI di desa selalu diawali dengan pendekatan partisipatif dimulai dari pemetaan kebutuhan dan potensi desa melalui diskusi terbuka dengan perangkat dan warga desa, dilanjutkan dengan perancangan program, pelaksanaan, hingga evaluasi hasil. Di setiap tahapan, komunikasi dua arah dan pelibatan aktif warga menjadi kunci keberhasilan.<sup>103</sup> Interaksi yang terjalin baik, baik secara formal (rapat desa, forum diskusi) maupun informal (kunjungan rumah ke rumah, diskusi kelompok kecil), mendorong tumbuhnya kepercayaan dan kerjasama antara mahasiswa serta masyarakat.

Secara lebih rinci, hasil yang dicapai dari dua program ini diantaranya adalah meningkatnya literasi keuangan warga, lahirnya kelompok-kelompok usaha baru, pola hidup sehat yang mulai diterapkan secara konsisten, serta perubahan cara pandang masyarakat terhadap mahasiswa GenBI sebagai generasi muda yang peduli, inovatif, serta mampu memberikan solusi nyata pada masalah desa.<sup>104</sup> GenBI juga

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Kepala Desa Pageraji, 17 Maret 2025

<sup>101</sup> Dokumen Internal GenBI Purwokerto

<sup>102</sup> Laporan Pelatihan dan Pendampingan UMKM GenBI Purwokerto, 2024.

<sup>103</sup> Observasi Lapangan dan Rapat Koordinasi GenBI Purwokerto, Maret 2025.

<sup>104</sup> Hasil Evaluasi Program GenBI Mengabdikan GenBI Purwokerto, 2025.

menjadi pionir dalam penguatan jejaring sosial di desa, sebagai fasilitator serta motivator perubahan.

Selain aspek pemberdayaan dan edukasi, GenBI juga aktif mempublikasikan seluruh kegiatan melalui media sosial, khususnya Instagram dan YouTube. Upaya ini tidak hanya berdampak pada peningkatan citra positif organisasi dan mahasiswa penerima beasiswa, tapi juga memperluas informasi dan menginspirasi desa-desa lain untuk berkolaborasi dengan GenBI.<sup>105</sup> Strategi komunikasi digital yang diterapkan memperkuat transparansi program, keterlibatan masyarakat, serta membangun reputasi GenBI sebagai komunitas mahasiswa yang progresif dan solutif.

#### **5. Struktur Kepengurusan GenBI Purwokerto**

Struktur kepengurusan GenBI Purwokerto memiliki karakteristik khas yang berbeda dengan organisasi mahasiswa pada umumnya. Kepengurusan tidak dipusatkan dalam satu struktur tunggal, melainkan terbagi menjadi tiga kelompok utama berdasarkan asal perguruan tinggi, yaitu Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP), Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED), dan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU). Setiap universitas memiliki struktur internal sendiri yang meliputi ketua, sekretaris, bendahara, serta koordinator divisi-divisi seperti pendidikan, sosial, kewirausahaan, kesehatan, dan media kreatif. Pembagian struktur berbasis kampus ini bertujuan agar proses kaderisasi, pembinaan, dan pengelolaan anggota dapat lebih efektif karena masing-masing universitas memiliki budaya akademik, ritme kegiatan, dan karakter mahasiswa yang berbeda<sup>106</sup>.

Meskipun kepengurusan dipisah berdasarkan kampus, GenBI Purwokerto tetap beroperasi sebagai satu kesatuan organisasi di bawah

---

<sup>105</sup> Analisis Media Sosial GenBI Purwokerto, Laporan Humas, 2025.

<sup>106</sup> GenBI Purwokerto, "Struktur Organisasi," GenBI Purwokerto, diakses 12 Desember 2025, <https://genbipurwokerto.com/organisasi>.

koordinasi Bank Indonesia. Artinya, seluruh program kerja tetap direncanakan, dijalankan, dan dievaluasi secara kolektif oleh ketiga kampus tersebut. Pada setiap agenda besar seperti GenBI Mengabdikan, seminar edukasi publik, kampanye literasi keuangan, hingga kegiatan sosial kemasyarakatan, perwakilan dari ketiga universitas selalu berkolaborasi dalam satu tim pelaksana. Praktik kolaboratif ini menunjukkan adanya pola komunikasi antarstruktur yang kuat, di mana koordinasi lintas kampus dilakukan melalui rapat gabungan, pemetaan kebutuhan program, serta distribusi tugas yang disesuaikan dengan kapasitas masing-masing kelompok kampus.

Model struktur seperti ini menciptakan keseimbangan antara kemandirian internal dan sinergi eksternal. Di satu sisi, setiap perguruan tinggi dapat mengembangkan pola pembinaan anggota sesuai dengan konteks kampusnya. Di sisi lain, seluruh anggota tetap memiliki tanggung jawab kolektif untuk menjaga nama baik GenBI dan mendukung keberhasilan program yang berskala wilayah Purwokerto. Dengan demikian, meskipun struktur kepengurusan GenBI Purwokerto terbagi menjadi tiga unit mandiri, operasional programnya berlangsung secara terintegrasi sebagai satu organisasi besar yang memiliki visi, misi, dan standar komunikasi yang sama.

## **6. Program Kerja GenBI Purwokerto 2024-2025**

Program kerja GenBI Purwokerto dirancang sesuai dengan visi, misi, dan tiga pilar utama GenBI yaitu Frontliner, Agent of Change, dan Future Leaders, yang selaras dengan mandat Bank Indonesia untuk menciptakan generasi mahasiswa yang melek finansial dan berkontribusi nyata bagi masyarakat. Visi organisasi adalah membentuk mahasiswa Purwokerto sebagai agen perubahan yang proaktif melalui program strategis berbasis pemberdayaan komunitas lokal. Misi mencakup peningkatan literasi keuangan, pengembangan kewirausahaan, serta pengabdian masyarakat berkelanjutan yang melibatkan partisipasi aktif

warga. Program kerja GenBI ini tentunya banyak melibatkan masyarakat secara langsung, di mana setiap kegiatan dirancang dengan pendekatan partisipatif sehingga warga bukan hanya penerima manfaat, tetapi mitra aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Semakin maju masyarakat melalui proker-proker ini, maka semakin kuat citra positif yang terbentuk terhadap mahasiswa GenBI, karena warga melihat mahasiswa sebagai fasilitator yang turun tangan, ramah, dan benar-benar peduli terhadap kemajuan desa.

### **B. Analisis Strategi Komunikasi Organisasi GenBI Purwokerto**

Strategi komunikasi GenBI Purwokerto secara keseluruhan dibangun berdasarkan struktur organisasi yang telah dirumuskan oleh Bank Indonesia sebagai lembaga induk, sehingga komunikasi di dalam GenBI memiliki pola yang cukup sistematis dan mengikuti standar yang telah disepakati.<sup>107</sup> Sebagai komunitas penerima beasiswa yang terdiri dari mahasiswa berbagai kampus, GenBI memerlukan strategi komunikasi yang mampu menjaga keseragaman pesan, menyatukan persepsi antaranggota, serta memastikan bahwa setiap program organisasi berjalan sesuai nilai dan prinsip lembaga pemberi beasiswa. Pada tingkat organisasi, strategi komunikasi GenBI dirancang untuk mencapai tiga tujuan utama: menjaga soliditas internal, menyampaikan identitas organisasi secara konsisten kepada publik, dan memperkuat kontribusi sosial GenBI sehingga citranya semakin positif.

Dalam konteks internal, GenBI menerapkan komunikasi formal melalui rapat koordinasi, pembagian tugas, dan penyusunan alur kerja program. Stevani Aprilya Pratama presiden GenBI menegaskan bahwa komunikasi internal harus terarah dengan menyatakan bahwa

*“kami selalu memastikan informasi dan arahan tersampaikan secara jelas agar semua anggota bisa bergerak dengan satu pemahaman.”*<sup>108</sup>

Pengurus inti bertanggung jawab sebagai komunikator utama yang

---

<sup>107</sup> Bank Indonesia, "Generasi Baru Indonesia (GenBI): Pedoman Organisasi," Jakarta: Bank Indonesia, Departemen Komunikasi, 2021, 12-15.

<sup>108</sup> Wawancara dengan Stevani Aprilya Pratama, 4 November 2025

memastikan setiap kegiatan memiliki arah dan pesan yang jelas, sementara anggota menjalankan komunikasi operasional di lapangan. Namun dinamika internal menunjukkan bahwa komunikasi dalam organisasi ini juga menghadapi tantangan, seperti perbedaan kesiapan informasi antaranggota dan ritme komunikasi yang tidak selalu merata. Beberapa anggota menyatakan bahwa arus informasi terkadang tidak tersampaikan secara cepat kepada seluruh anggota, terutama ketika mereka sedang sibuk dengan kegiatan akademik di kampus masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal GenBI sudah memiliki kerangka kerja yang baik tetapi masih membutuhkan peningkatan konsistensi dalam penyebaran informasi.

Pada aspek eksternal, GenBI Purwokerto membangun strategi komunikasi yang memprioritaskan hubungan baik dengan pemangku kepentingan, seperti Bank Indonesia, perguruan tinggi, komunitas mitra, serta masyarakat luas. Dalam banyak kegiatan, GenBI menampilkan identitas sebagai organisasi kepemudaan yang energik, berwawasan luas, dan peduli terhadap pengembangan masyarakat. Pesan eksternal GenBI disampaikan melalui media sosial, publikasi kegiatan, dan partisipasi dalam agenda resmi bersama Bank Indonesia. Strategi komunikasi digital GenBI dirancang untuk memperkuat citra di ruang publik, menampilkan profesionalisme organisasi, serta menunjukkan kontribusi nyata mahasiswa melalui kegiatan sosial. Namun publikasi digital ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai upaya untuk menjaga konsistensi citra bahwa GenBI adalah organisasi yang aktif, produktif, dan berpengaruh di tingkat lokal.

Kekuatan strategi komunikasi organisasi GenBI terletak pada fleksibilitasnya. Meskipun organisasi ini memiliki struktur formal, gaya komunikasinya di lapangan bersifat adaptif dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Mahasiswa menyampaikan bahwa setiap program GenBI memiliki karakter audiens yang berbeda, sehingga cara menyampaikan pesan, memilih media, dan menentukan metode interaksi selalu disesuaikan dengan

konteks. Pada kegiatan yang melibatkan mahasiswa kampus, GenBI menggunakan media digital, seminar interaktif, dan diskusi formal. Sementara dalam kegiatan yang berorientasi pada masyarakat umum, pendekatan komunikasinya lebih berbasis interpersonal dan partisipatif. Adaptabilitas ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi GenBI tidak hanya terikat pada aturan organisasi, tetapi juga sensitif terhadap kondisi sosial di lingkungan tempat kegiatan dilaksanakan.

Ketika strategi organisasi yang bersifat umum tersebut dikerucutkan ke dalam kegiatan GenBI Mengabdikan di Desa Pageraji, pola komunikasi GenBI mengalami penyesuaian yang cukup signifikan. Jika dalam organisasi komunikasi berjalan dengan formal dan digital, maka di Pageraji komunikasi menjadi lebih personal, lisan, dan langsung. Warga menyampaikan bahwa mereka lebih mudah memahami informasi melalui komunikasi tatap muka daripada melalui media digital. Oleh karena itu, GenBI menyesuaikan strategi komunikasinya dengan mengedepankan keakraban, dialog dua arah, dan penggunaan bahasa sederhana. Mahasiswa mengakui bahwa penyampaian materi di desa membutuhkan teknik yang berbeda dibandingkan penyampaian pesan di forum akademik, karena masyarakat memiliki latar belakang pendidikan dan kebiasaan komunikasi yang beragam.

Selain dengan penyesuaian teknik pesan yang disampaikan di Pageraji juga mengalami proses adaptasi. GenBI menyadari bahwa konten yang terlalu teoretis tidak mudah diterima masyarakat desa, sehingga pesan disederhanakan dan dikaitkan dengan kebutuhan nyata warga seperti pengelolaan sampah, usaha kecil, atau kesehatan keluarga. Warga menilai bahwa materi yang diberikan mudah dipahami karena mahasiswa memberikan contoh langsung dan praktik lapangan. Bahkan Ketua Panitia GenBI Mengabdikan, Akhti Khasanah menegaskan pentingnya penyesuaian tersebut dengan menyatakan bahwa

*“di desa, cara menyampaikan pesan harus lebih santai dan dekat*

*agar warga merasa nyaman dulu sebelum menerima materi.*”<sup>109</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi GenBI di Pageraji tidak hanya fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pemahaman dan penerapan. Strategi komunikasi GenBI di Pageraji juga menekankan pentingnya kolaborasi dengan perangkat desa. Kepala desa mengungkapkan bahwa mahasiswa secara rutin berkoordinasi untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai aturan desa dan dapat diterima masyarakat. Kolaborasi ini menjadi bagian dari strategi komunikasi eksternal GenBI yang berfungsi membangun kepercayaan, legitimasi, dan dukungan sosial. Meskipun demikian, perangkat desa juga mengingatkan bahwa penyampaian informasi dari GenBI perlu lebih cepat agar warga dapat diberi tahu secara menyeluruh dan tepat waktu.

Strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto secara keseluruhan dapat dipahami sebagai kombinasi antara struktur formal organisasi dan kemampuan adaptasi anggota dalam berkomunikasi dengan audiens yang berbeda. Di tingkat organisasi, strategi komunikasi berjalan melalui alur koordinasi, publikasi, dan konsistensi pesan. Namun saat diterapkan di Desa Pageraji, strategi tersebut disesuaikan melalui komunikasi interpersonal, pendekatan partisipatif, penggunaan bahasa yang lebih sederhana, dan interaksi yang lebih intens dengan masyarakat. Perbedaan konteks audiens membuat GenBI harus mengelola strategi komunikasinya secara fleksibel agar pesan yang disampaikan benar-benar dapat dipahami dan diterima.

### **C. Analisis Meningkatkan citra positif mahasiswa**

Upaya meningkatkan citra positif mahasiswa merupakan salah satu dimensi penting dalam strategi komunikasi GenBI Purwokerto. Citra mahasiswa yang ingin dibangun bukan sekadar representasi individu, tetapi sebagai simbol dari generasi muda akademis yang memiliki kompetensi, kepedulian sosial, dan kemampuan berkontribusi secara nyata di masyarakat.

---

<sup>109</sup> Wawancara dengan Akhti Khasanah, 9 November 2025

Dalam konteks ini, strategi komunikasi GenBI tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga pada penciptaan persepsi publik mengenai kualitas mahasiswa sebagai agen perubahan. Proses ini terjadi melalui interaksi, kegiatan pengabdian, penyampaian pesan yang relevan, serta kemampuan anggota GenBI menghadirkan pengalaman positif kepada masyarakat.

Citra mahasiswa mulai terbentuk melalui komunikasi internal GenBI yang memungkinkan anggota tampil lebih terarah dan percaya diri. N Nia Nurmayanti Presiden GenBI menegaskan bahwa

*“Kami memastikan setiap anggota dibekali dengan pengetahuan yang memadai serta kesiapan mental dan teknis yang optimal sebelum terjun langsung ke masyarakat, sehingga mereka dapat tampil meyakinkan sebagai mahasiswa yang kompeten dan profesional di mata publik.”<sup>110</sup>*

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa penguatan kapasitas internal merupakan bagian dari strategi meningkatkan citra, karena mahasiswa yang terlatih akan lebih mampu memberikan kesan profesional dan terorganisir ketika berinteraksi dengan publik. Citra positif mahasiswa juga diperkuat melalui komunikasi eksternal yang dilakukan GenBI dengan berbagai pemangku kepentingan. Kegiatan publikasi, koordinasi dengan lembaga mitra, serta partisipasi dalam kegiatan formal bersama Bank Indonesia dan kampus menjadi aspek penting yang menempatkan mahasiswa GenBI sebagai kelompok yang memiliki kredibilitas. Warga dan perangkat desa di beberapa kegiatan sebelumnya juga memberikan penilaian bahwa keberadaan mahasiswa GenBI dianggap mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kapasitas anak muda. Dalam banyak interaksi, masyarakat melihat mahasiswa GenBI sebagai kelompok yang berpengetahuan namun tetap mudah didekati. Persepsi semacam ini muncul karena cara komunikasi mahasiswa yang tidak hanya berbasis materi akademis, tetapi menekankan empati, kesopanan, dan kesediaan untuk mendengarkan.

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Nia Nurmayanti, 14 April 2025

Ketika strategi komunikasi ini diterapkan secara khusus dalam kegiatan GenBI Mengabdi di Desa Pageraji, proses pembentukan citra positif mahasiswa menjadi semakin nyata. Interaksi langsung dengan masyarakat memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menunjukkan nilai-nilai kepedulian, tanggung jawab, dan kemampuan mengelola kegiatan sosial. Warga Desa Pageraji mengungkapkan bahwa mereka melihat mahasiswa GenBI sebagai kelompok yang sopan, ramah, dan mau membaur. Hal ini memperkuat citra bahwa mahasiswa tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki karakter sosial yang kuat.

Namun pembentukan citra positif ini tidak terjadi tanpa dinamika. Ketua Panitia GenBI Mengabdi di Pageraji, Akhti Khasanah, mengakui bahwa

*“Kadang-kadang warga pertama kali menilai kita dari cara kita menyapa, berbicara, dan berinteraksi secara awal dengan mereka, nah makanya pendekatan pertama yang kita lakukan dengan penuh perhatian dan kesopanan sangat menentukan kesan positif serta persepsi awal mereka terhadap kita secara keseluruhan.”<sup>111</sup>*

Kalimat tersebut menunjukkan bahwa tantangan terbesar dalam membangun citra positif ada pada momen pertama berinteraksi, di mana mahasiswa harus mampu menunjukkan sikap yang santun dan komunikatif. Apabila pendekatan awal kurang tepat, persepsi warga dapat terpengaruh dan proses penerimaan masyarakat menjadi lebih sulit.

Meskipun secara umum citra mahasiswa meningkat melalui pelaksanaan kegiatan, terdapat pula catatan penting dari masyarakat yang menunjukkan bahwa citra yang terbentuk tidak selalu sempurna. Beberapa warga menilai bahwa penyampaian materi terkadang terlalu cepat, sementara sebagian lainnya merasa bahwa ada anggota yang belum sepenuhnya percaya diri ketika berbicara di depan umum. Hal ini menunjukkan bahwa citra positif mahasiswa tidak hanya terbentuk dari nilai-nilai inti GenBI, tetapi juga ditentukan oleh kompetensi individu yang beragam. Dengan kata lain, meski

---

<sup>111</sup> Wawancara dengan Akhti Khasanah, 9 November 2025

organisasi memiliki strategi yang baik, keberhasilan membangun citra tetap bergantung pada kesiapan tiap anggota.

Di Pageraji citra positif mahasiswa semakin diperkuat melalui dampak langsung kegiatan, seperti pelatihan UMKM, edukasi lingkungan, dan kegiatan pemberdayaan pemuda. Warga menilai bahwa keberadaan mahasiswa memberikan manfaat nyata karena kegiatan tersebut menyelesaikan kebutuhan lokal. Ketika masyarakat melihat bahwa mahasiswa memberikan kontribusi konkret, persepsi positif terbentuk secara spontan tanpa perlu upaya persuasi berlebihan. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi berbasis pengalaman (*experiential communication*), di mana citra tidak hanya terbentuk oleh apa yang dikatakan, tetapi terutama oleh apa yang dilakukan.<sup>112</sup>

Analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi GenBI Purwokerto berperan penting dalam meningkatkan citra positif mahasiswa, baik di tingkat organisasi maupun saat berinteraksi langsung dengan masyarakat. Citra tersebut terbentuk dari kombinasi kompetensi komunikasi, sikap personal anggota, relevansi pesan yang disampaikan, serta manfaat yang dirasakan warga melalui kegiatan sosial. Dengan demikian, strategi komunikasi GenBI tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi menjadi instrumen utama dalam menghadirkan mahasiswa sebagai sosok yang kredibel, peduli, dan memiliki kontribusi nyata bagi masyarakat.

#### **D. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian yang diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara dengan Presiden GenBI Purwokerto, ketua panitia, anggota GenBI, serta warga Desa Pageraji memperlihatkan bahwa strategi komunikasi organisasi GenBI tidak hanya memengaruhi efektivitas pelaksanaan program,

---

<sup>112</sup> Charles Fombrun. *Building Corporate Identity, Image and Reputation in the Digital Era*, Routledge, 2021.

tetapi juga secara langsung membentuk citra positif mahasiswa di mata masyarakat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa setiap tindakan, interaksi, dan pesan yang dibawa oleh mahasiswa menghasilkan persepsi tertentu yang kemudian berkembang menjadi citra publik. Dalam konteks penelitian ini, analisis citra positif mahasiswa menggunakan lima unsur utama, yaitu identitas, reputasi, personalitas, nilai, dan komunikasi dan juga Proses pembentukan dan pengelolaan citra positif.

Oleh karena itu pembahasan selanjutnya akan menguraikan bagaimana masing-masing unsur tersebut muncul dan terbentuk melalui dinamika kegiatan GenBI, serta bagaimana strategi komunikasi organisasi berperan dalam menegaskan kelima unsur citra positif tersebut sehingga mahasiswa dipandang sebagai individu yang kompeten, berintegritas, dan mampu memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat.

### **1. Identitas dalam Citra Positif**

Identitas merupakan ciri khas atau karakteristik unik yang membedakan suatu entitas dengan entitas lainnya. Dalam konteks organisasi, identitas mencakup nilai-nilai inti, visi, misi, budaya organisasi, dan cara organisasi memperlihatkan dirinya ke publik. Identitas berfungsi sebagai dasar yang menjaga konsistensi dan membentuk citra organisasi di mata anggota maupun masyarakat luas. Sebagai suatu organisasi mahasiswa, pembangunan identitas merupakan langkah strategis untuk menegaskan keberadaan serta tujuan organisasi dalam lingkungan kampus maupun masyarakat.

GenBI Purwokerto memiliki identitas yang kuat sebagai komunitas mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia yang tidak hanya berorientasi pada prestasi akademik, tetapi juga aktif dalam kegiatan sosial dan pengabdian masyarakat. Organisasi ini mengedepankan nilai-nilai integritas, kepedulian sosial, dan inovasi sebagai landasan dalam setiap aktivitasnya. Bentuk identitas ini terlihat

dalam berbagai program yang dijalankan GenBI, seperti pelatihan kewirausahaan, edukasi literasi keuangan, serta pengabdian langsung di masyarakat yang menjadi salah satu ciri khas organisasi ini. Presiden GenBI Purwokerto, Mochamad Fajar Arianto, menjelaskan secara mendalam mengenai identitas GenBI. Ia mengatakan,

*“Identitas GenBI bukan sekadar label, melainkan cerminan dari sikap dan karakter kami sebagai mahasiswa yang peduli dan bertanggung jawab. Kami berkomitmen membangun komunitas yang tidak hanya focus pada akademik, tetapi juga membawa manfaat nyata bagi masyarakat sekitar. Visi kami adalah menjadi agen perubahan yang mampu berkontribusi dalam pembangunan daerah dan negara, melalui penguatan karakter, inovasi, serta sinergi yang solid antar anggota. Identitas inilah yang menjadi pondasi dan semangat dalam setiap langkah organisasi, sehingga kami memiliki ciri khas yang membedakan GenBI dari organisasi mahasiswa lain”*<sup>113</sup>

Identitas GenBI Purwokerto juga tercermin dalam budaya organisasi yang mendorong kerja sama, keterbukaan, dan inovasi di antara anggota. Budaya ini menciptakan iklim organisasi yang suportif dan dinamis, di mana setiap anggota didorong untuk berkontribusi secara aktif serta berkembang secara pribadi maupun kolektif. Melalui penerapan nilai-nilai ini, GenBI berhasil membentuk komunitas yang tidak hanya solid, tetapi juga adaptif terhadap perubahan zaman dan kebutuhan masyarakat. Hal ini disampaikan oleh Nia Nurmayanti

*“Budaya organisasi kami adalah fondasi yang memperkuat identitas GenBI. Di sini, kami saling mendukung dan terus berinovasi agar mampu memberikan dampak positif yang lebih luas. Identitas kami bukan hanya dari apa yang kami katakan, tetapi juga dari bagaimana kami menjalankan setiap kegiatan secara konsisten,”*<sup>114</sup>

Identitas GenBI Purwokerto juga diperkuat dengan kehadiran mereka secara nyata di lapangan melalui program-program pengabdian masyarakat. Melalui serangkaian kegiatan seperti "GenBI Mengabdikan" di Desa Pageraji, GenBI menampilkan citra sebagai organisasi yang tidak

<sup>113</sup> Wawancara dengan Mochamad Fajar Arianto, 6 November 2025

<sup>114</sup> Wawancara dengan Nia Nurmayanti, 14 April 2025

hanya aktif di lingkup akademik, tetapi juga peduli dan berkontribusi pada pengembangan sosial dan ekonomi masyarakat. Presiden GenBI Purwokerto Stevani Aprilya Pratama menegaskan,

*“Keberadaan kami di masyarakat bukan hanya sekadar sebagai mahasiswa, tetapi sebagai agen perubahan yang hadir untuk memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat”*<sup>115</sup>

Dari sisi masyarakat, identitas GenBI Purwokerto telah mendapat penilaian positif khususnya dari tokoh masyarakat setempat. Kepala Desa Pageraji, Bapak Sutrisno S.E, menyampaikan,

*“Kami di desa Pageraji sangat mengapresiasi kehadiran GenBI Purwokerto. Mereka bukan seperti tamu biasa yang datang dan pergi tanpa jejak, tapi benar-benar jadi bagian dari kami yang peduli dan mau berbagi. Kehadiran GenBI memberikan semangat baru bagi masyarakat karena kami melihat mereka bukan hanya sekadar organisasi mahasiswa biasa, tapi memang punya perhatian tulus untuk membantu dan membangun desa kami. Kami merasa dihargai dan diperhatikan dengan sungguh-sungguh, bukan sekadar formalitas semata.*

*GenBI ini hadir dengan sikap yang sangat rendah hati dan penuh dedikasi, sehingga kami benar-benar merasakan manfaat dan perubahan yang mereka bawa. Rasa kekeluargaan dan kebersamaan terasa kuat antara GenBI dan warga desa. Kami yakin bahwa GenBI bukan hanya bicara soal visi dan misi, tapi memang menjalankan tujuan itu lewat tindakan nyata yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Inilah yang membuat mereka layak disebut agen perubahan yang berdampak positif bagi desa kami.”*<sup>116</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan tokoh masyarakat, diketahui bahwa GenBI Purwokerto merupakan organisasi yang benar-benar hadir dan berkontribusi secara nyata di masyarakat. Organisasi ini tidak hanya dikenal sebagai komunitas mahasiswa, tetapi juga sebagai agen perubahan yang peduli dan aktif dalam membantu pembangunan di lingkungan sekitar. Tokoh masyarakat menilai bahwa keberadaan GenBI tidak sekadar ceremonial, melainkan nyata memberikan dampak positif melalui berbagai aktivitas sosial yang melibatkan anggota dan warga secara langsung.

---

<sup>115</sup> Wawancara dengan Stevani Aprilya Pratama, 4 November 2025

<sup>116</sup> Wawancara dengan Kepala Desa Pageraji, 17 Maret 2025

Tokoh masyarakat juga menegaskan bahwa citra positif Mahasiswa semakin kuat berkat komitmen konsisten mereka dalam menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak, terutama masyarakat lokal. Dukungan dan apresiasi yang diberikan masyarakat menjadi bukti bahwa strategi komunikasi dan identitas organisasi telah berhasil membangun kepercayaan dan kedekatan emosional. Hal ini membuktikan bahwa GenBI mampu menjembatani tujuan akademik dengan kepedulian sosial yang berkelanjutan di lapangan. Ditambahkan juga oleh presiden GenBI Purwokerto Mochamad Fajar Arianto.

*"Ketika masyarakat merasakan manfaat langsung dari keberadaan kami, maka identitas sebagai organisasi peduli menjadi semakin kuat dan bermakna,"<sup>117</sup>*

## **2. Reputasi dalam Citra Positif**

Reputasi adalah penilaian, persepsi, atau opini yang terbentuk dalam masyarakat terhadap suatu organisasi berdasarkan pengalaman, interaksi, dan kualitas aktivitas organisasi tersebut selama periode waktu tertentu. Reputasi mencerminkan kredibilitas, integritas, dan kepercayaan publik terhadap organisasi yang dibangun melalui konsistensi perilaku dan kinerja organisasi dalam memenuhi ekspektasi berbagai pemangku kepentingan. Dalam konteks organisasi, reputasi bukan sekadar nama baik, melainkan modal sosial yang berperan penting dalam memperkuat citra dan memudahkan organisasi menjalankan misinya dengan dukungan luas dari masyarakat.

Dalam konteks strategi komunikasi organisasi, reputasi mahasiswa GenBI Purwokerto terbentuk melalui rangkaian aktivitas komunikasi yang dirancang secara sistematis dan dijalankan selama program kerja GenBI di Desa Pageraji. Reputasi dalam hal ini dipahami sebagai penilaian masyarakat terhadap kualitas, integritas, dan kontribusi

---

<sup>117</sup> Wawancara dengan Mochamad Fajar Arianto, 6 November 2025

mahasiswa yang muncul berdasarkan pengalaman langsung selama interaksi komunikasi berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi mahasiswa meningkat karena komunikasi yang dibangun bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga mengandung unsur kedekatan emosional, konsistensi perilaku, dan manfaat nyata bagi masyarakat.

Strategi komunikasi GenBI yang memadukan pendekatan interpersonal, demonstrasi langsung, dan penggunaan bahasa sederhana membuat masyarakat merasa dekat dan nyaman dalam berinteraksi. Beberapa warga menyatakan bahwa mereka sebelumnya memiliki anggapan bahwa mahasiswa cenderung formal, urusanya hanya demo, hanya fokus pada teori dan foya-foya. Namun, melalui program pengabdian, pandangan tersebut berubah.

*“Ternyata anak-anak mahasiswa itu ramah. Mereka mau menjelaskan pelan-pelan, tidak sombong, dan mau mendengarkan kami juga.”<sup>118</sup>*

Pernyataan Ibu Siti Suryati ini menunjukkan bahwa reputasi mahasiswa meningkat karena adanya komunikasi dua arah yang terbuka dan sikap yang bersahabat. Masyarakat juga menilai bahwa mahasiswa mampu menunjukkan karakter yang sopan, mudah diajak berdiskusi, dan tidak menunjukkan kesan menjaga jarak.

Reputasi mahasiswa GenBI terbentuk karena adanya konsistensi antara apa yang mereka komunikasikan dengan tindakan yang mereka lakukan di lapangan. Dalam membangun kepercayaan masyarakat, bukan hanya kata-kata atau janji yang penting, tetapi bagaimana janji itu diwujudkan secara nyata. Konsistensi ini menciptakan kesan bahwa organisasi dapat diandalkan dan serius dalam menjalankan programnya. Pendekatan yang sistematis dan keterlibatan langsung dalam kegiatan membuat masyarakat percaya dan merasa yakin bahwa GenBI bukan hanya sebatas organisasi formal, melainkan mitra yang peduli dan

---

<sup>118</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Suryati, 21 Maret 2025

bertanggung jawab. Teori komunikasi organisasi menegaskan bahwa konsistensi antara sikap dan perilaku adalah kunci dalam mempertahankan kredibilitas dan membangun reputasi jangka panjang yang kuat.

*“Mereka sopan dan juga benar turun sebagai mahasiswa yang pintar-pinter membantu warga di desa Pageraji ini. Yang notabene masih banyak kurangnya, jadi pada paham tentang banyak hal”<sup>119</sup>*

Ibu Siti Romah, salah seorang warga Desa Pageraji, juga menguatkan pandangan tersebut dengan menyebutkan bahwa mahasiswa GenBI sangat sopan dan benar-benar turun langsung membantu masyarakat di desa yang masih memiliki banyak kekurangan. Keberadaan mereka tidak hanya sebagai mahasiswa yang cerdas, tetapi juga sebagai sosok yang peduli dan mampu memberikan pemahaman baru kepada warga tentang berbagai hal penting. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi GenBI terbentuk dari sikap hormat dan kesungguhan mereka dalam berkontribusi nyata bagi masyarakat. Pendekatan yang demikian membuat warga lebih percaya dan merasa dekat dengan mahasiswa, sehingga reputasi positif ini menjadi modal sosial penting yang mendukung kelancaran program dan keberlanjutan hubungan antara GenBI dengan komunitas Desa Pageraji.

Dari sisi internal GenBI, mahasiswa juga menyadari bahwa reputasi mereka terbentuk melalui proses komunikasi yang mereka bangun sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Presiden GenBI Nia Nurmawati mengatakan, kesadaran ini membuat mereka menampilkan perilaku yang lebih terarah, profesional, dan penuh empati, yang kemudian memberi kontribusi besar terhadap reputasi positif mahasiswa di mata masyarakat.

*“Kami sadar bahwa bagaimana kami berbicara, bersikap, dan berinteraksi itu akan memengaruhi bagaimana warga melihat*

---

<sup>119</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Romah, 3 November 2025

*mahasiswa secara keseluruhan.”*<sup>120</sup>

Secara keseluruhan, strategi komunikasi organisasi yang diterapkan GenBI meliputi pemilihan komunikator yang tepat, pesan yang relevan, media yang sesuai, dan pendekatan interpersonal—telah menciptakan reputasi mahasiswa sebagai pihak yang kompeten, peduli, dan mampu memberikan kontribusi nyata. Reputasi ini terbentuk secara bertahap melalui pengalaman warga selama proses komunikasi, dan pada akhirnya memperkuat citra mahasiswa sebagai aktor sosial yang membawa manfaat bagi Desa Pageraji.

### **3. Personalitas dalam Citra Positif**

Personalitas dalam komunikasi organisasi dipahami sebagai seperangkat sifat-sifat manusiawi yang dilekatkan pada suatu entitas, seperti keramahan, kepedulian, inovasi, tanggung jawab, atau kehangatan emosional. Personalitas memiliki fungsi strategis dalam membentuk hubungan emosional antara organisasi dan audiensnya karena sifat-sifat tersebut menciptakan kedekatan, menumbuhkan rasa percaya, dan membedakan organisasi dari entitas lainnya. Dalam konteks penelitian ini, personalitas GenBI Purwokerto menjadi elemen yang sangat penting dalam menjelaskan bagaimana strategi komunikasi mereka terbukti efektif dalam meningkatkan citra positif mahasiswa di Desa Pageraji. Personalitas tersebut tampil tidak hanya melalui tindakan individual para anggota, tetapi juga dalam wujud representasi kolektif organisasi saat berinteraksi dengan warga desa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personalitas GenBI Purwokerto terbentuk dari kombinasi antara kehangatan, keterbukaan, empati, tanggung jawab, serta penghormatan terhadap norma lokal. Kehangatan dan keterbukaan tampak sejak tahap awal kegiatan ketika mahasiswa mendatangi warga, menyapa mereka, dan mengajak terlibat

---

<sup>120</sup> Wawancara dengan Nia Nurmayanti, 14 April 2025

secara aktif dalam setiap program. Mahasiswa menyadari bahwa personalitas bukan sesuatu yang terbentuk begitu saja, tetapi perlu dipersiapkan melalui koordinasi internal. Akhti Khasanah menyampaikan bahwa sebelum kegiatan dimulai, mereka selalu melakukan diskusi internal untuk memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh warga.

*“Sebelum kegiatan dimulai, kami biasanya mengadakan rapat internal dulu supaya pesan yang kami sampaikan nanti bisa diterima dengan baik.”<sup>121</sup>*

Kalimat ini menunjukkan bahwa personalitas hangat dan komunikatif GenBI merupakan hasil dari perencanaan sadar dalam strategi komunikasi mereka, sehingga perilaku ramah bukan hanya spontanitas, tetapi merupakan bagian dari identitas organisasi. Selain kehangatan personalitas GenBI juga sangat dipengaruhi oleh empati komunikatif, yakni kemampuan menyesuaikan cara penyampaian pesan dengan kebutuhan dan karakteristik warga Pageraji. Empati ini terlihat saat mahasiswa memilih menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar tidak menciptakan jarak linguistik dengan warga. Kepala Desa Pageraji mengonfirmasi hal ini dengan menyatakan,

*“Mereka menjelaskan dengan bahasa yang sederhana semua orang dari perangkat sampai warga bisa memahami dengan baik. Terkadang walaupun mereka mahasiswa yang terbiasa menggunakan bahasa indonesia pun kalo di pageraji ngikut pakai bahasa jawa”<sup>122</sup>*

Penggunaan bahasa sederhana bukan hanya strategi komunikasi teknis, melainkan refleksi dari personalitas yang berpihak pada warga, menunjukkan bahwa mahasiswa benar-benar peduli pada pemahaman masyarakat dan tidak ingin menyulitkan mereka. Penyesuaian pendekatan ini memperlihatkan dimensi personalitas yang sensitif terhadap kondisi sosial, sebuah sifat yang membuat warga merasa dihargai.

Personalitas GenBI juga tampak melalui sikap bertanggung jawab

---

<sup>121</sup> Wawancara dengan Akhti Khasanah, 9 November 2025

<sup>122</sup> Wawancara dengan Kepala Desa Pageraji, 17 Maret 2025

dan profesional dalam menjaga akurasi informasi. Mahasiswa tidak sekadar menyampaikan materi, tetapi memastikan bahwa pesan yang sampai ke warga tidak menimbulkan salah tafsir. Salah satu anggota mengungkapkan bahwa menjaga konsistensi informasi merupakan tantangan yang harus mereka hadapi. Sikap ini menunjukkan bahwa personalitas GenBI tidak hanya berorientasi pada keramahan, tetapi juga mengandung integritas dan tanggung jawab intelektual. Warga melihat mahasiswa sebagai figur yang dapat dipercaya, karena mereka berhati-hati dalam memberikan edukasi dan tidak menyampaikan informasi secara sembarangan.

Personalitas GenBI tercermin pula dari cara mereka menghormati struktur sosial dan norma lokal di Desa Pageraji. Mahasiswa tidak bergerak sendiri tanpa koordinasi, tetapi selalu melibatkan aparat desa dalam setiap rencana kegiatan. Kepala desa Bapak Sutrisno S.E menyampaikan,

*“Mereka tidak jalan sendiri, tetapi selalu melibatkan desa. Bahkan untuk hal kecil seperti meminjam tempat atau meminta bantuan ke ketua RT, mereka selalu memberi kabar dulu.”*<sup>123</sup>

Sikap ini menunjukkan personalitas rendah hati dan menghargai kearifan lokal, sebuah aspek penting dalam membangun hubungan sosial yang harmonis di lingkungan pedesaan. Warga merasa dihormati dan dilibatkan, sehingga hubungan mahasiswa–masyarakat tidak bersifat hierarkis, melainkan partisipatif.

Keseluruhan temuan tersebut menunjukkan bahwa personalitas GenBI Purwokerto merupakan kombinasi yang terintegrasi antara kehangatan, empati, sopan santun, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap kultur lokal. Personalitas ini membentuk atmosfer komunikasi yang nyaman dan tidak mengintimidasi warga. Sebagai hasilnya, warga menjadi lebih terbuka, lebih percaya, dan lebih menerima kehadiran

---

<sup>123</sup> Wawancara dengan Kepala Desa Pageraji, 17 Maret 2025

mahasiswa. Mereka tidak hanya fokus pada isi kegiatan, tetapi juga pada bagaimana mahasiswa membawa diri, bersikap, dan membangun hubungan interpersonal. Dengan demikian, personalitas GenBI berperan sebagai elemen penting yang memperkuat efektivitas strategi komunikasi mereka sekaligus menjadi fondasi utama dalam pembentukan citra positif mahasiswa di mata masyarakat Pageraji.

#### **4. Nilai dalam Citra Positif**

Nilai (values) merupakan seperangkat prinsip moral, etika, dan keyakinan yang menjadi dasar bagi sebuah organisasi dalam bertindak dan mengambil keputusan. Pada tingkat organisasi, nilai tidak hanya berfungsi sebagai pedoman perilaku, tetapi juga sebagai kompas yang menentukan kualitas hubungan organisasi dengan publiknya. Nilai yang kuat dan dijalankan secara konsisten mampu membangun kepercayaan, memperkuat citra positif, serta menciptakan keselarasan antara harapan masyarakat dan tindakan organisasi. Namun dalam praktiknya, nilai organisasi tidak selalu tercermin secara sempurna, sehingga terdapat dinamika antara nilai ideal dan nilai yang dirasakan langsung oleh masyarakat.

Dalam konteks GenBI Purwokerto, nilai yang mereka anut terlihat dari pandangan masyarakat Desa Pageraji yang menjadi lokasi pelaksanaan program GenBI Mengabdi. Banyak warga menilai bahwa mahasiswa memiliki nilai kepedulian dan kerelawanan yang cukup menonjol. Hal ini tampak dari cara mereka berinteraksi dan bersikap selama kegiatan. Salah satu warga, Ibu Carsem menuturkan bahwa mahasiswa GenBI terlihat tulus dan sabar ketika berkomunikasi dengan warga. Ia menyampaikan,

*“Mereka itu kalau menjelaskan selalu pelan-pelan dan memperhatikan kami. Terasa sekali kalau mereka memang ingin membantu, bukan cuma menjalankan tugas saja. Jadi kerasa sekali*

*seperti anak sendiri*”<sup>124</sup>

Pernyataan ini menunjukkan adanya nilai empati dan rasa hormat yang ditampilkan secara nyata. Nilai lain yang diidentifikasi masyarakat adalah nilai tanggung jawab. Beberapa kegiatan seperti penyuluhan kesehatan, edukasi kebersihan lingkungan, dan pembinaan pemuda dinilai berjalan terstruktur tanpa kesan tergesa-gesa. Bapak Ahmad Sudin, seorang lansia, menyampaikan bahwa mahasiswa GenBI selalu datang tepat waktu dan menyiapkan kegiatan dengan rapi. Ia mengatakan,

*“Mereka itu kalau janji jam sekian, ya datang jam sekian. Terus alat-alatnya juga selalu disiapkan dari awal, jadi kami tinggal ikut saja.”*<sup>125</sup>

Sikap ini menunjukkan bahwa GenBI memiliki nilai profesionalitas yang cukup kuat, terutama terkait kedisiplinan dan komitmen menjalankan program

Namun demikian, tidak semua nilai ideal terlaksana secara sempurna. Sebagian warga menilai bahwa meskipun mahasiswa GenBI ramah dan komunikatif, koordinasi awal dengan masyarakat terkadang agak terlambat. Hal ini membuat beberapa warga baru mengetahui kegiatan ketika waktu pelaksanaan sudah dekat. Ibu Siti Suryati mengungkapkan,

*“Waktu itu kami baru tahu sehari sebelumnya, jadi beberapa ibu-ibu tidak bisa ikut karena sudah ada janji lain. Kalau dari awal diberi tahu mungkin bisa lebih banyak yang hadir. Karena memang mungkin komunikasi di desa sini kurang bagus ya, jadi saya pun tau informasi acara puncak sehari sebelumnya.”*<sup>126</sup>

Temuan ini menunjukkan adanya celah dalam konsistensi nilai transparansi dan keterbukaan informasi, karena harapan warga mengenai komunikasi yang lebih awal belum sepenuhnya terpenuhi.

Sebagian pemuda desa juga memberikan catatan mengenai nilai

<sup>124</sup> Wawancara dengan Ibu Carsem, 28 Oktober 2025

<sup>125</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Sudin, 28 Oktober 2025

<sup>126</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Suryati, 21 Maret 2025

keberlanjutan program. Mereka mengapresiasi semangat dan kepedulian mahasiswa, namun beberapa dari mereka mengharapkan adanya tindak lanjut jangka panjang. Dalam Pandangan ini mengindikasikan bahwa nilai keberlanjutan belum sepenuhnya terwujud, sehingga terdapat jarak antara harapan masyarakat dan kapasitas GenBI dalam mempertahankan program secara reguler. Faiz Sya'ban salah satu pemuda desa, menuturkan,

*“Kegiatannya bagus, cuma kalau bisa jangan berhenti di satu rangkaian kegiatan saja. Kami butuh lanjutan biar yang dipelajari itu bisa diterapkan lebih jauh.”<sup>127</sup>*

Di sisi lain, nilai kesederhanaan dan kerendahan hati menjadi aspek yang paling disorot warga. Banyak dari mereka terkesan karena mahasiswa GenBI tidak menunjukkan jarak sosial dengan warga. Hal ini memperkuat bahwa nilai inklusivitas dan kesetaraan menjadi salah satu elemen positif yang dihargai masyarakat. Ibu Suci Lestari menuturkan,

*“Anak-anak mahasiswa itu ternyata tidak pilih-pilih orang, mau ngobrol sama siapa saja. Jadi kami merasa dekat, seperti keluarga sendiri.”<sup>128</sup>*

Secara umum, nilai-nilai GenBI tampak selaras dengan prinsip dasar pengabdian masyarakat, terutama dalam aspek kepedulian, empati, disiplin, dan kerendahan hati. Namun temuan penelitian juga menegaskan bahwa masih terdapat ruang untuk memperkuat nilai transparansi, keberlanjutan program, serta perencanaan komunikasi yang lebih matang. Ketidaktepatan tersebut bukan menjadi penghambat, tetapi justru memberikan gambaran realistis mengenai bagaimana nilai organisasi bekerja dalam konteks lapangan. Konsistensi menjalankan nilai-nilai tersebut dalam program mendatang akan menentukan seberapa kuat citra positif mahasiswa dapat dipertahankan di mata masyarakat

---

<sup>127</sup> Wawancara dengan Faiz Sya'ban, 3 November 2025

<sup>128</sup> Wawancara dengan Ibu Suci Lestari, 28 Oktober 2025

## 5. Komunikasi dalam Citra Positif

Komunikasi merupakan jantung dari setiap interaksi sosial dalam organisasi. Secara umum, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan secara efektif, transparan, dan relevan kepada audiens. Komunikasi yang baik memungkinkan terbentuknya persepsi yang akurat, penguatan hubungan sosial, serta pengelolaan isu atau kendala secara tepat. Dalam konteks organisasi mahasiswa seperti GenBI Purwokerto, komunikasi berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang mendukung pembentukan citra positif mahasiswa di mata masyarakat Desa Pageraji. Interaksi yang terjalin selama program GenBI Mengabdikan menunjukkan dinamika komunikasi yang kaya, terdiri dari kekuatan yang membangun kedekatan serta tantangan yang menunjukkan bahwa proses komunikasi masih perlu dikembangkan lebih lanjut.

Secara umum warga memandang komunikasi GenBI berlangsung dengan cukup baik. Mahasiswa dinilai ramah, mudah diajak bicara, serta menggunakan bahasa sederhana yang membantu warga memahami materi tanpa kesulitan berarti. Salah satu warga, Ibu Cica yang merupakan pelaku UMKM menyampaikan bahwa kehadiran mahasiswa terasa menyenangkan karena mereka mampu membawa suasana cair dalam kegiatan.

*“Ternyata memang mahasiswa itu enak ya, kami pasti banyak kurangnya. Nah kalo tanya ke mahasiswa pasti dijawab sedetail mungkin, jadi kita juga ngga sungkan untuk ngobrol atau sekedar tanya sesuatu. Ya walaupun tetap ada juga mahasiswa yang masih cuek dan kurang peka ”<sup>129</sup>*

Pernyataan Ibu Cica menunjukkan bahwa secara keseluruhan komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa GenBI dianggap sangat baik oleh warga. Mahasiswa dikenal ramah dan mudah diajak bicara, sehingga warga merasa nyaman untuk bertanya dan berdiskusi. Penggunaan bahasa

---

<sup>129</sup> Wawancara dengan Ibu Cica, 17 Maret 2025

yang sederhana membuat apa yang disampaikan lebih mudah dimengerti oleh masyarakat, yang sebagian besar tidak familiar dengan istilah teknis.

Meskipun demikian, masih ada beberapa mahasiswa yang terlihat kurang peka atau kurang responsif, yang menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi antar anggota masih bervariasi. Kondisi ini menjadi catatan penting untuk perbaikan agar komunikasi dapat berjalan lebih konsisten dan efektif di masa mendatang. Hal ini mencerminkan pentingnya kemampuan komunikasi interpersonal dan kepekaan terhadap audiens dalam menjalankan program pengabdian masyarakat sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dan diterima secara positif.

Namun, komunikasi yang baik tidak hanya bergantung pada keramahan, melainkan juga pada kemampuan memahami situasi dan ritme komunikasi masyarakat. Dalam aspek ini, beberapa kekurangan masih diamati. Beberapa warga menilai bahwa penyampaian informasi awal mengenai jadwal kegiatan terkadang terlambat. Ibu Carsem mengungkapkan,

*“Ada satu rangkaian kegiatan yang saya tidak ikut, itu karna saya tahunya mepet, jadi tidak bisa datang.”<sup>130</sup>*

Komentar ini mengindikasikan bahwa meskipun komunikasi saat kegiatan berlangsung efektif, komunikasi pra-kegiatan belum sepenuhnya terstruktur sesuai ekspektasi warga sehingga perlu perbaikan dari sisi perencanaan dan penyampaian informasi.

Selain keterlambatan penyampaian informasi, variasi kemampuan komunikasi di antara anggota GenBI juga menjadi catatan penting. Ada anggota yang komunikatif dan mudah menjelaskan, namun ada pula yang terlihat grogi saat berbicara di depan umum atau menjawab pertanyaan spontan dari warga. Hal ini menunjukkan ketidakkonsistenan dalam kompetensi komunikasi internal GenBI yang berdampak pada pengalaman warga yang berbeda-beda selama kegiatan berlangsung

---

<sup>130</sup> Wawancara dengan Ibu Carsem, 28 Oktober 2025

Bapak Ahmad Sudin mengungkapkan,

*“Sebagian ada yang lancar, tapi ada juga yang kelihatan gugup, jadi penjelasannya agak cepat dan kurang jelas.”<sup>131</sup>*

Dari perspektif perangkat desa, komunikasi yang dilakukan oleh GenBI dianggap cukup baik dan efektif dalam mendukung kelancaran program pengabdian masyarakat. Kepala Desa Pageraji menyampaikan bahwa mahasiswa selalu datang dengan sikap yang sopan, dan mereka rutin melaporkan perkembangan kegiatan kepada desa. Hal ini menciptakan rasa percaya dan memudahkan koordinasi antara GenBI dan perangkat desa. Sekalipun demikian, kepala desa juga mengapresiasi bahwa GenBI secara berkesinambungan membangun komunikasi yang terbuka dan profesional, sehingga kegiatan di desa dapat berjalan lancar dan sesuai dengan kebutuhan warga. Pendekatan ini menunjukkan bahwa GenBI mampu menjaga komunikasi yang efektif dengan pemangku kepentingan, yang menjadi faktor penting keberhasilan program pengabdian masyarakat di Desa Pageraji.

Komunikasi saat pelaksanaan sering dianggap sangat efektif karena mahasiswa menggunakan pendekatan yang friendly, partisipatif, serta mendorong dialog dua arah. Pendekatan dialogis ini mencerminkan bagaimana GenBI menempatkan masyarakat bukan sekadar objek, tetapi mitra aktif dalam proses edukasi dan pengembangan komunitas. Hal ini diperkuat oleh pendapat pemuda desa, Faiz Sya'ban, yang menyatakan,

*“Mereka tidak hanya ngomong saja, tapi juga dengar pendapat kami. Itu yang bikin kegiatan terasa lebih dekat dengan warga.”<sup>132</sup>*

Walaupun demikian, masih ada catatan mengenai keberlanjutan komunikasi. Setelah program selesai, beberapa warga merasa tindak lanjut kurang berjalan. Ibu Cica mengungkapkan,

*“Kalau bisa setelah acara selesai tetap ada kabar atau lanjutan. Biar yang sudah dipelajari tidak hilang begitu saja.”<sup>133</sup>*

---

<sup>131</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Sudin, 28 Oktober 2025

<sup>132</sup> Wawancara dengan Faiz Sya'ban, 3 November 2025

<sup>133</sup> Wawancara dengan Ibu Cica, 17 Maret 2025

Kritik ini menjadi masukan penting agar GenBI dapat mengembangkan komunikasi yang berorientasi jangka panjang dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat

Secara keseluruhan, proses komunikasi GenBI Purwokerto menunjukkan perpaduan antara kekuatan dan kelemahan yang bersifat wajar dalam pengabdian masyarakat. Mahasiswa berhasil membangun hubungan interpersonal yang sopan, ramah, serta mampu menyesuaikan bahasa dengan karakteristik warga. Namun aspek perencanaan komunikasi pra-acara, konsistensi penyampaian pesan, dan keberlanjutan komunikasi menjadi area utama yang perlu pengembangan lebih lanjut. Kondisi realistis ini memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi dipengaruhi bukan hanya oleh niat baik, tetapi juga oleh kesiapan teknis, koordinasi waktu, dan komitmen membangun hubungan berkelanjutan dengan audiens.

Dari sisi teknis, masyarakat menilai komunikasi mahasiswa GenBI cukup jelas, lugas, dan mudah dipahami. Pendekatan dialogis menciptakan interaksi dua arah sehingga warga merasa dilibatkan. Namun, perbedaan kemampuan komunikasi antaranggota serta penyampaian informasi yang cenderung mendekati waktu pelaksanaan menunjukkan perlunya peningkatan dan standarisasi kompetensi komunikasi bagi seluruh anggota GenBI.

Berdasarkan temuan tersebut dapat dipahami bahwa identitas, reputasi, personalitas, nilai, dan kualitas komunikasi GenBI Purwokerto terbentuk melalui interaksi langsung dan berkelanjutan antara mahasiswa dan masyarakat. Citra positif mahasiswa tidak muncul secara kebetulan, melainkan sebagai hasil dari rangkaian tindakan yang terencana dan terkoordinasi. Setiap unsur citra saling melengkapi dan bekerja bersama dalam membentuk persepsi publik terhadap mahasiswa GenBI. Untuk memahami bagaimana unsur-unsur tersebut dijalankan secara operasional, perlu ditinjau lebih jauh proses pembentukan dan pengelolaan citra yang dilakukan oleh organisasi, sebagai berikut :

## 1. Analisis Situasi dalam Citra Positif

Analisis situasi menjadi langkah pertama dalam pembentukan citra positif. Pada tahap ini, pengurus GenBI melakukan pemetaan lingkungan internal dan eksternal sebelum merancang kegiatan. Analisis situasi dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, karakter audiens, potensi tantangan komunikasi, serta kesiapan internal anggota GenBI. Ketua Panitia GenBI Mengabdi menjelaskan bahwa sebelum kegiatan berlangsung, tim terlebih dahulu membaca situasi desa dan kondisi warganya

*“Kami harus memahami dulu bagaimana karakter warga dan kondisi di lapangan supaya penyampaian materi nanti tidak keliru dan bisa diterima dengan baik.”*

Selain memetakan kondisi eksternal, GenBI juga mengevaluasi keadaan internal seperti kapasitas anggota dan pembagian peran. Beberapa anggota menuturkan bahwa proses membaca situasi ini penting untuk menghindari miskomunikasi dan memastikan bahwa gaya komunikasi yang digunakan sesuai dengan latar belakang masyarakat. Tahap analisis situasi ini menjadi fondasi awal dalam pembentukan citra mahasiswa sebagai kelompok yang terencana dan memahami konteks sosial.

## 2. Perencanaan Strategis dalam meningkatkan Citra Positif

Tahapan kedua, perencanaan strategis, bertujuan menyusun langkah-langkah konkret dan terukur untuk membangun citra sesuai dengan visi, misi, dan nilai inti organisasi GenBI Purwokerto. Di sini, pengurus merumuskan pesan utama yang ingin dicitrakan secara konsisten, seperti profesionalitas tinggi dalam pelaksanaan program, sikap peduli sosial yang tulus dan berkelanjutan, kemampuan kolaborasi tim lintas kampus yang solid, serta kompetensi mahasiswa dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi program pengabdian masyarakat secara efektif dan inovatif. Presiden GenBI Purwokerto Mochamad Fajar Arianto menjelaskan pendekatan ini dengan menyatakan,

*“Kami tidak bisa turun ke masyarakat tanpa persiapan. Apa yang kami tampilkan di lapangan harus sesuai dengan nilai GenBI dan menunjukkan bahwa kami memang layak dipercaya.”<sup>134</sup>*

Perencanaan strategis mencakup penentuan rinci strategi komunikasi, mulai dari struktur keseluruhan kegiatan dengan timeline yang jelas, pemilihan materi yang relevan, kontekstual, dan mudah dipahami oleh audiens heterogen, penyesuaian gaya bahasa dari formal ke santai sesuai kebutuhan, hingga metode pendekatan interpersonal yang adaptif seperti dialog dua arah, demonstrasi praktis, dan sesi tanya jawab interaktif. Tim juga mempertimbangkan alokasi sumber daya manusia per divisi, anggaran yang efisien, timeline pelaksanaan yang realistis, mekanisme evaluasi pra-, saat-, dan pasca-kegiatan untuk mengukur dampak, serta rencana kontingensi menghadapi risiko seperti cuaca buruk atau absensi warga. Di konteks GenBI Mengabdikan Desa Pageraji, perencanaan ini menghasilkan rundown kegiatan komprehensif yang mencakup sosialisasi awal dengan perangkat desa, pelatihan UMKM dengan fokus branding sederhana, edukasi eco-enzyme dengan praktik langsung, kegiatan belajar anak yang menyenangkan, dan evaluasi partisipatif dengan warga, semuanya dirancang untuk mencerminkan nilai kepedulian, inovasi, dan inklusivitas organisasi.

Tahap ini sangat penting karena citra positif tidak terbentuk secara kebetulan atau instan, melainkan dari tindakan yang terencana dengan matang, terukur secara objektif, dan selaras dengan ekspektasi masyarakat serta standar organisasi, sehingga GenBI dapat menunjukkan diri sebagai organisasi yang andal, visioner, akuntabel, dan siap berkontribusi jangka panjang dalam pengabdian masyarakat.

### **3. Implementasi dalam meningkatkan Citra Positif**

Tahap Implementasi merupakan titik paling krusial dan menentukan dalam seluruh proses pembentukan citra positif mahasiswa, karena justru

---

<sup>134</sup> Wawancara dengan Mochamad Fajar Arianto, 6 November 2025

pada tahap inilah masyarakat desa berinteraksi secara langsung, intensif, dan berkelanjutan dengan anggota GenBI Purwokerto selama pelaksanaan program di lapangan. Observasi lapangan yang mendalam menunjukkan bahwa warga Desa Pageraji menilai citra mahasiswa tidak hanya dari kualitas materi edukasi atau informasi yang diberikan semata, tetapi secara holistik dari berbagai aspek seperti sikap ramah yang hangat dan tulus, keramahan yang konsisten sepanjang kegiatan, kemampuan menjelaskan materi dengan sabar dan mudah dipahami, serta konsistensi perilaku positif seperti kesopanan, antusiasme, dan keterlibatan emosional selama kegiatan berlangsung dari awal hingga akhir.

Beberapa warga menyampaikan bahwa mahasiswa GenBI tampil sebagai sosok yang sangat mudah diajak berdiskusi secara terbuka, tidak pernah canggung atau kikuk dalam membaur dengan masyarakat dari berbagai kalangan usia dan latar belakang, serta mampu menciptakan suasana akrab yang membuat warga merasa dihargai dan nyaman berpartisipasi aktif. Akhti Khasanah salah satu anggota GenBI menyebutkan bahwa interaksi langsung ini menjadi ujian terbesar dan paling menantang bagi pembentukan citra organisasi secara keseluruhan. Ia mengatakan,

*“Saat kegiatan berlangsung, cara kami menyapa warga, cara menjelaskan materi dengan detail dan sabar, bahkan cara kami mendengarkan pertanyaan atau keluhan mereka dengan penuh perhatian sangat menentukan bagaimana warga memandang dan menilai mahasiswa secara keseluruhan.”<sup>135</sup>*

Pernyataan tersebut secara jelas menunjukkan bahwa citra positif terbentuk bukan hanya dari elemen verbal seperti penyampaian konten, tetapi secara dominan dari faktor komunikatif interpersonal yang holistik dan nonverbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh yang inklusif, kontak mata yang hangat, serta respons cepat terhadap kebutuhan warga, sehingga implementasi harus dijalankan dengan penuh kesadaran, kesiapan mental,

---

<sup>135</sup> Wawancara dengan Akhti Khasanah, 9 November 2025

dan komitmen tinggi akan persepsi publik yang akan terbentuk dari setiap momen interaksi di lapangan.

#### 4. Evaluasi dalam Menciptakan Citra Positif

Evaluasi dilakukan secara sistematis dan berkala sebagai upaya komprehensif untuk menilai efektivitas keseluruhan strategi komunikasi yang telah diterapkan dengan teliti, mengukur dampak nyata kegiatan terhadap perubahan persepsi dan sikap masyarakat secara signifikan, serta mengevaluasi sejauh mana pencapaian tujuan pembentukan citra positif telah tercapai sesuai rencana awal. GenBI Purwokerto melaksanakan evaluasi rutin dan terstruktur setelah setiap sesi kegiatan selesai, baik melalui diskusi internal yang mendalam antaranggota untuk merefleksikan pengalaman lapangan, pengumpulan umpan balik langsung dan terperinci dari perangkat desa melalui pertemuan khusus atau wawancara singkat, maupun observasi langsung terhadap perubahan sikap, respons partisipasi, dan tingkat pemahaman warga selama serta setelah program berlangsung. Ketua panitia mengungkapkan bahwa evaluasi menjadi ruang refleksi yang sangat strategis untuk menilai secara objektif apakah citra yang ingin ditampilkan dan direncanakan oleh organisasi sudah benar-benar sesuai, selaras, dan diterima dengan baik oleh persepsi masyarakat secara keseluruhan. Akhti Khasanah mengatakan,

*“Setelah kegiatan selesai kami selalu menanyakan umpan balik secara langsung dan mendetail, apakah penyampaian materi kami sudah jelas dan mudah dipahami atau masih perlu revisi agar lebih efektif di sesi berikutnya.”<sup>136</sup>*

Evaluasi ini secara efektif membantu mengidentifikasi aspek-aspek spesifik yang masih perlu diperbaiki dan dioptimalkan secara mendalam, seperti durasi penyampaian materi yang dirasa terlalu cepat sehingga warga kehilangan fokus atau merasa overwhelmed, penggunaan bahasa dan istilah yang belum cukup sederhana dan dekat dengan keseharian warga

---

<sup>136</sup> Wawancara dengan Akhti Khasanah, 9 November 2025

berpendidikan rendah, atau pembagian tugas antaranggota yang belum sepenuhnya optimal sehingga menyebabkan ketidakseimbangan beban kerja di lapangan. Temuan evaluasi ini memperlihatkan secara gamblang bahwa pembentukan citra positif mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari proses refleksi mandiri yang berkelanjutan, analisis data umpan balik yang objektif, serta komitmen untuk perbaikan berkualitas yang mampu menjaga momentum positif dan mengatasi kekurangan secara proaktif.

##### **5. Penyesuaian dalam Meningkatkan Citra Positif**

Tahap terakhir yang tak kalah penting adalah penyesuaian, yaitu proses perbaikan dan optimalisasi strategi komunikasi serta pelaksanaan kegiatan secara responsif dan adaptif berdasarkan hasil evaluasi sebelumnya yang telah dianalisis secara mendalam untuk memastikan efektivitas maksimal di lapangan. Penyesuaian ini muncul secara cepat dan tepat dalam berbagai bentuk seperti perubahan metode komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif, peningkatan koordinasi internal antar-divisi untuk sinkronisasi yang lebih baik, atau fleksibilitas tinggi dalam pelaksanaan kegiatan yang disesuaikan secara dinamis dengan kondisi, kebutuhan, dan ritme masyarakat desa yang beragam. Presiden GenBI, Stevani Aprilya Pratama menegaskan bahwa fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi cepat merupakan bagian esensial dan strategis dari pendekatan organisasi mereka dalam menghadapi realitas lapangan. Ia menyampaikan,

*“Kalau ada temuan atau kendala di lapangan yang tidak sesuai dengan rencana awal, kami harus cepat menyesuaikan diri dengan situasi terkini supaya kegiatan tetap berjalan lancar, relevan, dan benar-benar diterima serta diapresiasi oleh masyarakat.”<sup>137</sup>*

Penyesuaian ini secara konkret meliputi pengaturan ulang jadwal dan timeline kegiatan agar tidak bertabrakan atau mengganggu aktivitas harian warga seperti jam panen, pekerjaan rumah tangga, atau rutinitas anak sekolah, penggunaan metode belajar-mengajar yang lebih interaktif

---

<sup>137</sup> Wawancara dengan Stevani Aprilya Pratama, 4 November 2025

dan menyenangkan seperti permainan edukatif, diskusi kelompok kecil, atau simulasi praktik langsung, hingga pembinaan dan pelatihan internal secara intensif bagi anggota agar lebih siap, percaya diri, dan kompeten saat berkomunikasi serta berinteraksi dengan masyarakat dari berbagai latar belakang.

Tahap penyesuaian ini secara meyakinkan menunjukkan bahwa pembentukan citra positif mahasiswa bukanlah hasil dari perencanaan sempurna yang kaku dan statis, melainkan dari kemampuan organisasi GenBI untuk beradaptasi secara cerdas dan proaktif dengan dinamika lapangan yang tak terduga, kebutuhan audiens yang terus berubah, serta masukan berharga dari berbagai pemangku kepentingan, sehingga strategi komunikasi tetap efektif, relevan, dan mampu memperkuat citra jangka panjang yang berkelanjutan.

#### **E. Indikator Penciptaan Citra Positif Mahasiswa GenBI Purwokerto**

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, perangkat desa, pelaku UMKM, pemuda desa, serta pengurus GenBI Purwokerto, dapat diketahui bahwa citra positif mahasiswa terbentuk melalui pengalaman langsung masyarakat selama berinteraksi dengan mahasiswa dalam kegiatan GenBI Mengabdikan di Desa Pageraji. Citra tersebut tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dibangun melalui proses interaksi sosial yang berkelanjutan dan tercermin dari sikap, cara berkomunikasi, kepedulian sosial, manfaat kegiatan, serta perubahan persepsi masyarakat terhadap mahasiswa. Adapun pembahasan hasil penelitian berdasarkan indikator penciptaan citra positif mahasiswa dijabarkan sebagai berikut.

##### **a. Sikap dan Perilaku Mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan perilaku mahasiswa GenBI menjadi faktor awal yang membentuk kesan positif di mata masyarakat Desa Pageraji. Warga menilai mahasiswa GenBI sebagai pribadi yang sopan, ramah, dan mampu menyesuaikan diri

dengan norma serta kebiasaan masyarakat setempat. Dalam berbagai kegiatan, mahasiswa menunjukkan etika yang baik, seperti menyapa warga terlebih dahulu, bersikap santun saat berbicara, serta menjaga sikap selama berada di lingkungan desa.

Beberapa warga menyampaikan bahwa mahasiswa GenBI tidak bersikap eksklusif atau menjaga jarak, melainkan mudah berbaur dan menghargai warga dari berbagai usia. Sikap tersebut membuat masyarakat merasa nyaman dan diterima, sehingga interaksi dapat berlangsung secara natural. Perilaku disiplin dan tanggung jawab mahasiswa, seperti hadir tepat waktu dan menyelesaikan kegiatan sesuai rencana, juga memperkuat pandangan masyarakat bahwa mahasiswa memiliki kedewasaan sosial. Dengan demikian, sikap dan perilaku yang ditampilkan mahasiswa GenBI menjadi dasar penting dalam membangun kepercayaan dan citra positif di tengah masyarakat.

b. Kemampuan Berkomunikasi dengan Masyarakat

Kemampuan berkomunikasi mahasiswa GenBI menjadi indikator penting dalam pembentukan citra positif. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat menilai bahwa mahasiswa mampu menyampaikan materi dan informasi kegiatan dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami. Mahasiswa tidak menggunakan istilah akademik yang rumit, melainkan menyesuaikan bahasa dengan kondisi dan latar belakang masyarakat desa.

Komunikasi yang dilakukan bersifat dialogis dan interpersonal. Mahasiswa tidak hanya menyampaikan materi secara satu arah, tetapi juga membuka ruang diskusi, mendengarkan pertanyaan, serta menanggapi masukan dari warga. Sikap mau mendengarkan ini membuat masyarakat merasa dilibatkan dan dihargai. Warga menilai bahwa mahasiswa GenBI tidak menggurui, tetapi belajar bersama masyarakat. Pola komunikasi seperti ini

memperkuat hubungan sosial dan membentuk kesan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta mampu membangun kedekatan dengan masyarakat.

c. Kepedulian dan Keterlibatan Sosial

Indikator kepedulian dan keterlibatan sosial mahasiswa terlihat jelas dari kehadiran dan partisipasi aktif mahasiswa GenBI dalam kegiatan desa. Mahasiswa tidak hanya hadir sebagai pelaksana program, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas masyarakat, seperti mendampingi UMKM, berinteraksi dengan anak-anak, serta berbaur dalam kegiatan warga.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat memandang mahasiswa GenBI sebagai pihak yang peduli dan memiliki empati terhadap kondisi desa. Kepedulian tersebut tercermin dari kesediaan mahasiswa untuk memahami kebutuhan warga dan menyesuaikan program dengan situasi di lapangan. Mahasiswa tidak sekadar menjalankan agenda formal, tetapi menunjukkan ketulusan dalam membantu dan berkontribusi. Keterlibatan sosial yang nyata ini memperkuat pandangan bahwa mahasiswa memiliki tanggung jawab sosial dan mampu berperan sebagai bagian dari masyarakat.

d. Manfaat Nyata yang Dirasakan Masyarakat

Citra positif mahasiswa GenBI semakin menguat ketika masyarakat merasakan manfaat langsung dari kegiatan yang dilaksanakan. Berdasarkan hasil wawancara, warga menyampaikan bahwa kegiatan GenBI Mengabdikan memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan, khususnya terkait edukasi, pendampingan UMKM, serta kegiatan yang bersifat praktis dan aplikatif.

Pelaku UMKM menilai bahwa pendampingan yang diberikan mahasiswa membantu mereka memahami hal-hal sederhana namun berguna dalam pengembangan usaha. Warga juga merasakan manfaat

dari kegiatan edukasi yang disampaikan dengan cara yang mudah dipahami. Manfaat yang dirasakan secara langsung ini membentuk kesan bahwa mahasiswa tidak hanya hadir membawa wacana, tetapi juga mampu memberikan solusi dan kontribusi nyata bagi masyarakat. Hal tersebut menjadi faktor penting dalam membangun citra positif mahasiswa sebagai kelompok terdidik yang bermanfaat.

e. Perubahan Persepsi Masyarakat terhadap Mahasiswa

Indikator terakhir yang muncul dari hasil penelitian adalah terjadinya perubahan persepsi masyarakat terhadap mahasiswa. Sebelum adanya kegiatan GenBI Mengabdi, sebagian masyarakat masih memiliki pandangan umum yang cenderung stereotip terhadap mahasiswa, seperti dianggap hanya aktif dalam demonstrasi atau kegiatan yang bersifat seremonial. Namun, setelah berinteraksi langsung dengan mahasiswa GenBI, persepsi tersebut mulai berubah. Masyarakat memandang mahasiswa GenBI sebagai individu yang sopan, peduli, komunikatif, dan mampu membawa dampak positif. Pengalaman langsung selama kegiatan menjadi faktor utama yang mengubah pandangan masyarakat. Mahasiswa tidak lagi dipersepsikan sebagai kelompok yang jauh dari masyarakat, melainkan sebagai mitra yang dapat diajak bekerja sama. Perubahan persepsi ini menunjukkan bahwa kehadiran dan strategi komunikasi mahasiswa GenBI berhasil membangun kepercayaan sosial serta memperkuat citra positif mahasiswa di Desa Pageraji.

**F. Strategi Komunikasi Organisasi GenBI Purwokerto dalam Meningkatkan Citra Positif Mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa diwujudkan melalui penguatan identitas, pengelolaan reputasi, pembentukan personalitas organisasi, internalisasi nilai, serta penerapan

komunikasi yang efektif selama kegiatan GenBI Mengabdikan di Desa Pageraji. Temuan ini sejalan dengan konsep komunikasi organisasi yang memandang komunikasi tidak hanya sebagai penyampaian pesan, tetapi sebagai proses pembentukan makna dan persepsi publik melalui tindakan dan interaksi yang konsisten<sup>138</sup>.

Dalam konteks identitas organisasi, hasil penelitian memperlihatkan bahwa GenBI Purwokerto menampilkan diri sebagai organisasi mahasiswa yang peduli sosial dan terorganisir. Hal ini sesuai dengan teori identitas organisasi yang menyatakan bahwa identitas dibentuk dari kesesuaian antara nilai yang diklaim organisasi dengan perilaku nyata anggotanya. Konsistensi antara identitas formal GenBI dan tindakan mahasiswa di lapangan berkontribusi pada terbentuknya persepsi positif masyarakat terhadap mahasiswa.

Selain identitas, pengelolaan reputasi mahasiswa juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi GenBI. Reputasi positif terbentuk melalui perilaku mahasiswa yang sopan, ramah, dan mudah berbaur dengan warga. Temuan ini mendukung konsep citra yang menekankan bahwa reputasi lahir dari pengalaman langsung publik terhadap organisasi atau individu. Dalam penelitian ini, kepercayaan masyarakat muncul karena mahasiswa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menunjukkan kepedulian melalui tindakan nyata.

Personalitas organisasi GenBI yang hangat, empatik, dan adaptif turut memperkuat citra positif mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa personalitas organisasi tercermin dari gaya komunikasi dan cara anggota berinteraksi dengan publik. Penggunaan bahasa lokal dan penghargaan terhadap norma setempat menunjukkan kemampuan adaptasi komunikasi yang membuat masyarakat merasa dihargai dan dilibatkan.

---

<sup>138</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 21–23.

Nilai-nilai organisasi seperti disiplin, tanggung jawab, dan profesionalitas juga tampak dalam pelaksanaan kegiatan. Menurut konsep nilai organisasi, nilai yang terinternalisasi akan tercermin dalam perilaku anggota. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun nilai-nilai tersebut sudah tampak dalam interaksi langsung, masih terdapat kelemahan pada aspek perencanaan komunikasi, seperti keterlambatan penyampaian informasi dan keberlanjutan program.

Temuan penelitian ini juga mengenai strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa dapat dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan dan pengelolaan citra yang berlangsung secara bertahap dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan konsep proses pembentukan citra positif yang menekankan bahwa citra tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui rangkaian tahapan yang meliputi analisis situasi, perencanaan strategis, implementasi, evaluasi, dan penyesuaian.

Pada tahap analisis situasi, GenBI Purwokerto terlebih dahulu membaca kondisi sosial masyarakat Desa Pageraji, termasuk karakter warga, kebutuhan lokal, serta potensi tantangan komunikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi GenBI diawali dengan upaya memahami audiens sebelum menyampaikan pesan. Dalam teori pembentukan citra positif, analisis situasi menjadi fondasi utama karena persepsi publik sangat dipengaruhi oleh kesesuaian pesan dengan konteks sosial yang dihadapi.

Tahap berikutnya adalah perencanaan strategis, yang terlihat dari penyusunan pesan, pemilihan materi, serta penentuan pendekatan komunikasi yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat desa. GenBI tidak hanya merancang program secara teknis, tetapi juga merancang citra yang ingin ditampilkan, yaitu mahasiswa yang profesional, peduli sosial, dan mampu bekerja sama dengan masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa perencanaan strategis bertujuan membangun citra

yang konsisten antara nilai organisasi dan tindakan nyata.

Dalam tahap implementasi, strategi komunikasi GenBI diwujudkan melalui interaksi langsung antara mahasiswa dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat menilai citra mahasiswa dari cara berkomunikasi, sikap, serta keterlibatan mahasiswa selama kegiatan berlangsung. Temuan ini menguatkan teori pembentukan citra yang menekankan bahwa citra publik terbentuk terutama dari pengalaman langsung dan interaksi nyata, bukan hanya dari pesan verbal atau simbol organisasi.

Selanjutnya, evaluasi dilakukan melalui refleksi internal dan umpan balik dari masyarakat. Proses ini memungkinkan GenBI untuk menilai sejauh mana pesan dan perilaku mahasiswa telah membentuk persepsi positif di mata warga. Evaluasi menjadi bagian penting dalam pengelolaan citra karena membantu organisasi mengidentifikasi kelemahan komunikasi, seperti keterlambatan penyampaian informasi atau kurangnya pemerataan partisipasi masyarakat.

Tahap terakhir adalah penyesuaian, yang terlihat dari perubahan cara penyampaian materi, fleksibilitas jadwal, serta peningkatan pendekatan interpersonal di lapangan. Penyesuaian ini menunjukkan bahwa GenBI tidak memandang citra sebagai sesuatu yang statis, melainkan sebagai proses dinamis yang perlu terus dikelola sesuai dengan masukan dan kondisi masyarakat. Hal ini selaras dengan teori pengelolaan citra positif yang menekankan pentingnya adaptasi agar citra tetap relevan dan berkelanjutan.

Maka dari itu pembahasan ini menunjukkan bahwa citra positif mahasiswa GenBI Purwokerto terbentuk melalui proses komunikasi organisasi yang saling terhubung dan berjalan secara berkesinambungan. Identitas, reputasi, personalitas, nilai, serta cara berkomunikasi mahasiswa berperan bersama-sama dalam membentuk pandangan masyarakat.

Strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya membuat masyarakat memiliki penilaian yang lebih baik terhadap mahasiswa, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya terhadap peran mahasiswa sebagai pihak yang mampu memberi kontribusi nyata bagi lingkungan sosial. Proses pembentukan citra ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui tahapan yang terencana, dijalankan secara konsisten, dievaluasi, dan disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dan terarah menjadi kunci penting dalam membangun dan menjaga citra positif mahasiswa di tengah masyarakat.

#### **G. Perubahan Persepsi Masyarakat terhadap Citra Mahasiswa**

Pembentukan citra mahasiswa di tengah masyarakat tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses interaksi sosial yang dipengaruhi oleh pengalaman langsung, informasi yang beredar di ruang publik, serta pola komunikasi yang terbangun antara mahasiswa dan masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap mahasiswa sering kali terbentuk lebih dahulu sebelum adanya keterlibatan nyata dalam suatu kegiatan, sehingga citra awal yang muncul dapat bersifat positif maupun negatif. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana citra mahasiswa berkembang dari waktu ke waktu, khususnya ketika mahasiswa terlibat secara langsung dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Sebelum pelaksanaan program GenBI Mengabdi di Desa Pageraji, citra mahasiswa di mata sebagian masyarakat masih dipengaruhi oleh *stereotip* umum yang berkembang di ruang publik. Mahasiswa kerap dipersepsikan sebagai kelompok yang identik dengan aktivitas demonstrasi, kegiatan seremonial, atau pola hidup yang dianggap kurang produktif dan cenderung mengarah pada foya-foya. Persepsi ini tidak selalu didasarkan pada pengalaman langsung, melainkan terbentuk dari

pemberitaan media dan pengalaman sosial sebelumnya, sehingga memunculkan jarak psikologis antara masyarakat dan mahasiswa. Dalam konteks ini, mahasiswa belum sepenuhnya dipandang sebagai agen perubahan yang mampu memberikan kontribusi nyata bagi kehidupan masyarakat desa.

Namun persepsi tersebut mulai mengalami pergeseran setelah masyarakat berinteraksi langsung dengan mahasiswa GenBI dalam kegiatan pengabdian. Kehadiran mahasiswa yang membawa program edukatif, pendampingan, serta pendekatan yang komunikatif menunjukkan sisi lain dari peran mahasiswa. Aktivitas yang sebelumnya sering diasosiasikan dengan demonstrasi atau kegiatan simbolik, dalam konteks ini justru dimaknai sebagai bentuk kepedulian sosial dan ekspresi kritis yang disalurkan melalui jalur pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Mahasiswa tidak hanya menyampaikan gagasan, tetapi juga terlibat langsung dalam proses belajar bersama warga.

Setelah program berlangsung, citra mahasiswa mengalami penguatan ke arah yang lebih positif dan konstruktif. Masyarakat mulai memandang mahasiswa GenBI sebagai individu yang mampu memanfaatkan pengetahuan akademik untuk kepentingan sosial, bersikap sopan dalam berinteraksi, serta menunjukkan tanggung jawab terhadap program yang dijalankan. Kegiatan yang sebelumnya sering dianggap sebagai aktivitas yang hanya ramai di awal ini terbukti mampu memberikan dampak edukatif dan membangun kesadaran baru di tengah masyarakat. Dengan demikian citra mahasiswa bergeser dari sekadar simbol gerakan atau gaya hidup tertentu menjadi representasi kaum terdidik yang berperan aktif dalam pembangunan sosial.

Perubahan citra ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi GenBI berperan penting dalam mengurangi pandangan atau anggapan buruk yang selama ini dilekatkan pada mahasiswa. Melalui komunikasi yang terbuka, pendekatan interpersonal, serta konsistensi

tindakan di lapangan, mahasiswa menunjukkan bahwa kebersamaan dan sikap kritis mereka tidak hanya diwujudkan lewat demonstrasi, tetapi juga bisa disalurkan dalam kegiatan yang berguna dan berdampak langsung bagi masyarakat. Hal ini memperkuat citra mahasiswa sebagai agen perubahan yang tidak hanya bersuara kritis, tetapi juga mampu memberikan solusi dan membawa manfaat bagi masyarakat.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis terkait strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan citra positif mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan, metode komunikasi, serta pola interaksi yang dijalankan GenBI terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap bagaimana masyarakat memandang mahasiswa sebagai agen perubahan yang kompeten, peduli, dan berintegritas. Strategi komunikasi yang diterapkan GenBI tidak hanya bergerak pada tataran penyampaian pesan, tetapi juga mencakup bagaimana organisasi mengatur identitas, membangun regulasi, menampilkan personalitas, menghidupkan nilai, dan menyesuaikan pola komunikasi dengan karakter masyarakat secara keseluruhan.

Identitas GenBI sebagai komunitas penerima beasiswa Bank Indonesia menjadi pondasi utama terbentuknya citra positif mahasiswa. Identitas ini kemudian diperkuat melalui koordinasi lintas universitas, pembagian tugas yang sistematis, serta keseragaman penyampaian pesan selama kegiatan GenBI Mengabdikan di Desa Pageraji. Regulasi yang diterapkan dalam organisasi mulai dari SOP pelaksanaan, mekanisme rapat, hingga koordinasi antar-divisi menjadi sarana untuk memastikan bahwa komunikasi internal berjalan efektif meskipun terdapat beberapa kendala seperti keterlambatan informasi atau perbedaan ritme antaranggota. Meski terdapat hambatan, struktur regulatif ini tetap memungkinkan GenBI menjaga konsistensi kerja dan menyampaikan pesan organisasi secara jelas kepada masyarakat.

Personalitas mahasiswa GenBI juga berperan besar dalam membentuk persepsi masyarakat. Sikap ramah, sopan, responsif, dan kemampuan berbaaur yang ditunjukkan mahasiswa membuat warga Desa Pageraji merasa dihargai

dan nyaman selama kegiatan berlangsung. Interaksi interpersonal yang hangat menjadikan komunikasi lebih dekat dan mudah diterima. Nilai-nilai yang dianut GenBI seperti kepedulian sosial, edukasi, dan integritas—tampak secara nyata dalam cara mahasiswa mendampingi warga, mengajarkan materi, serta menghadapi tantangan lapangan. Nilai-nilai ini tidak berhenti pada tingkat konsep, tetapi muncul dalam tindakan dan perilaku sehari-hari mahasiswa, sehingga memberi kesan kuat kepada masyarakat bahwa mahasiswa GenBI adalah figur yang bukan hanya “pintar”, tetapi juga dapat dipercaya dan dapat diandalkan.

Komunikasi sebagai unsur paling sentral dalam penelitian ini terbukti menjadi kunci keberhasilan peningkatan citra positif mahasiswa. Mahasiswa GenBI menyesuaikan metode penyampaian pesan menggunakan bahasa sederhana, contoh konkret, dan pendekatan tatap muka yang lebih efektif bagi masyarakat desa. Fleksibilitas komunikasi inilah yang membuat pesan diterima dengan baik oleh warga, termasuk dalam kegiatan eco-enzyme, literasi lingkungan, pendampingan UMKM, dan edukasi anak-anak. Respons masyarakat menunjukkan bahwa mahasiswa GenBI dianggap komunikatif, mudah dipahami, dan sabar dalam memberikan penjelasan, sehingga memperkuat citra positif mahasiswa sebagai fasilitator pengetahuan yang dekat dengan kebutuhan masyarakat.

Strategi komunikasi GenBI Purwokerto juga sejalan dengan Pendekatan Rasional, di mana setiap keputusan program dijelaskan secara logis kepada anggota. Penjelasan mengenai pemilihan Desa Pageraji, relevansi materi, dan tujuan kegiatan membuat anggota memahami konteks dan merasa yakin menjalankan perannya. Selanjutnya, Pendekatan Perilaku tampak dari bagaimana masyarakat memberikan penilaian berdasarkan perilaku nyata mahasiswa bukan pada teori atau klaim organisasi. Sikap profesional, etis, dan peduli mahasiswa menjadi indikator yang dirasakan langsung oleh warga dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap mahasiswa GenBI.

Secara keseluruhan proses pembentukan citra positif GenBI Purwokerto mengikuti tahapan analisis situasi, perencanaan strategis, implementasi kegiatan, evaluasi, dan penyesuaian. GenBI menganalisis kebutuhan masyarakat, menyusun strategi sesuai hasil analisis, melaksanakan program secara langsung, mengevaluasi hasil kegiatan melalui respons warga, dan melakukan penyesuaian untuk kegiatan berikutnya. Tahapan-tahapan ini membuktikan bahwa citra positif tidak muncul dengan sendirinya, tetapi dibangun melalui proses yang terstruktur dan komunikasi yang berkelanjutan.

Maka dari itu penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto telah berhasil meningkatkan citra positif mahasiswa secara signifikan. Mahasiswa tidak hanya dipandang sebagai sumber informasi, tetapi sebagai mitra yang mampu hadir secara empatik, adaptif, dan profesional. Masyarakat Pageraji melihat mahasiswa GenBI sebagai generasi muda yang tidak hanya unggul dalam pendidikan, tetapi juga mampu memberi kontribusi nyata bagi masyarakat. Citra positif ini adalah hasil dari kombinasi antara identitas organisasi, regulasi yang kuat, personalitas mahasiswa, nilai-nilai organisasi yang konsisten, serta strategi komunikasi yang tepat sasaran dan sensitif terhadap konteks sosial masyarakat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi GenBI Purwokerto dalam meningkatkan dan mengelola citra positif mahasiswa, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan oleh praktisi, pemangku kepentingan, serta peneliti selanjutnya. Saran ini diberikan untuk memperkuat implementasi strategi komunikasi di lapangan, meningkatkan efektivitas program pengabdian masyarakat, serta mengembangkan penelitian yang lebih komprehensif di masa mendatang.

### **1. Bagi GenBI Purwokerto**

GenBI Purwokerto disarankan untuk memperkuat konsistensi

komunikasi internal agar informasi dapat diterima seluruh anggota secara merata. Pemanfaatan media komunikasi terpadu serta peningkatan kemampuan komunikasi interpersonal anggota perlu terus dilakukan, terutama karena GenBI banyak berinteraksi langsung dengan masyarakat yang beragam.

#### 2. Bagi Pemerintah Desa

Pemerintah desa diharapkan dapat menjalin komunikasi yang lebih terstruktur dengan GenBI sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Koordinasi yang baik dan kolaborasi berkelanjutan dengan organisasi mahasiswa dapat mendukung efektivitas dan keberlanjutan program di masyarakat.

#### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi dan menggunakan pendekatan metode yang beragam agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi organisasi dan pembentukan citra mahasiswa.

#### 4. Bagi Masyarakat Desa Pageraji

Masyarakat diharapkan terus berpartisipasi aktif dan terbuka terhadap kegiatan yang melibatkan mahasiswa. Keterlibatan dan komunikasi yang baik antara warga dan mahasiswa akan membantu meningkatkan manfaat serta keberlanjutan program di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Arifin. (2015). *Strategi komunikasi: Sebuah pengantar ringkas*. ARMICO.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Arni, M. (2009). *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara.
- Arni, M. (2016). *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara.
- Bajri, R. A. D., & Irwansyah, I. (2019). *Tujuh 'C' dalam program humas Jakarta Smart City*. Inter Script: Journal of Creative Communication, 1(1).
- Bank Indonesia. (2021). *Generasi Baru Indonesia (GenBI): Pedoman organisasi*. Departemen Komunikasi, Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2021). *Peran GenBI sebagai frontliners dan agen sosialisasi kebijakan BI*. Laporan Tahunan Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). *Program pengembangan kepemimpinan GenBI*. Bank Indonesia.
- Berita Unsoed. (2015). *GenBI: Memulai misi besar di Purwokerto*. <https://unsoed.ac.id>
- Bungin, B. (2007). *Sosiologi komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2013). *Komunikasi organisasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education
- DeVito, J. (2011). *The interpersonal communication book*. Pearson.
- Diva Putri, A. B. (2022). *Strategi komunikasi Generasi Baru Indonesia Bengkulu (GenBI Bengkulu) dalam menyukseskan program GENBIRA* [Tesis, Universitas Islam Negeri Bengkulu].

- Dozier, D. M., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (1995). *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Routledge.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fajrin, I. A. (2022). *Strategi komunikasi organisasi UKM Mahapeka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan hambatannya dalam meningkatkan kesadaran lingkungan pada anggotanya* [Disertasi Doktor, IAIN Syekh Nurjati Cirebon S1 KPI].
- Farhan, N. (2021). *Strategi komunikasi Pergerakan Mahasiswa Tangerang Raya dalam merekrut anggota baru latihan kepemimpinan* [Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Fombrun, C. J. (2021). *Building corporate identity, image and reputation in the digital era*. Routledge.
- Genbijambi.my.id. (n.d.). Kegiatan pemberdayaan masyarakat oleh GenBI Jambi. <https://genbijambi.my.id>
- GenBI Purwokerto. (2023). *Program pemberdayaan masyarakat GenBI Purwokerto tahun 2023*. Dokumentasi Kegiatan.
- GenBI Purwokerto. (2024). Dokumentasi pelatihan internal GenBI Purwokerto.
- GenBI Purwokerto. (2024). Laporan kegiatan dan program kerja tahun 2024.
- GenBI Purwokerto. (2024). Laporan pelatihan dan pendampingan UMKM GenBI Purwokerto.
- GenBI Purwokerto. (2025). Hasil evaluasi program GenBI Mengabdi.
- GenBI Purwokerto. (n.d.). *Struktur organisasi*. <https://genbipurwokerto.com/organisasi>
- GenBI Purwokerto. (n.d.). *Tentang kami*. <https://genbipurwokerto.com/tentang>

- GenBI. (2022). *Profil Generasi Baru Indonesia*. Bank Indonesia.
- GenBI. (n.d.). *Sejarah dan profil organisasi*. <https://genbikepri.wordpress.com/siapa-genbi/>
- Goldhaber, G. M. (1986). *Organizational communication*. Allyn and Bacon.
- Hendyat, S. (2010). *Perilaku organisasi: Teori dan praktik di bidang pendidikan*. Rosda.
- Kompasiana. (2025). *Aksi nyata GenBI Purwokerto di Desa Pageraji*. <https://kompasiana.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Erlangga.
- Lampungpost.com. (n.d.). *GenBI Lampung: Edukasi kebijakan ekonomi*. <https://lampungpost.com>
- Larasati, R., & Suryoko, A. (2020). *Membangun citra positif organisasi melalui strategi PR*. *Jurnal Manajemen*. 112-125.
- Lexy, J. M. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Lexy, J. M. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Ed. revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Liputan6.com. (2025, Februari 27). *Tujuan GenBI membentuk generasi unggul*. <https://liputan6.com>
- Mahezha, M. M. (2023). *Strategi komunikasi organisasi manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dalam meningkatkan kinerja karyawan [Disertasi Doktor, IAIN Palopo]*.
- Mas, S. R. (2019). *Komunikasi dalam organisasi: Teori dan aplikasi*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Maskhuri, E. D. Y., & Jauhari, M. (2022). *Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi*. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*.

- Media Indonesia. (2024, Maret 15). Media massa dan stigma negatif terhadap mahasiswa.
- Melewar, T. C., Dennis, C., & Foroudi, P. (Eds.). (2021). *Building corporate identity, image and reputation in the digital era*. Routledge
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Musyitari. (2023). *Strategi membangun citra positif melalui program kerja berkelanjutan*. Jurnal Manajemen. 34-50.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2015). *Metodologi penelitian*. Bumi Aksara.
- Pangestu, N. A. (2024). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kecepatan dan keamanan terhadap keputusan mahasiswa GenBI Purwokerto dalam bertransaksi menggunakan QRIS* [Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto].
- Pramesty, N. K. (2024). *Strategi komunikasi humas Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dalam membangun kembali citra positif di kalangan masyarakat* [Disertasi Doktor, Universitas Nasional].
- Prisgunanto, I. (2017). *Aplikasi teori dalam sistem komunikasi di Indonesia*. Kencana.
- Purwokertokota.go.id. (n.d.). *Peran GenBI Purwokerto dalam pemberdayaan masyarakat*. <https://purwokertokota.go.id>
- Putri, & Susilo. (2022). *Strategi komunikasi organisasi*. Jurnal Komunikasi, 14(2), 102.
- Rahmadani, F. H. (2020). *Strategi komunikasi organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam mempertahankan eksistensi melalui event eksternal* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta].

- Rahman, & Sari. (2023). *Strategi komunikasi organisasi mahasiswa*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 8(1), 45.
- Rahmawati, F. (2021). *Peran public relations dalam meningkatkan citra organisasi mahasiswa: Studi pada GenBI Universitas Diponegoro* [Tesis, Universitas Diponegoro].
- Ramadhani, A. (2022). *Strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi dan semangat kerja karyawan Toyota Perintis* [Disertasi Doktor].
- Republika.co.id. (2024, Januari 15). *Program literasi keuangan oleh GenBI Yogyakarta*. <https://republika.co.id>
- Semarang.go.id. (n.d.). *Kegiatan pengabdian masyarakat oleh GenBI Semarang*. <https://semarang.go.id>
- Sendjaja. (1994). *Komunikasi organisasi dan manajemen*. Rajawali Pers.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Public relations dan citra organisasi*. Rajawali Pers.
- Sugiarto. (n.d.). *Menyusun proposal penelitian kualitatif: Skripsi dan tesis*. Suaka Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Unhas.ac.id. (n.d.). *GenBI Universitas Hasanuddin: Program pendidikan dan kesehatan*. <https://unhas.ac.id>
- Wulandari, & Pratama. (2023). *Optimalisasi media sosial Instagram*. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Media*, 5(1), 90.
- Yuliasuti, M. (2013). *Iklim komunikasi organisasi dan kepuasan komunikasi organisasi*. *Jurnal Komunikatif*, 2(1), 36-41.
- Akhti Khasanah. (2025, November 9). Wawancara dengan Ketua Panitia GenBI Purwokerto.
- Ahmad Sudin. (2025, Oktober 28). Wawancara dengan warga Desa Pageraji.
- Carsem, I. (2025, Oktober 28). Wawancara dengan warga Desa Pageraji.

Cica, I. (2025, Maret 17). Wawancara dengan pelaku UMKM Desa Pageraji.

Faiz Sya'ban. (2025, November 3). Wawancara dengan pemuda Desa Pageraji.

Kepala Desa Pageraji. (2025, Maret 17). Wawancara dengan Kepala Desa Pageraji.

Mochamad Fajar Arianto. (2025, November 6). Wawancara dengan Presiden GenBI UNSOED.

Nia Nurmayanti. (2025, April 14). Wawancara dengan Presiden GenBI UMP.

Siti Romah, I. (2025, November 3). Wawancara dengan warga Desa Pageraji.

Siti Suryati, I. (2025, Maret 21). Wawancara dengan warga Desa Pageraji.

Stevani Aprilya Pratama. (2025, November 4). Wawancara dengan Presiden GenBI UIN SAIZU.

Suci Lestari, I. (2025, Oktober 28). Wawancara dengan warga Desa Pageraji.



## LAMPIRAN

### *Lampiran i*

#### PEDOMAN WAWANCARA

#### STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GENBI PURWOKERTO DALAM MENCIPTAKAN CITRA POSITIF MAHASISWA

##### A. Wawancara dengan Kepala desa Pageraji

1. Bagaimana kondisi sosial, ekonomi, pendidikan, dan budaya saat ini di Desa Pageraji?
2. Apa kesan awal Anda terhadap GenBI Purwokerto saat pertama kali bertemu?
3. Sejauh mana program GenBI Mengabdi sesuai dengan kebutuhan masyarakat desa?
4. Bagaimana penilaian Anda terhadap cara GenBI berkomunikasi selama program?
5. Bagaimana GenBI menyesuaikan komunikasi mereka dengan karakter warga desa?
6. Apa penilaian Anda terhadap sikap dan perilaku mahasiswa GenBI sebagai komunikator?
7. Bagaimana persepsi masyarakat desa terhadap mahasiswa sebelum dan setelah program GenBI?
8. Apakah ada peningkatan citra positif mahasiswa di mata masyarakat setelah program?
9. Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat kelancaran program GenBI di desa?
10. Apa harapan Anda terhadap program GenBI dan mahasiswa ke depannya?
11. Pesan apa yang ingin Anda sampaikan untuk mahasiswa GenBI?

## B. Wawancara dengan Presiden GenBI

1. Bisa perkenalkan diri Anda, termasuk peran di GenBI Purwokerto?
2. Apa motivasi utama Anda bergabung dan aktif di GenBI?
3. Bagaimana pandangan Anda tentang peran GenBI di kalangan mahasiswa Purwokerto, dan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh GenBI?
4. Bisa gambarkan secara umum program GenBI Mengabdi di Desa Pageraji?
5. Sejauh mana program tersebut relevan dengan kebutuhan masyarakat desa?
6. Bagaimana respons masyarakat desa terhadap kegiatan GenBI Mengabdi?
7. Bagaimana proses komunikasi awal GenBI dengan pemerintah desa?
8. Bagaimana proses penyusunan pesan dan materi komunikasi untuk warga?
9. Media komunikasi apa saja yang digunakan GenBI selama program?
10. Bagaimana penyesuaian cara komunikasi GenBI dengan karakter warga Pageraji?
11. Seberapa efektif komunikasi internal dalam tim GenBI selama program?
12. Bagaimana dampak program terhadap citra mahasiswa di mata masyarakat?
13. Bagaimana proses pembentukan kedekatan antara GenBI dan masyarakat desa?
14. Apa tantangan terbesar yang dihadapi selama program?
15. Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat kelancaran program GenBI Mengabdi?

## C. Wawancara dengan Ketua Panitia Kegiatan GenBI di desa Pageraji

1. Bisa dijelaskan apa peran dan tanggung jawab Anda dalam kegiatan GenBI Mengabdi di Desa Pageraji?

2. Bagaimana proses perencanaan kegiatan ini dilakukan oleh tim GenBI, dan apa saja yang menjadi fokus utama dalam penyusunannya?
3. Bagaimana bentuk koordinasi antaranggota dan antaruniversitas dalam mempersiapkan kegiatan ini?
4. Bagaimana pengalaman Anda saat menjalankan kegiatan di lapangan, terutama dalam berinteraksi dengan warga, pemuda, dan pelaku UMKM?
5. Strategi komunikasi apa yang Anda gunakan agar materi atau pesan kegiatan mudah dipahami dan diterima masyarakat?
6. Apa saja tantangan yang Anda hadapi selama kegiatan berlangsung, baik dari sisi internal GenBI maupun situasi di desa?
7. Menurut Anda, bagaimana dampak kegiatan GenBI terhadap masyarakat Desa Pageraji, terutama terkait pemahaman, keterlibatan, atau perubahan perilaku?
8. Bagaimana menurut Anda kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan citra mahasiswa GenBI di mata masyarakat?
9. Apa bentuk evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan, dan hal apa yang menurut Anda perlu diperbaiki pada pelaksanaan berikutnya?
10. Apa harapan Anda terhadap keberlanjutan kegiatan GenBI serta hubungan antara GenBI dan Desa Pageraji ke depannya?

D. Wawancara dengan Masyarakat desa Pageraji

1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu ketika mengetahui mahasiswa GenBI akan melaksanakan kegiatan di Desa Pageraji?
2. Bagaimana Bapak/Ibu menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan menyampaikan materi kepada warga?
3. Materi atau bagian kegiatan apa yang menurut Bapak/Ibu paling bermanfaat dan mudah dipahami?
4. Apakah Bapak/Ibu merasakan manfaat atau perubahan tertentu setelah mengikuti kegiatan GenBI?
5. Bagaimana kesan Bapak/Ibu terhadap mahasiswa GenBI setelah berinteraksi langsung dalam kegiatan ini?

6. Apakah ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan, dan apa saran Bapak/Ibu agar kegiatan ke depan lebih baik?

E. Wawancara dengan Pelaku UMKM desa Pageraji

1. Bagaimana Bapak/Ibu mengetahui kegiatan GenBI di Desa Pageraji, dan apa kesan pertama Bapak/Ibu terhadap kegiatan tersebut?
2. Dari kegiatan yang Bapak/Ibu ikuti, materi atau pendampingan apa yang paling berdampak untuk usaha Bapak/Ibu?
3. Bagaimana Bapak/Ibu menilai cara mahasiswa GenBI menjelaskan materi dan berinteraksi dengan pelaku UMKM selama kegiatan?
4. Apakah kegiatan GenBI memberikan perubahan atau manfaat yang dapat Bapak/Ibu rasakan dalam menjalankan usaha?
5. Apakah ada kendala selama kegiatan berlangsung, dan apa saran Bapak/Ibu agar program ke depan lebih efektif untuk pelaku UMKM?

F. Wawancara dengan Pemuda desa Pageraji

1. Bagaimana pendapat Anda ketika mengetahui bahwa mahasiswa GenBI akan mengadakan kegiatan di Desa Pageraji?
2. Selama kegiatan berlangsung, apa yang menurut Anda paling menarik atau paling bermanfaat bagi pemuda di desa?
3. Bagaimana Anda menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan berinteraksi dengan pemuda maupun warga lainnya?
4. Apakah kegiatan GenBI memberikan inspirasi atau perubahan tertentu bagi pemuda di Desa Pageraji? Jika ya, dalam hal apa?
5. Menurut Anda, apa saja yang masih dapat diperbaiki dari kegiatan GenBI, dan apa harapan Anda untuk kegiatan berikutnya, khususnya untuk pemuda desa?

*Lampiran ii*

## Hasil Wawancara 1

Narasumber : Sutrisno S.E

Jabatan : Kepala Desa

Tempat/tanggal : Balai Desa Pageraji / 17 Maret 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sebelumnya boleh jelaskan Profil Singkat Bapak?	“Saya, Sutrisno, menjabat sebagai Kepala Desa Pageraji dan memiliki tanggung jawab mengelola seluruh kegiatan administratif dan pembangunan di desa. Tugas saya mencakup pelayanan masyarakat, koordinasi dengan perangkat desa, serta menjadi penghubung antara desa dengan pihak luar seperti mahasiswa, organisasi sosial, maupun instansi pemerintah. Dalam menjalankan peran tersebut, saya harus memastikan bahwa setiap program yang masuk sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tidak melanggar aturan desa. Saya telah menjalankan amanah ini selama beberapa tahun, dan selama itu pula saya berusaha menjaga agar desa tetap kondusif, terbuka, serta mampu bekerja sama dengan berbagai pihak.”
2.	Bagaimana Kondisi Sosial, Ekonomi, Pendidikan, dan Budaya Desa Pageraji	“Kondisi masyarakat Desa Pageraji sangat beragam. Dari sisi sosial, warganya memiliki budaya gotong royong yang kuat dan biasanya mudah diajak bekerja sama. Secara ekonomi, sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani, buruh, pedagang kecil, serta pekerja sektor informal lain. Tingkat pendapatan bervariasi, sehingga kebutuhan masyarakat juga berbeda-beda.
3.	Dari sisi pendidikan, masih banyak warga yang lulusan SD atau SMP, tetapi sudah mulai banyak pula warga yang menyelesaikan pendidikan SMA.	Budaya Desa Pageraji sangat menjunjung sopan santun, kebersamaan, dan keterbukaan untuk menerima pihak luar, selama mereka datang dengan niat baik dan membawa manfaat. Oleh karena itu, program-program yang ada harus menyesuaikan karakter lokal tersebut.”

	Sebagian kecil anak muda melanjutkan ke perguruan tinggi. Kondisi ini membuat pendekatan komunikasi ke masyarakat harus disesuaikan.	
4.	Kesan Awal terhadap GenBI Purwokerto	“Kesan awal saya terhadap GenBI Purwokerto sangat positif. Mereka datang dengan persiapan yang matang, membawa proposal kegiatan, penjelasan rinci mengenai program, serta jadwal yang jelas. Cara mereka berbicara menunjukkan bahwa mereka sudah melakukan analisis kebutuhan sebelumnya. Mereka menjelaskan langkah-langkah program dengan bahasa yang mudah dipahami. Dari awal pertemuan saja, saya sudah merasa yakin bahwa kelompok mahasiswa ini serius dan berorientasi pada manfaat nyata bagi masyarakat Pageraji.”
5.	Sejauh mana program GenBI Mengabdi sesuai dengan kebutuhan masyarakat desa?	“Menurut saya, program GenBI Mengabdi sudah sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat Pageraji. Kegiatan seperti pelatihan UMKM, edukasi lingkungan, sosialisasi kesehatan, serta kegiatan pendidikan anak jauh lebih dibutuhkan masyarakat daripada kegiatan formal yang terlalu teoritis. Banyak warga yang menyampaikan bahwa pelatihan eco-enzyme, pengolahan sampah, serta pelatihan UMKM ‘sangat bermanfaat karena bisa langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari’. Jadi program-program ini tidak hanya berhenti pada teori, tetapi benar-benar memberi pengetahuan praktis yang membantu warga.”
6.	Bagaimana GenBI menyesuaikan komunikasi mereka dengan karakter warga desa?	“Cara komunikasi GenBI sangat baik dan terstruktur. Mereka selalu memberi tahu kami jika ada perubahan jadwal atau kebutuhan teknis. Komunikasi dilakukan secara langsung, lewat rapat kecil, serta melalui WhatsApp. Informasi yang mereka sampaikan selalu lengkap, jelas, dan tidak pernah bertele-tele sehingga perangkat desa

		mudah memahami dan kemudian menyampaikannya kepada warga. Komunikasi yang efektif seperti ini sangat membantu dalam kelancaran setiap kegiatan.”
7.	Apa penilaian Anda terhadap sikap dan perilaku mahasiswa GenBI sebagai komunikator?	“Mahasiswa GenBI menunjukkan sikap yang sangat baik selama berada di desa. Warga mengatakan bahwa mereka sopan, ramah, dan mudah berbaur. Sikap sopan santun itu sangat dihargai oleh masyarakat desa. Mereka tidak hanya datang dan menyampaikan materi, tetapi juga mau mendengarkan pendapat warga dan mengajak warga berdiskusi. Hal ini membuat hubungan antara mahasiswa dan warga terasa akrab sehingga warga pun lebih mudah menerima dan mengikuti kegiatan yang mereka adakan. Saya juga melihat GenBI sangat menyesuaikan cara komunikasinya dengan karakter masyarakat Pageraji. Mereka tahu bahwa banyak warga di sini lebih mudah memahami penjelasan langsung daripada penjelasan yang terlalu teknis. Oleh karena itu, mereka menggunakan bahasa yang sederhana, tidak kaku, dan menyampaikan pesan secara perlahan agar warga bisa mengikuti. Komunikasi tatap muka menjadi pilihan utama mereka, sedangkan media sosial digunakan untuk dokumentasi dan penyampaian informasi ke publik yang lebih luas”
8.	Bagaimana persepsi masyarakat desa terhadap mahasiswa sebelum dan setelah program GenBI?	“Sebelum program berjalan, sebagian warga memandang mahasiswa hanya sebagai orang yang datang untuk penelitian atau tugas kuliah. Namun setelah mengikuti kegiatan GenBI, persepsi warga berubah. Mereka melihat mahasiswa sebagai pihak yang benar-benar memberi manfaat, memiliki kompetensi, dan peduli terhadap masyarakat. Banyak warga merasa lebih dekat dengan mahasiswa karena mereka bekerja langsung bersama warga, bukan hanya datang sebentar untuk formalitas.”
9.	Apakah ada peningkatan citra positif mahasiswa di	“Citra mahasiswa meningkat secara signifikan setelah GenBI melaksanakan programnya. Warga

	mata masyarakat setelah program?	merasa mahasiswa adalah generasi muda yang memiliki kompetensi, wawasan, dan kepedulian sosial. Kegiatan-kegiatan seperti pelatihan UMKM dan eco-enzyme membuat warga menilai bahwa mahasiswa bukan hanya pintar dalam teori, tetapi juga mampu mengajarkan hal-hal praktis yang bisa membantu kehidupan warga secara langsung.”
10.	Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat kelancaran program GenBI di desa?	“Faktor yang paling mendukung berjalannya program adalah dukungan perangkat desa dan antusiasme warga. Selain itu, sinergi internal GenBI sendiri tampak sangat kuat mereka memiliki pembagian tugas yang rapi dan komunikasi antardivisi yang jelas. Media sosial juga membantu memperluas jangkauan informasi, sehingga masyarakat luar desa dapat melihat dampak kegiatan yang dilakukan. Hambatan terbesar biasanya terkait waktu. Banyak warga yang bekerja dari pagi hingga sore, sehingga tidak semua dapat mengikuti kegiatan di satu waktu tertentu. Kadang kegiatan harus disesuaikan kembali. Namun hambatan ini tidak besar karena mahasiswa GenBI cukup fleksibel untuk menyesuaikan jadwal dan mengulangi materi jika dibutuhkan.”
11.	Apa harapan Anda terhadap program GenBI dan mahasiswa ke depannya? Pesan apa yang ingin Anda sampaikan untuk mahasiswa GenBI?	“Saya berharap kegiatan seperti ini tidak hanya dilakukan satu kali, tetapi dapat berkelanjutan. Banyak potensi desa yang bisa dikembangkan bersama mahasiswa, seperti UMKM, pelatihan digital untuk pemuda, dan edukasi lingkungan. Saya berharap mahasiswa tetap menjaga komunikasi yang baik dan rutin memberikan pendampingan. Kami sangat terbuka dengan kolaborasi jangka panjang. Jika GenBI atau organisasi mahasiswa lainnya ingin membuat program lanjutan, kami sangat menyambut baik. Ada banyak kebutuhan di desa yang bisa menjadi ruang kolaborasi baik pemberdayaan ekonomi, lingkungan, maupun pendidikan masyarakat. Saya ingin menambahkan bahwa GenBI memiliki

	kesiapan yang sangat baik. Mereka sangat berbeda dari banyak kelompok mahasiswa lain. Mereka terstruktur, sopan, dan jelas arah kegiatannya. Hal ini sangat membantu pemerintah desa dan membuat masyarakat mudah menerima program mereka. Saya juga berpesan agar mahasiswa selalu menjaga sikap, rendah hati, dan mau belajar dari masyarakat. Jangan hanya membawa teori dari kampus, tetapi juga memahami situasi lapangan. Jika mahasiswa bisa menjaga hubungan baik dan bersikap hormat kepada warga, maka masyarakat akan mendukung penuh kegiatan mereka.”
--	--

#### Hasil Wawancara 2

Narasumber : Mochamad Fajar Arianto  
 Jabatan : Presiden GenBI (UNSOED)  
 Tempat/tanggal : Gmeet / 6 November 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa perkenalkan diri Anda, termasuk peran di GenBI Purwokerto?	Halo, saya Mochamad Fajar Arianto, mahasiswa UNSOED dan saat ini menjabat sebagai Presiden GenBI Komisariat UNSOED di Purwokerto. Di level Purwokerto, saya ikut koordinasi lintas kampus bareng presiden UIN SAIZU dan UMP untuk program-program besar kayak GenBI Mengabdi
2.	Apa motivasi utama Anda bergabung dan aktif di GenBI?	Motivasi utama saya gabung GenBI karena pengen jadi agen perubahan nyata, bukan cuma kuliah doang. GenBI kasih wadah buat sosialisasi kebijakan BI sambil bantu masyarakat, plus ningkatin skill kepemimpinan. Eh Alhamdulillah malah jadi presiden GenBI, jadi bisa kontribusi buat Purwokerto sambil bangun jaringan antar kampus
3.	Bagaimana pandangan Anda tentang peran GenBI di kalangan mahasiswa Purwokerto,	GenBI di Purwokerto itu jembatan antara mahasiswa penerima beasiswa BI sama masyarakat. Peran utama sebagai frontliner, agent of change, future leader. Identitas GenBI bukan

	dan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh GenBI?	sekadar label, melainkan cerminan dari sikap dan karakter kami sebagai mahasiswa yang peduli dan bertanggung jawab. Kami berkomitmen membangun komunitas yang tidak hanya focus pada akademik, tetapi juga membawa manfaat nyata bagi masyarakat sekitar. Visi kami adalah menjadi agen perubahan yang mampu berkontribusi dalam pembangunan daerah dan negara, melalui penguatan karakter, inovasi, serta sinergi yang solid antar anggota. Identitas inilah yang menjadi pondasi dan semangat dalam setiap langkah organisasi, sehingga kami memiliki ciri khas yang membedakan GenBI dari organisasi mahasiswa lain. Strategi komunikasinya pakai model yang biasa itu kaya komunikator jelas, pesan relevan, media campur dengan tatap muka dan IG @genbipurwokerto, audiens disesuaikan, efek diukur dari partisipasi dan feedback warga.”
4.	Bisa gambarkan secara umum program GenBI Mengabdi di Desa Pageraji?	GenBI Mengabdi di Pageraji itu program pengabdian masyarakat lintas kampus dengan fokus literasi keuangan, edukasi eco-enzyme, pemberdayaan UMKM, dan pendampingan anak. Dilaksanakan rangkaian acara itu 1 bulan lebih, melibatkan seluruh divisi GenBI, kolaborasi sama perangkat desa, dengan tujuan kasih dampak nyata sekaligus bangun citra positif mahasiswa
5.	Sejauh mana program tersebut relevan dengan kebutuhan masyarakat desa?	Sangat relevan ya dari survey awal, warga Pageraji butuh ilmu pengelolaan keuangan rumah tangga, solusi sampah rumah tangga, dan bantuan UMKM biar bisa berkembang. Program kami sesuai sama potensi desa kayak pertanian dan usaha kecil, jadi bukan teori kosong tapi langsung kepake sehari-hari
6.	Bagaimana respons masyarakat desa terhadap kegiatan GenBI Mengabdi?	Responsnya positif banget, Warga antusias ikut dari awal sampe akhir, partisipasi mungkin bisa dikatakan konsisten. Mereka bilang senang karena materi praktis, penyampaian santai, dan mahasiswa ramah. Banyak yang bilang seperti anak sendiri dan minta program dilanjutin.

		Pemuda desa juga aktif praktek mandiri setelah kegiatan.
7.	Bagaimana proses komunikasi awal GenBI dengan pemerintah desa?	Komunikasi awal lewat audiensi formal sama Kepala Desa Pak Sutrisno S.E. Kami presentasi konsep program, tujuan, rundown, dan manfaat buat desa. Terus koordinasi sama RT/RW buat sosialisasi warga. Pendekatan hormati struktur desa, kasih proposal lengkap, dan janji transparan biar ada trust dari awal
8.	Bagaimana proses penyusunan pesan dan materi komunikasi untuk warga?	Penyusunan pesan mulai dari analisis kebutuhan desa, terus disederhanain pake bahasa Jawa sehari-hari. Materi dibagi jadi informatif contoh fakta BI, persuasif contoh manfaat praktis, identitatif contoh GenBI peduli. Tiap sesi ada demo, simulasi, Q&A biar interaktif. Kami tidak bisa turun ke masyarakat tanpa persiapan. Apa yang kami tampilkan di lapangan harus sesuai dengan nilai GenBI dan menunjukkan bahwa kami memang layak dipercaya.
9.	Media komunikasi apa saja yang digunakan GenBI selama program?	Media utama tatap muka seperti diadakan sosialisasi balai desa, door to door, workshop, didukung digital kayak IG @genbipurwokerto buat dokumentasi dan live, WA grup desa buat koordinasi, plus poster/banner sederhana. Kombinasi ini efektif karena warga lebih suka langsung ketemu, tapi digital bantu jangkauan yang jauh dan arsip program.
10.	Bagaimana penyesuaian cara komunikasi GenBI dengan karakter warga Pageraji?	Kami sesuaikan dengan pakai bahasa Jawa ngoko/krama sesuai situasi, pendekatan kekeluargaan, mulai dari sapa monggo mas mbak, bantu angkat barang, duduk bareng. Materi disederhanain, banyak praktik daripada teori, dan fleksibel sama jadwal warga. Ketika masyarakat merasakan manfaat langsung dari keberadaan kami, maka identitas sebagai organisasi peduli menjadi semakin kuat dan bermakna.”
11.	Seberapa efektif komunikasi internal	Cukup efektif meski challenging karena tiga kampus. Pakai WA grup harian, rapat pra pasca sesi, dan kami selalu memastikan informasi dan arahan tersampaikan secara jelas agar semua

	dalam tim GenBI selama program?	anggota bisa bergerak dengan satu pemahaman. Sinkronisasi tugas tiap divisi jalan lancar, meski kadang ada delay info ke anggota junior.
12.	Bagaimana dampak program terhadap citra mahasiswa di mata masyarakat?	Dampaknya besartentu, Citra mahasiswa bergeser dari yang mungkin kurang baik, jadi seperti ini. Warga lihat kami profesional tapi nggak sombong, kasih solusi praktis. Kepala desa bilang kami "bukan tamu biasa tapi bagian desa". Ini bangun trust jangka panjang buat mahasiswa GenBI.
13.	Bagaimana proses pembentukan kedekatan antara GenBI dan masyarakat desa?	Kedekatan dibangun bertahap si mulai sapa hormat, bantu kegiatan sehari-hari, dialog dua arah, praktik bareng, sampe follow-up pasca program. Sikap rendah hati, empati, dan konsisten tepat waktu bikin warga nyaman. Hasilnya mereka anggap kami "anak desa sendiri", bukan mahasiswa jauh.
14.	Apa tantangan terbesar yang dihadapi selama program?	Tantangan terbesar variasi kemampuan komunikasi anggota ada yang grogi Plus cuaca dan koordinasi lintas kampus. Tapi diatasi lewat adaptasi cepat dan kolaborasi erat sama perangkat desa.
15.	Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat kelancaran program GenBI Mengabdi?	Untuk Pendukung ini komitmen tim solid, dukungan perangkat desa, materi relevan, komunikasi santai. Dan penghambatnya bisa jadi jadwal kuliah bentrok, info telat nyebar, kemampuan speaking beragam, keterbatasan fasilitas desa. Overall sukses karena adaptasi cepat dan semangat gotong royong lintas kampus”

## Hasil Wawancara 3

Narasumber : Nia Nurmayanti

Jabatan : Presiden GenBI (UMP)

Tempat/tanggal : UMP / 14 April 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa perkenalkan diri Anda, termasuk peran di GenBI Purwokerto?	Nama saya Nia Nurmayanti, mahasiswa UMP. Saya Presiden GenBI Komisariat UMP Purwokerto nih. Saya koordinasi bareng presiden dari UIN SAIZU sama UNSOED buat program besar kayak GenBI Mengabdi
2.	Apa motivasi utama Anda bergabung dan aktif di GenBI?	Awalnya sih pengen banget kembangin diri jadi leader yang beneran peduli masyarakat, plus nyebarin info kebijakan BI. GenBI kasih kesempatan kontribusi nyata di Purwokerto, sambil nambah skill dan temen dari kampus lain.
3.	Bagaimana pandangan Anda tentang peran GenBI di kalangan mahasiswa Purwokerto, dan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh GenBI?	GenBI di Purwokerto tuh kayak jembatan buat mahasiswa beasiswa BI jadi frontliner, agent of change, future leader. Strategi komunikasinya menggunakan pendekatan ke pengurus GenBI dan tentunya ke masyarakat Pageraji dan di Balai Desa juga, jadi menggunakan pendekatan saja.
4.	Bisa gambarkan secara umum program GenBI Mengabdi di Desa Pageraji?	GenBI Mengabdi di Pageraji itu program pengabdian bareng tiga kampus, karena ya kita kan kalau kegiatan bareng-bareng, nahh proker GenBI Mengabdi ini proker unggulan kita, di proker ini banyak sekali rangkaian kegiatan seperti pembinaan umkm, ada seminar pengelolaan limbah, pendampingan anak-anak, dan masih banyak lainyaa. Kegiatan ini berlangsung kurang lebih 1 bulan, dan bekerja sama dengan Desa Pageraji
5.	Sejauh mana program tersebut relevan dengan kebutuhan masyarakat desa?	Relevan banget, dari survey awal, warga butuh cara ngatur duit rumah tangga, solusi sampah, bantu UMKM yang naik kelas. Kita sesuain sama potensi desa kayak sawah dan warung kecil, jadi langsung kepace, bukan teori gantung doang.

6.	Bagaimana respons masyarakat desa terhadap kegiatan GenBI Mengabdi?	Responsnya top markotop, Warga ikut dari awal sampe akhir, seneng banget materinya gampang dipahami dan kita ramah. Banyak yang bilang kayak anak sendiri, minta dilanjutin lagi. Pemuda desa juga praktek sendiri sekarang.
7.	Bagaimana proses komunikasi awal GenBI dengan pemerintah desa?	Kita mulai ketemu formal sama Pak Lurah Sutrisno S.E., jelasin proposal lengkap dengan konsep, jadwal, manfaatnya buat desa. Terus koordinasi RT/RW buat nyebar info ke warga. Hormatin struktur desa, transparan dari awal biar percaya.
8.	Bagaimana proses penyusunan pesan dan materi komunikasi untuk warga?	Dari analisis kebutuhan desa, kita bikin pesan pake bahasa Jawa sehari-hari. Kami memastikan setiap anggota dibekali dengan pengetahuan yang memadai serta kesiapan mental dan teknis yang optimal sebelum terjun langsung ke masyarakat, sehingga mereka dapat tampil meyakinkan sebagai mahasiswa yang kompeten dan profesional di mata publik. Tiap sesi ada demo, simulasi, tanya jawab biar nempel.
9.	Media komunikasi apa saja yang digunakan GenBI selama program?	Tatap muka nomor satu balai desa, door to door, ditambah IG @genbipurwokerto buat live dan dokumentasi, WA grup desa koordinasi, poster sederhana. Cocok karena warga suka ketemu langsung, digitalnya buat arsip.
10.	Bagaimana penyesuaian cara komunikasi GenBI dengan karakter warga Pageraji?	Kita pake bahasa Jawa campur, sapa atau bahkan bantu angkat barang, duduk lesehan. Materi ringan banyak praktek, jadwal fleksibel nggak bentrok panen. Budaya organisasi kami adalah fondasi yang memperkuat identitas GenBI. Di sini, kami saling mendukung dan terus berinovasi agar mampu memberikan dampak positif yang lebih luas. Identitas kami bukan hanya dari apa yang kami katakan, tetapi juga dari bagaimana kami menjalankan setiap kegiatan secara konsisten.
11.	Seberapa efektif komunikasi internal dalam tim GenBI selama program?	Efektif lah, meski ribet tiga kampus. WA grup setiap hari, rapat rutin, kami selalu memastikan informasi dan arahan tersampaikan secara jelas agar semua anggota bisa bergerak dengan satu

		pemahaman. Divisi sinkron, cuma kadang info ke junior agak lambat tapi cepet diatasi.
12.	Bagaimana dampak program terhadap citra mahasiswa di mata masyarakat?	Gede banget efeknya tentu karena memang banyak banget warga yang bener-bener merasa terbantu oleh mahasiswa, dan yaa kita juga sering ngobrolin hal ini
13.	Bagaimana proses pembentukan kedekatan antara GenBI dan masyarakat desa?	Pelan-pelan si sapa hormat dulu, bantu kerja harian, ngobrol dua arah, praktek bareng, follow-up. Tentunya rendah hati, empati, on time bikin warga anggap kita "anak kampung sendiri, bukan tamu numpang lewat.
14.	Apa tantangan terbesar yang dihadapi selama program?	Tantangan yang gede si skill komunikasi anggota beda-beda ada grogi, sosialisasi telat, cuaca, koordinasi 3 kampus. Tapi kita adaptasi cepet plus kolab desa, jadi aman semua.”
15.	Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat kelancaran program GenBI Mengabdi?	“Pendukung tentunya tim kompak, desa support penuh, materi pas, komunikasi santai. Hambatnya jadwal kuliah, info lambat nyebar, speaking variatif, fasilitas desa minim. Tapi sukses total gara-gara gotong royong dan fleksibel. Namun dari hal ini membuat kami sadar bahwa bagaimana kami berbicara, bersikap, dan berinteraksi itu akan memengaruhi bagaimana warga melihat mahasiswa secara keseluruhan”

#### Hasil Wawancara 4

Narasumber : Stevani Aprilya Pratama

Jabatan : Presiden GenBI (UIN)

Tempat/tanggal : Gmeet / 4 November 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa perkenalkan diri Anda, termasuk peran di GenBI Purwokerto?	Perkenalkan, saya Stevani Aprilya Pratama, Presiden GenBI Komisariat UIN SAIZU Purwokerto. Di GenBI saya bertugas mengoordinasikan kegiatan organisasi, memastikan setiap divisi berjalan sesuai rencana,

		dan menjalin komunikasi dengan dua komisariat lainnya.
2.	Apa motivasi utama Anda bergabung dan aktif di GenBI?	Motivasi saya sebenarnya simpel, saya pengen berkembang. Di luar kampus saya butuh wadah buat belajar organisasi dan ketemu banyak orang baru. Selain itu saya juga pengen bisa bermanfaat buat masyarakat. Di GenBI itu ada banyak kegiatan sosial, jadi saya merasa ini tempat yang tepat buat saya berkontribusi. Dari awal saya memang ingin punya pengalaman yang nggak cuma teori kuliah.
3.	Bagaimana pandangan Anda tentang peran GenBI di kalangan mahasiswa Purwokerto, dan bagaimana strategi komunikasinya?	Menurut saya peran GenBI itu cukup besar. Kita ini kan kumpulan penerima beasiswa Bank Indonesia, jadi memang dituntut punya kontribusi yang jelas. Di kalangan mahasiswa, GenBI itu dilihat sebagai organisasi yang aktif dan banyak kegiatan pengembangan diri. Strategi komunikasinya juga disesuaikan, kalau ke publik kita pakai Instagram sama media sosial lainnya, kalau internal kita banyak pakai WhatsApp, rapat rutin, dan koordinasi langsung. Jadi memang menyesuaikan kebutuhan.
4.	Bisa gambarkan secara umum program GenBI Mengabdi di Desa Pageraji?	Program GenBI Mengabdi di Pageraji itu kegiatannya cukup lengkap. Ada edukasi lingkungan, pelatihan UMKM, kegiatan untuk anak-anak, sampai pemeriksaan kesehatan sederhana. Kita turun langsung ke warga, jadi nggak cuma datang kasih materi tapi juga praktik. Semua anggota dari tiga kampus turun, jadi kegiatannya lumayan besar.
5.	Sejauh mana program tersebut relevan dengan kebutuhan masyarakat desa?	Menurut saya programnya sangat relevan karena sebelum buat rundown kegiatan kita tanya dulu ke perangkat desa kira-kira kebutuhan warganya apa. Dari situ kita sesuaikan. Misalnya, warga butuh edukasi sampah, maka kita fokus ke lingkungan. UMKM butuh pemasaran, kita kasih pelatihan. Jadi semuanya memang disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan.
6.	Bagaimana respons masyarakat desa	Responsnya Alhamdulillah bagus banget. Warga antusias, mereka nyambut kami dengan sangat

	terhadap kegiatan GenBI Mengabdi?	baik. Waktu kegiatan berlangsung pun banyak warga yang ikut aktif dan ngobrol sama teman-teman GenBI. Ada juga warga yang bilang kegiatan seperti ini bermanfaat dan mereka berharap bisa dilanjutkan.
7.	Bagaimana proses komunikasi awal GenBI dengan pemerintah desa?	Kami mulai dengan datang langsung ke kantor desa. Kami kenalan dulu, jelasin maksud dan tujuan kegiatan. Setelah itu kami diskusi sama kepala desa soal tempat, waktu, dan kebutuhan teknis lainnya. Jadi dari awal memang sudah dibangun komunikasi yang baik biar kegiatan berjalan lancar.
8.	Bagaimana proses penyusunan pesan dan materi komunikasi untuk warga?	Untuk penyusunan materi, kami sesuaikan dengan kondisi warga. Kami sadar bahwa bahasanya nggak bisa terlalu akademik, jadi kami sederhanakan. Banyak pakai contoh yang dekat sama kehidupan mereka. Misalnya untuk eco-enzyme, kami langsung praktek bareng. Intinya biar mudah dipahami dan tidak bikin warga bingung.
9.	Media komunikasi apa saja yang digunakan GenBI selama program?	Kami pakai dua jenis media. Kalau publikasi kegiatan, kami pakai Instagram. Kalau koordinasi internal, kami pakai WhatsApp, grup divisi, dan rapat. Untuk komunikasi dengan warga, kami lebih banyak tatap muka karena itu cara yang paling efektif buat mereka.
10.	Bagaimana penyesuaian cara komunikasi GenBI dengan karakter warga Pageraji?	Kita komunikasinya dibuat santai dan nggak terlalu formal. Kadang kita pakai bahasa Jawa juga supaya lebih dekat. Kita lihat warga lebih nyaman kalau ngobrolnya pelan-pelan dan tidak buru-buru. Jadi kita ikuti ritme mereka.
11.	Seberapa efektif komunikasi internal dalam tim GenBI selama program?	Efektif sih, tapi ya tetap ada kendala. Misalnya ada anggota yang telat dapat informasi karena lagi ada kegiatan kampus. Tapi sejauh ini koordinasinya masih aman karena kami selalu briefing sebelum turun ke lapangan. Jadi informasi penting tetap tersampaikan.
12.	Bagaimana dampak program terhadap citra	Dampaknya positif banget. Banyak warga yang awalnya nggak terlalu ngerti kegiatan mahasiswa, tapi setelah lihat kami turun langsung, mereka

	mahasiswa di mata masyarakat?	bilang ternyata mahasiswa bisa bermanfaat dan bisa dekat sama warga, bukan cuma sibuk di kampus. Jadi menurut saya citranya meningkat.
13.	Bagaimana proses pembentukan kedekatan antara GenBI dan masyarakat desa?	Kedekatannya terbentuk dari interaksi yang sering. Kita nggak langsung kasih materi, tapi duluan kenalan, ngobrol, bahkan bercanda bareng. Warga jadi lebih nyaman. Setelah itu baru kita mulai penyampaian materi. Jadi tercipta hubungan yang enak.
14.	Apa tantangan terbesar yang dihadapi selama program?	Tantangannya paling soal waktu. Kita mahasiswa, jadi jadwal kuliah kadang bentrok dengan kebutuhan kegiatan. Selain itu juga perubahan cuaca, misalnya tiba-tiba hujan. Tapi semuanya masih bisa diatasi dengan koordinasi.
15.	Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat kelancaran program GenBI Mengabdi?	Yang mendukung itu antusiasme warga, bantuan dari perangkat desa, dan kerja sama tim yang solid. Kalau penghambatnya biasanya hal-hal teknis seperti kurangnya alat, waktu kegiatan yang berubah-ubah, sama cuaca yang kadang nggak mendukung.

#### Hasil Wawancara 5

Narasumber : Akhti Khasanah

Jabatan : Ketua Panitia/Perwakilan Mahasiswa GenBI

Tempat/tanggal : UIN Saizu / 9 November 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa dijelaskan apa peran dan tanggung jawab Anda dalam kegiatan GenBI Mengabdi di Desa Pageraji?	"Kalau saya sendiri jadi ketua panitia, jadi tugas saya tuh ngatur alur kegiatannya dari awal sampai akhir. Mulai dari nyusun konsep, bagi-bagi jobdesk ke teman-teman, terus ngurus perizinan ke desa juga. Intinya saya yang ngejembatani antara GenBI dan pihak desa biar acara bisa jalan lancar."
2.	Bagaimana proses perencanaan kegiatan ini dilakukan oleh tim GenBI, dan apa saja yang	"Perencanaannya kita mulai dari rapat beberapa kali bareng tiga kampus. 1. Kita nyamain dulu kebutuhan warga itu apa, terus nyesuain sama kemampuan teman-teman GenBI. Fokus

	menjadi fokus utama dalam penyusunannya?	utamanya tuh milih materi yang cocok buat warga, jangan terlalu berat atau teori banget. Kita pengennya yang benar-benar kepake buat mereka."
3.	Bagaimana bentuk koordinasi antaranggota dan antaruniversitas dalam mempersiapkan kegiatan ini?	"Koordinasinya lumayan intens sih, soalnya kan ada tiga kampus. Kita bikin grup khusus, terus rapat online-offline juga. kami selalu memastikan informasi dan arahan tersampaikan secara jelas agar semua anggota bisa bergerak dengan satu pemahaman. Biasanya tiap kampus punya bagian masing-masing, tapi pas hari H tetep barengan. Jadi saling backup aja biar semua jalan sesuai rencana. Dan sebelum kegiatan dimulai, kami biasanya mengadakan rapat internal dulu supaya pesan yang kami sampaikan nanti bisa diterima dengan baik."
4.	Bagaimana pengalaman Anda saat menjalankan kegiatan di lapangan, terutama dalam berinteraksi dengan warga, pemuda, dan pelaku UMKM?	"Pas di lapangan itu enak banget sebenarnya, warga welcome, pemudanya juga asik diajak ngobrol. Mereka aktif nanya dan ikut kegiatan. Pelaku UMKM juga antusias waktu dikasih contoh-contoh langsung. Saat kegiatan berlangsung, cara kami menyapa warga, cara menjelaskan materi dengan detail dan sabar, bahkan cara kami mendengarkan pertanyaan atau keluhan mereka dengan penuh perhatian sangat menentukan bagaimana warga memandang dan menilai mahasiswa secara keseluruhan. Jadi suasananya cair, nggak kaku sama sekali."
5.	Strategi komunikasi apa yang Anda gunakan agar materi atau pesan kegiatan mudah dipahami dan diterima masyarakat?	" Di desa, cara menyampaikan pesan harus lebih santai dan dekat agar warga merasa nyaman dulu sebelum menerima materi. Kita pakai bahasa yang simple-simple aja, terus kasih contoh langsung. Soalnya kalau teori doang biasanya mereka bingung. Jadi kita banyakin praktik dan interaksi biar mereka gampang nangkep. Kadang kita ulang-ulang juga materinya biar makin paham."
6.	Apa saja tantangan yang Anda hadapi selama kegiatan berlangsung, baik dari sisi internal	"Tantangannya lebih ke jadwal teman-teman yang beda-beda karena kuliah. Kadang ada info yang telat nyampe. Di desa juga tantangannya warga punya kegiatan masing-masing, jadi nggak semua

	GenBI maupun situasi di desa?	bisa kumpul sekaligus. Kadang-kadang warga pertama kali menilai kita dari cara kita menyapa, berbicara, dan berinteraksi secara awal dengan mereka, nah makanya pendekatan pertama yang kita lakukan dengan penuh perhatian dan kesopanan sangat menentukan kesan positif serta persepsi awal mereka terhadap kita secara keseluruhan. Tapi semua itu masih bisa di-handle lewat komunikasi sama perangkat desa."
7.	Menurut Anda, bagaimana dampak kegiatan GenBI terhadap masyarakat Desa Pageraji, terutama terkait pemahaman, keterlibatan, atau perubahan perilaku?	"Menurut saya dampaknya cukup kerasa ya, warga jadi ngerti beberapa hal yang mungkin sebelumnya belum terlalu diperhatiin, kayak lingkungan dan UMKM. Mereka juga jadi lebih terbuka sama mahasiswa. Pas kegiatan juga keliatan mereka makin aktif dan mau ikut praktik-praktiknya."
8.	Bagaimana menurut Anda kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan citra mahasiswa GenBI di mata masyarakat?	"Iya jelas berpengaruh. Warga jadi lihat kalau mahasiswa itu nggak cuma kuliah aja, tapi juga peduli sama masyarakat. Mereka bilang mahasiswa GenBI itu ramah dan nggak jaim, jadi makin dekat gitu sama warga. Menurut saya itu ngangkat citra GenBI banget."
9.	Apa bentuk evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan, dan hal apa yang menurut Anda perlu diperbaiki pada pelaksanaan berikutnya?	" Setelah kegiatan selesai kami selalu menanyakan umpan balik secara langsung dan mendetail, apakah penyampaian materi kami sudah jelas dan mudah dipahami atau masih perlu revisi agar lebih efektif di sesi berikutnya.. Evaluasinya kita lakukan bareng setelah acara selesai, kita bahas apa yang kurang dan apa yang sudah oke. Kita juga dengerin masukan dari perangkat desa. Yang perlu diperbaiki paling soal penyampaian informasi ke warga biar lebih cepat, sama penyesuaian waktu kegiatan biar nggak bentrok sama aktivitas mereka."
10.	Apa harapan Anda terhadap keberlanjutan kegiatan GenBI serta hubungan antara GenBI	"Harapannya sih kegiatan kaya gini bisa terus berlanjut, nggak cuma sekali datang terus selesai. Soalnya hubungan GenBI dan Pageraji udah bagus, sayang kalau putus. Kita pengen nanti bisa

	dan Desa Pageraji ke depannya?	bikin program lanjutan yang lebih terarah dan manfaatnya makin terasa buat warga."
--	--------------------------------	--

### Hasil Wawancara 6

Narasumber : Siti Suryati

Jabatan : Masyarakat Desa Pageraji

Tempat/tanggal : Kediaman Ibu Siti / 9 November 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pendapat Ibu ketika mengetahui mahasiswa GenBI akan melaksanakan kegiatan di Desa Pageraji?	"Waktu itu saya senang, soalnya jarang ada mahasiswa yang datang mengadakan kegiatan di desa kami. Saya merasa kegiatan seperti ini bisa menambah wawasan warga-warga sini."
2.	Bagaimana Ibu menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan menyampaikan materi kepada warga?	"Menurut saya komunikasinya enak, bisa dipahami. Mereka juga sabar menjelaskan ke warga yang belum paham."
3.	Materi atau bagian kegiatan apa yang menurut Ibu paling bermanfaat dan mudah dipahami?	"Saya paling suka bagian penjelasan tentang pengelolaan sampah, karena itu dekat sekali dengan kegiatan sehari-hari kami di rumah."
4.	Apakah Ibu merasakan manfaat atau perubahan tertentu setelah mengikuti kegiatan GenBI?	"Setelah ikut kegiatan, saya jadi lebih paham soal pengelolaan sampah dan mulai mencoba menerapkan di rumah."
5.	Bagaimana kesan Ibu terhadap mahasiswa GenBI setelah berinteraksi langsung dalam kegiatan ini?	"Mahasiswa GenBI itu ramah-ramah, sopan, dan mau berbaur dengan warga. Mereka tidak sungkan untuk datang dan menyapa warga."
6.	Apakah ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan, dan apa saran	"Mungkin kendalanya cuma waktu kegiatan yang kadang kurang lama, jadi beberapa materi terasa cepat. Saran saya kalau bisa waktunya ditambah atau dibuat beberapa sesi. Dan juga Waktu itu

	Ibu agar kegiatan ke depan lebih baik?	kami baru tahu sehari sebelumnya, jadi beberapa ibu-ibu tidak bisa ikut karena sudah ada janji lain. Kalau dari awal diberi tahu mungkin bisa lebih banyak yang hadir. Karena memang mungkin komunikasi di desa sini kurang bagus ya, jadi saya pun tau informasi acara puncak sehari sebelumnya.”
--	--	--

### Hasil Wawancara 7

Narasumber : Siti Romah

Jabatan : Masyarakat Desa Pageraji

Tempat/tanggal : Kediaman Ibu Siti / 3 November 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pendapat Ibu ketika mengetahui mahasiswa GenBI akan melaksanakan kegiatan di Desa Pageraji?	"Waktu dikabari kalau mahasiswa GenBI mau datang ke desa, saya senang. Soalnya jarang ada kegiatan dari mahasiswa yang langsung turun ke desa. Saya pikir ini kesempatan baik buat warga, apalagi kalau ada materi yang bisa dipakai sehari-hari."
2.	Bagaimana Ibu menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan menyampaikan materi kepada warga?	"Cara mereka ngomong itu jelas dan santai, jadi gampang dipahami. Mereka juga ramah, nggak kaku, dan mau jelasin pelan-pelan kalau ada warga yang belum ngerti. Pokoknya komunikasi mereka bagus. Mereka juga sopan dan juga benar turun sebagai mahasiswa yang pinter-pinter membantu warga di desa Pageraji ini. Yang notabnya masih banyak kurangnya, jadi pada paham tentang banyak hal "
3.	Materi atau bagian kegiatan apa yang menurut Ibu paling bermanfaat dan mudah dipahami?	"Yang paling bermanfaat itu penjelasan soal kebersihan dan pengelolaan sampah. Karena itu dekat sekali dengan kehidupan kami sehari-hari. Mahasiswanya juga kasih contoh langsung, jadi cepat nangkepnya."
4.	Apakah Ibu merasakan manfaat atau perubahan tertentu setelah mengikuti kegiatan GenBI?	"Iya ada, saya jadi lebih paham cara ngatur sampah rumah tangga. Setelah ikut kegiatan juga jadi lebih perhatian sama kebersihan halaman rumah. Jadi ada perubahan, walaupun sedikit-sedikit."

5.	Bagaimana kesan Ibu terhadap mahasiswa GenBI setelah berinteraksi langsung dalam kegiatan ini?	"Menurut saya mahasiswanya sopan-sopan dan baik. Mereka kelihatan sungguh-sungguh membantu warga, bukan cuma datang sebentar saja. Anak-anak GenBI ini juga gampang berbaur sama warga, jadi suasananya nyaman."
6.	Apakah ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan, dan apa saran Ibu agar kegiatan ke depan lebih baik?	"Kalau kendala sih paling soal waktunya, kadang terasa cepat selesai jadi belum sempat tanya lebih banyak. Saran saya kalau ada kegiatan lagi waktunya dibuat lebih panjang atau dibagi beberapa sesi, biar materinya bisa lebih dalam."

### Hasil Wawancara 8

Narasumber : Ahmad Sudin

Jabatan : Masyarakat Desa Pageraji

Tempat/tanggal : Kediaman Bapak Sudin / 28 Oktober 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pendapat Bapak ketika mengetahui mahasiswa GenBI akan melaksanakan kegiatan di Desa Pageraji?	"Saya waktu itu senang, karena jarang ada mahasiswa yang benar-benar datang ke desa kami buat kegiatan. Biasanya cuma lewat saja, tapi GenBI ini turun langsung. Jadi saya merasa ini bisa bermanfaat untuk warga."
2.	Bagaimana Bapak menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan menyampaikan materi kepada warga?	"Menurut saya mereka menjelaskan dengan cara yang gampang dipahami. Bahkan ada yang bilang, 'Mereka menjelaskan dengan bahasa yang sederhana semua orang dari perangkat sampai warga bisa memahami dengan baik. Terkadang walaupun mereka mahasiswa yang terbiasa menggunakan bahasa Indonesia pun kalo di Pageraji ngikut pakai bahasa Jawa'."
3.	Materi atau bagian kegiatan apa yang menurut Bapak paling bermanfaat dan mudah dipahami?	"Yang paling bermanfaat itu bagian tentang kebersihan dan lingkungan. Itu karena dekat sekali dengan kegiatan kami sehari-hari. Contoh yang diberikan juga jelas, jadi mudah diikuti."
4.	Apakah Bapak merasakan manfaat atau perubahan tertentu	"Iya, saya merasa lebih paham cara menjaga kebersihan dan mengelola sampah rumah tangga. Setelah ikut kegiatan, saya mulai coba

	setelah mengikuti kegiatan GenBI?	menerapkan sedikit-sedikit di rumah. Jadi memang ada perubahan."
5.	Bagaimana kesan Bapak terhadap mahasiswa GenBI setelah berinteraksi langsung dalam kegiatan ini?	"Kesan saya baik sekali. 'Ternyata anak-anak mahasiswa itu ramah. Mereka mau menjelaskan pelan-pelan, tidak sombong, dan mau mendengarkan kami juga.' Jadi warga pun merasa nyaman waktu diajak ngobrol atau tanya-tanya."
6.	Apakah ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan, dan apa saran Bapak agar kegiatan ke depan lebih baik?	"Kendala paling terasa itu soal waktu. Kegiatannya sudah bagus tapi rasanya cepat selesai, jadi belum bisa tanya banyak. Saran saya ke depan kalau bisa waktunya lebih panjang atau dibuat beberapa kali pertemuan supaya materinya lebih lengkap. Dan juga sebagian ada yang lancar, tapi ada juga yang kelihatan gugup, jadi penjelasannya agak cepat dan kurang jelas "

#### Hasil Wawancara 9

Narasumber : Carsem

Jabatan : Masyarakat Desa Pageraji

Tempat/tanggal : Kediaman Ibu Carsem / 28 Oktober 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pendapat Ibu ketika mengetahui mahasiswa GenBI akan melaksanakan kegiatan di Desa Pageraji?	"Saya awalnya senang waktu dengar ada mahasiswa yang mau datang mengadakan kegiatan di desa. Soalnya kan jarang ada mahasiswa yang benar-benar turun langsung ke masyarakat seperti ini. Jadi saya merasa kegiatan ini bagus kalau bisa membantu warga."
2.	Bagaimana Ibu menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan menyampaikan materi kepada warga?	"Menurut saya, mahasiswa GenBI komunikasinya baik. Mereka menjelaskan pelan-pelan dan memperhatikan kami, jadi tidak bingung. Terasa sekali kalau mereka memang ingin membantu dan bukan cuma menjalankan tugas saja. Cara ngomongnya juga disesuaikan pakai bahasa yang mudah dipahami warga."
3.	Materi atau bagian kegiatan apa yang menurut Ibu paling	"Yang paling bermanfaat buat saya itu pas dikasih penjelasan tentang pengelolaan sampah dan eco-enzyme. Karena mereka langsung kasih

	bermanfaat dan mudah dipahami?	contoh praktiknya, jadi lebih paham. Kalau cuma teori saja mungkin tidak terlalu ngerti.”
4.	Apakah Ibu merasakan manfaat atau perubahan tertentu setelah mengikuti kegiatan GenBI?	“Iya, ada manfaatnya. Saya jadi lebih tahu cara mengelola sampah rumah tangga, terus banyak hal yang sebelumnya saya tidak mengerti jadi lebih jelas setelah dijelaskan mahasiswa.”
5.	Bagaimana kesan Ibu terhadap mahasiswa GenBI setelah berinteraksi langsung dalam kegiatan ini?	“Kesan saya baik. Mereka sopan, sabar, dan ramah. Kerasa sekali seperti anak sendiri kalau jelasin itu pelan-pelan. Mereka benar-benar mau membantu warga, bukan sekadar datang lalu pulang begitu saja.”
6.	Apakah ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan, dan apa saran Ibu agar kegiatan ke depan lebih baik?	“Ada satu rangkaian kegiatan yang saya tidak ikut, itu karna saya tahunya mepet, jadi tidak bisa datang. Kalau bisa informasinya dikasih tahu lebih awal supaya warga bisa nyiapin waktu. Tapi secara keseluruhan sudah bagus, semoga ke depan bisa lebih sering ada kegiatan seperti ini.”

#### Hasil Wawancara 10

Narasumber : Cica

Jabatan : Pelaku UMKM Desa Pageraji

Tempat/tanggal : Kediaman Ibu Cica / 17 Maret 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana Ibu mengetahui kegiatan GenBI di Desa Pageraji, dan apa kesan pertama Ibu terhadap kegiatan tersebut?	"Saya tahu ada kegiatan GenBI dari pengumuman perangkat desa. Waktu itu saya merasa senang karena jarang ada kegiatan yang langsung menyentuh UMKM seperti kami. Saya pikir ini kesempatan bagus untuk belajar hal baru, apalagi kalau yang datang itu mahasiswa yang biasanya membawa cara pandang yang lebih segar."
2.	Dari kegiatan yang Ibu ikuti, materi atau pendampingan apa yang paling berdampak untuk usaha Ibu?	"Yang paling terasa manfaatnya itu pendampingan tentang pemasaran dan cara mempromosikan produk. Saya jadi paham bagaimana menggunakan foto produk yang bagus dan memanfaatkan media sosial walaupun masih sederhana. Ada juga materi tentang pengolahan limbah rumah tangga yang membantu saya menghemat bahan-bahan tertentu."

3.	Bagaimana Ibu menilai cara mahasiswa GenBI menjelaskan materi dan berinteraksi dengan pelaku UMKM selama kegiatan?	"Menurut saya cara mereka menjelaskan jelas dan sabar. Bahkan saya sempat bilang, 'Ternyata memang mahasiswa itu enak ya, kami pasti banyak kurangnya. Nah kalo tanya ke mahasiswa pasti dijawab sedetail mungkin, jadi kita juga ngga sungkan untuk ngobrol atau sekedar tanya sesuatu. Ya walaupun tetap ada juga mahasiswa yang masih cuek dan kurang peka'."
4.	Apakah kegiatan GenBI memberikan perubahan atau manfaat yang dapat Ibu rasakan dalam menjalankan usaha?	"Ada, setelah ikut kegiatan itu saya jadi lebih percaya diri untuk menjual produk saya. Saya mulai berani coba-coba upload foto produk ke media sosial. Selain itu, saya jadi lebih paham bagaimana mengelola waktu antara produksi dan pemasaran. Walaupun belum besar perubahan usahanya, tapi saya merasa ada perkembangan yang positif."
5.	Apakah ada kendala selama kegiatan berlangsung, dan apa saran Ibu agar program ke depan lebih efektif untuk pelaku UMKM?	"Kalau kendalanya mungkin lebih ke waktu saja, kegiatannya terasa cepat selesai jadi belum sempat tanya banyak. Lalu ada beberapa materi yang seandainya disederhanakan lagi mungkin lebih mudah diikuti. Saran saya kalau bisa kegiatan seperti ini dibuat lebih sering atau ada pendampingan lanjutan supaya kami tidak bingung setelah acaranya selesai. Kalau bisa setelah acara selesai tetap ada kabar atau lanjutan. Biar yang sudah dipelajari tidak hilang begitu saja"

#### Hasil Wawancara 11

Narasumber : Faiz Sya'ban

Jabatan : Pemuda Desa Pageraji

Tempat/tanggal : Kediaman Faiz / 3 November 2025

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pendapat Anda ketika mengetahui bahwa mahasiswa GenBI akan mengadakan	"Waktu pertama dengar ada mahasiswa GenBI mau datang ke desa, saya senang karena jarang ada kegiatan yang memang melibatkan pemuda secara langsung. Biasanya kegiatan desa kan lebih

	kegiatan di Desa Pageraji?	banyak untuk ibu-ibu atau perangkat, jadi pas tahu ada kegiatan ini saya merasa ini kesempatan buat pemuda ikut terlibat dan belajar hal baru."
2.	Selama kegiatan berlangsung, apa yang menurut Anda paling menarik atau paling bermanfaat bagi pemuda di desa?	"Yang paling menarik itu pas kegiatan yang ngajarin soal pengelolaan sampah dan eco-enzyme, karena kami bisa praktik langsung. Selain itu ada sesi yang ngajak pemuda berdiskusi tentang kegiatan desa dan pengembangan lingkungan. Itu bermanfaat banget karena kami bisa ikut mikir bareng dan bukan cuma menerima materi."
3.	Bagaimana Anda menilai cara mahasiswa GenBI berkomunikasi dan berinteraksi dengan pemuda maupun warga lainnya?	"Menurut saya komunikasinya enak dan nggak kaku. Mereka ngajak ngobrol dengan santai tapi tetap jelas penyampaiannya. Saya sampai bilang, 'Mereka tidak hanya ngomong saja, tapi juga dengar pendapat kami. Itu yang bikin kegiatan terasa lebih dekat dengan warga.'"
4.	Apakah kegiatan GenBI memberikan inspirasi atau perubahan tertentu bagi pemuda di Desa Pageraji? Jika ya, dalam hal apa?	"Iya, cukup terasa. Setelah ikut kegiatan itu, pemuda jadi lebih semangat buat ikut kegiatan desa. Bahkan beberapa teman jadi mikir untuk bikin kegiatan kecil-kecilan seperti pengumpulan sampah atau bantu UMKM lokal. Jadi ada perubahan cara pandang, kami jadi merasa pemuda juga bisa punya peran."
5.	Menurut Anda, apa saja yang masih dapat diperbaiki dari kegiatan GenBI, dan apa harapan Anda untuk kegiatan berikutnya, khususnya untuk pemuda desa?	"Kalau saran saya, waktunya dibuat lebih panjang atau ditambah sesi lanjutan, karena kemarin beberapa hal rasanya cepat selesai. Terus kalau bisa lebih banyak kegiatan yang fokus khusus untuk pemuda, misalnya pelatihan digital atau wirausaha. Harapannya kegiatan GenBI bisa terus berlanjut, bukan hanya sekali datang terus selesai, saya juga mau menyampaikan kegiatannya bagus, cuma kalau bisa jangan berhenti di satu rangkaian kegiatan saja. Kami butuh lanjutan biar yang dipelajari itu bisa diterapkan lebih jauh"

*Lampiran iii*

## Dokumentasi

<p>Gambar Wawancara dengan Bapak Sutrisno S.E (Kepala Desa Pageraji)</p>	
<p>Gambar Wawancara dengan Mochamad Fajar Arianto (Presiden GenBI UNSOED)</p>	
<p>Gambar Wawancara dengan Nia Nurmayanti (Presiden GenBI UMP)</p>	

<p>Gambar Wawancara dengan Stevani Aprilya Pratama (Presiden GenBI UIN SAIZU)</p>	 A screenshot of a video call interface. The main video shows a woman wearing a pink hijab and glasses, identified as Stevani Aprilya. A smaller inset video in the top right corner shows the interviewer. The interface includes a chat icon, a microphone icon, a video icon, and a red hang-up button. The name 'Stevani Aprilya' is visible at the bottom of the video frame.
<p>Gambar Wawancara dengan Bapak Ahmad Sudin (Masyarakat desa Pageraji)</p>	 A photograph of two people standing indoors. On the left is a woman in a blue hijab and black outfit, holding a white envelope. On the right is a man in a blue short-sleeved shirt and dark pants. They are standing in a room with a tiled floor, a potted plant, and a wall with framed pictures and shelves.

Gambar Wawancara dengan Ibu  
Siti Romah (Masyarakat desa  
Pageraji)



Gambar Wawancara dengan Ibu  
Siti Suryati (Masyarakat desa  
Pageraji)



Gambar Wawancara dengan Ibu  
Carsem (Masyarakat desa  
Pageraji)



Gambar Wawancara dengan Ibu  
Suci Lestari (Masyarakat desa  
Pageraji)



Gambar Wawancara dengan Ibu  
Cica (Pelaku UMKM desa  
Pageraji)



Gambar Wawancara dengan  
Faiz Sya'ban (Pemuda desa  
Pageraji)



Gambar Kegiatan GenBI Mengabdi di desa Pageraji



Gambar Kegiatan GenBI Mengabdi di desa Pageraji



Gambar Kegiatan GenBI Mengabdi di desa Pageraji



*Lampiran iv***GenBI Komisariat UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

<b>Badan Pengurus Harian</b>	
Presiden	Stevani Aprilya Pratama
Sekretaris	Asih Saferia Meilani Ani Shabrina
Bendahara	Dewi Fatimah Putri Aruf Mumtaz
<b>Bidang Pendidikan</b>	
Deputi	Mely Nur Arifah
Departemen Kajian dan Pengembangan SDM	
Kepala Departemen	Ulda Tri Aprillawan
Staff	Diva Sabina Permatasari Mahendrati Sekar Palupi Istianatul Ulya
Departemen Pemberdayaan Masyarakat	
Kepala Departemen	Siti Maulida Ma'lufah
Staff	Akhti Khasanah Muhamad Risqurrohman Selviana Reginata
<b>Bidang Ekonomi</b>	
Deputi	Fajri Mulia Ningsih
Departemen Peningkatan Kesejahteraan Mahasiswa	
Kepala Departemen	Dwi Bagas Y
Staff	Pani Dwi Yanti Fadila Khoerunnisa Zaskia Putri Asih
Departemen Pengembangan Perekonomian Masyarakat	
Kepala Departemen	Nafa Khanifatul
Staff	Fianandita Pradhanti Muhammad Ridwan Rizki Dwi Sefiya
<b>Bidang Lingkungan</b>	

Deputi	Atika Ayu Rohmadani
<b>Departemen Pengkajian dan Pengembangan Lingkungan</b>	
Kepala Departemen	Silviani Hidayah
Staff	Vahrizal Aditya Firmansyah Deva Ayu Sandriyah Nur Ngamiratuazzahroh Fajri
<b>Departemen Penganggulangan Lingkungan</b>	
Kepala Departemen	Asep Pasha
Staff	Rayyan Quwals Al Qarni  Windi Anggraeni  Rizkiyatul Richy Mubarakah
<b>Bidang Kesehatan</b>	
Deputi	Ika Salma Yunianti
<b>Departemen Penelitian dan Pengembangan Kesehatan</b>	
Kepala Departemen	Nida Fathul Janah
Staff	Nadiva Amelia B Aji Setiawan Rezany Fahira
<b>Departemen Kesehatan Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Kasmarani Trijana
Staff	Faradila Hasna Umami Maudy Puput Tri Kartini Ayu Rahma Khoerunisa
<b>Bidang Media Eksternal</b>	
Deputi	Jasmine Azzahra
<b>Departemen Media Informasi dan Komunikasi</b>	
Kepala Departemen	Windita Aaliyah
Staff	Fariz Aryo Suseno Lintang Pramudya Wardhani Anis Ma'rifah
<b>Departemen Kernitraan dan Hubungan Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Imarda l'anata

Staff	Fadhlianti Puspitaningrum Nila Khoirun Nalli Riski Melisa Dana
-------	--

### GenBI Komisariat UNSOED

<b>Badan Pengurus Harian</b>	
Presiden	Mochamad Fajar Arianto
Sekretaris	Maya Amalia Kurniati Fiqih Ega Pratama
Bendahara	Ika Safitri Wisa Oktavia Ramadhani
<b>Bidang Pendidikan</b>	
Deputi	Huwaida Nurjanah
Departemen Kajian dan Pengembangan SDM	
Kepala Departemen	Nafis Noor Hafizhoh
Staff	Hany Setyo Prastowo Radya Wrahadnala Suwarno Aufanisa Nuzula Hardia Farhatin Sefa Tri Marlina Vera Nur Fadiya
Departemen Pemberdayaan Masyarakat	
Kepala Departemen	Erika Helvianita
Staff	Ratna Kustiarini Afni Nadia Rahmasari Pramestika Nur Khasanah Munita Selvina Putri Sanjaya Rasyanda Thalita Diyanti Putri Hermanto
<b>Bidang Ekonomi</b>	
Deputi	Rahayu Nur Rahmawati
Departemen Peningkatan Kesejahteraan Mahasiswa	
Kepala Departemen	Indriyana Jihan Pramesti
Staff	Ezzra Rauwda Pervilian Martinus Ega Prasetyo

	Nabila Putri Ayuningtyas Nadia Larasati Fauzia Nuranti Azizah Rizki Putri Olyvia
<b>Departemen Pengembangan Perekonomian Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Syahla Sifa Aqillah
Staff	Anindya Lunar Hidayah Dian Rahmawati Divani Syarifa Raditya Ziqri Kasnaya Sakti Nu'man Muntaz Mita Permana Kemuning
<b>Bidang Lingkungan</b>	
Deputi	Anisa Ramadani
<b>Departemen Pengkajian dan Pengembangan Lingkungan</b>	
Kepala Departemen	Namzy Musyaffa
Staff	Mayla Keyza Maharani Sunaryo Zurna Maisya Amalia Gita Putri Okvlyanti Prayitno Deris Farhan Rusdiana Winanti Dwi Utari Niken Amelia
<b>Departemen Penganggulungan Lingkungan</b>	
Kepala Departemen	Yossi Khoerul Izati
Staff	Brian Fajar Buana Zia Siti Aziziyah Sonia Arie Kinanti Ade Sohiba Deasvia Muthiara Asmarani Rendy Permana Putra
<b>Bidang Kesehatan</b>	
Deputi	Natania Karla Devi Callista
<b>Departemen Penelitian dan Pengembangan Kesehatan</b>	
Kepala Departemen	Rahma Naufal Zaky
Staff	Muhammad Raja Dinar Albani Bagus Junior Muhammad

	Isti Purwati Rosalin Ayu Annavi Risky Anggia Rachmadani
<b>Departemen Kesehatan Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Nabilla Tsani Ayasi
Staff	Qorina Ilmi Fatia Rachman Rijal Hidayat Sunu Adi Nugroho Athifa Nathania Khumairoh Nur Lathifah
<b>Bidang Media Eksternal</b>	
Deputi	Venti Elsanti
<b>Departemen Media Informasi dan Komunikasi</b>	
Kepala Departemen	Rifqi Nur Fauzi
Staff	Rifki Romadhan Nuansa Syafrie Rahardian Alya Dwi A. Setiaji Ahmad Rian Syaifullah R Khoirunnisa
<b>Departemen Kemitraan dan Hubungan Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Ivan Darmawan
Staff	Caya Pramudita Wulandari Qurratu Aini Fiky Alshifa Hanafi Putri Rahayu Riris Ayuk Restika

### **GenBI Komisariat Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

<b>Badan Pengurus Harian</b>	
Presiden	Nia Nurmayanti
Sekretaris	Vitriyah Arafah Surachman Amita Rizki
Bendahara	Hana Pratiwi Audy Maulissa Andana
<b>Bidang Pendidikan</b>	
Deputi	Nabil Umar Wisanggeni

<b>Departemen Kajian dan Pengembangan SDM</b>	
Kepala Departemen	Vanesa Gebila Shella R
Staff	Azhyzhah Noer Utami Annisa Egi Nur'aini Sabrina Puspa Adella
<b>Departemen Pemberdayaan Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Listantri Avrilia Aningtyas
Staff	Windi Ledhianti Helena All Tahara Nur Faiqoh Izzati
<b>Bidang Ekonomi</b>	
Deputi	Aisah Nurfiani
<b>Departemen Peningkatan Kesejahteraan Mahasiswa</b>	
Kepala Departemen	Danica Salsava Tanusi
Staff	Lovetania Islamika Widodo Adinda Khansa Oktaviana Afifah
<b>Departemen Pengembangan Perekonomian Masyarakat</b>	
Kepala Departemen	Tifani Azzahra Mutiara P
Staff	Muhammad Fikri Arrafi Desi Fitria Damayanti Aldena Selavi
<b>Bidang Lingkungan</b>	
Deputi	Rizkyna Devi Kurniasih
<b>Departemen Pengkajian dan Pengembangan Lingkungan</b>	
Kepala Departemen	Shalu Desta Arina Rahma
Staff	Dita Nur Aulia Tia Nursanti Feryal Sadidah Basrawy
<b>Departemen Penganggulungan Lingkungan</b>	
Kepala Departemen	Adela Safna Fauziyah
Staff	Wiwit Puji Rahayu Yesinta Febriati Novia Ayang Anindya

<b>Bidang Kesehatan</b>	
Deputi	Melani Awalia
Departemen Penelitian dan Pengembangan Kesehatan	
Kepala Departemen	Ghefira Hanifah
Staff	Refi Zulfania Falsafatul Yuri Azizah Afifah Qurrotu 'Aini
Departemen Kesehatan Masyarakat	
Kepala Departemen	Atikah Dwi Prestisia
Staff	Rindi Fitri Antika Ayunda Fatma Pramesti Alifa Rizki Putri
<b>Bidang Media Eksternal</b>	
Deputi	Dany Nofrizal Petra
Departemen Media Informasi dan Komunikasi	
Kepala Departemen	Nurul Nabila Yulianisya
Staff	Ridzna Asep Purwanto Ogun Prayoga Wanda Afriliani
Departemen Kerjasama dan Hubungan Masyarakat	
Kepala Departemen	Wishnu Anggraeni
Staff	Mirna Hasanah Khadidjah Dinda Maharani Maya Andriani

### **Program Kerja GenBI Purwokerto**

Bidang Pendidikan	GenBI Training Skill
	LC x GenBI Perform
	GenBI x Akademisi
	CESSIT x GENBIO
	GenBI Economic Festival X GESIN
	GenBI Mengabdi
	GEMBIRA x GSM

	GENBI SHARE (GESHARE)
Bidang Kesehatan	SEHATI (Seminar Handling Trauma Psikologi)
	GESSIT (GenBI Sport Summit) X Genbio
	GETAH (GenBI Talk About Health)
	GenBI Health Festival x Geber DBD
	Darling (Dapur Sehat Peduli Stunting)
	GenBI Pelita (GenBI Peduli Disabilitas)
	Genbi Mengabdi
	Geolbang X GenBI Charity
Bidang Lingkungan	JERAMI (Jelajah Rasa Membumi)
	KUSUKA (Kebun Sumber Pangan Keluarga) X Tech Plant
	GINCCU (GenBI in Coastal Clean Up)
	ENVIROMEDIA
	ECOBUDDIES
	EkoKreatif x Berakal
	GenMerpati
Bidang Ekonomi	GenBI Economic Festival
	GENIUS (GenBI Upgrading and Sharing)
	GenBI IV (GenBI Industrial Visit)
	Desa Berdaya
	UMKM Menyala X GenBI Mengabdi
	GenBI Charity X Geolbang
	Ecopedia
Bidang Media Eksternal	GenBI Profil
	Upgrading Media
	GenTos
	GenBI Say Hi
	GenBI Partnership

## CURRICULUM VITAE

### A. Identitas Diri

1. Nama : Fadhlianti Puspitaningrum
2. NIM : 224110102141
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 08 Juli 2004
4. Alamat : Cikembulan, Pekuncen, Banyumas
5. Nama Ayah : Sucipto
6. Nama Ibu : Tasirah

### B. Riwayat Pendidikan

1. TK Pertiwi Cikembulan
2. SD Negeri 2 Cikembulan
3. MTS MINAT Kesugihan Cilacap
4. MA Ma'arif NU 1 Cilongok
5. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Radio Star UIN Saizu Purwokerto
2. Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto
3. Senat Mahasiswa (SEMA) UIN Saizu

Hormat Saya



Fadhlianti Puspitaningrum