

**Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa
(SENRU) dalam Meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S. Sos)**

Oleh :

**Wahana Fajar Kurnia
NIM. 1522102086**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN PENYIARAN ISLAM FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Dalam Meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto.

Wahana Fajar Kurnia
NIM.1522102086
Wahanafajar2@gmail.com

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

ABSTRAK

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) merupakan salah satu organisasi mahasiswa yang berdiri di kampus IAIN Purwokerto, organisasi ini mulai diresmikan berdiri pada tanggal 4-5 November 2015 dengan waktu yang tidak ditentukan. Dari pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) memiliki strategi komunikasi yang jitu dalam meningkatkan eksistensi di IAIN Purwokerto, ketika organisasi mahasiswa ini berdiri di atas kampus yang berbasis islami sedangkan organisasi ini sangat bertolak belakang dengan kampus yang berbasis islami karena Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) ini bergerak dalam bidang seni rupa murni. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dalam meningkatkan eksistensi di IAIN Purwokerto.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell untuk menerangkan kegiatan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “who, says what, which channel, to whom, with what effect. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan jenis penelitian lapangan (field research). Dalam menganalisis data, peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) menggunakan *action* (kegiatan) yaitu dengan menjalankan berbagai agenda atau kegiatan dan melebur pada lingkungan kampus IAIN agar diakui keberadaannya walaupun berdiri di kampus yang berbasis islami namun tetap eksis dengan agenda dan kegiatan seperti mengadakan pameran seni rupamaupun mengadakan workshop yang dilakukan di dalam kampus IAIN Purwokerto.

Kata kunci : Strategi komunikasi, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU), Eksistensi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BABI PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	6
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Komunikasi.....	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Pengertian Komunikasi	18
3. Unsur Komunikasi	18
4. Proses Komunikasi	19
5. Pengertian Strategi Komunikasi	20
6. Tujuan Strategi Komunikasi	22
7. Langkah-Langkah dalam Penyusunan Strategi Komunikasi	22
8. Korelasi Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi	24
9. Kaitan Strategi Komunikasi Dengan System Komunikasi	28
10. Tatanan Komunikasi	30

11. Hambatan komunikasi	36
B. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)	38
1. Penegrtian Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)	38
2. Seni Rupa (SENRU)	39
C. Pengertian Eksistensi	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	43
B. Jenis Penelitian	43
C. Waktu dan Tempat Penelitian	44
D. Subjek dan Objek Penelitian	44
E. Sumber Data	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Analisis Data	48
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Profil IAIN Purwokerto	50
B. Sejarah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU)	50
C. Visi dan Misi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU)	51
D. Divisi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU)	52
E. Struktur Keorganisasian	53
F. Penyajian Data	54
1. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU)	55
2. Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU)	59
3. Hambatan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dalam Meningkatkan Eksistensi	64
G. Pembahasan dan Analisis	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 gambaran Sembilan elemen komunikasi

Gambar 4.1 Pelaksanaan Kegiatan Pendidikan Dasar Penerimaan Anggota Baru Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU).

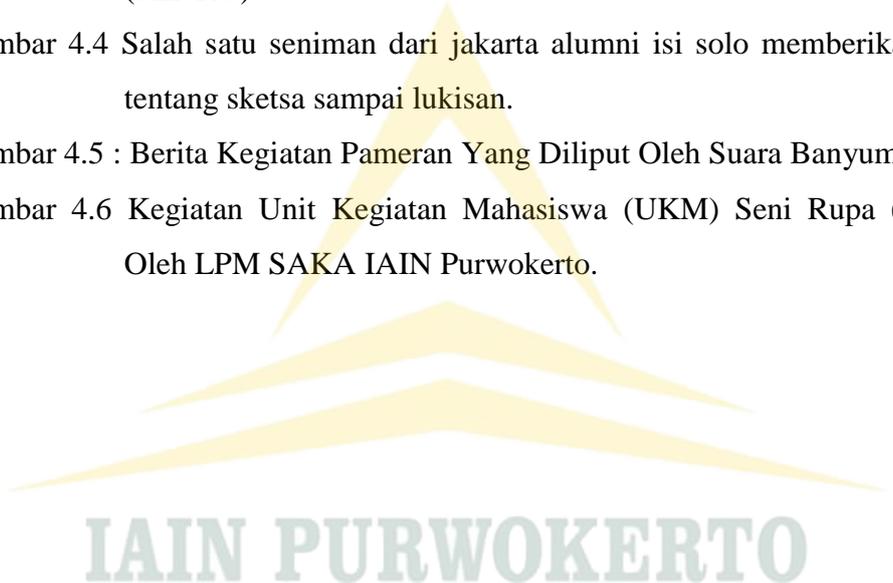
Gambar 4.2 Whorkshop Seni Cukil Yang Diadakan Oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU).

Gambar 4.3 Pameran Karya Seni Artfreedom Menjadi Event Utama Sekaligus Hari Ulang Tahun Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU).

Gambar 4.4 Salah satu seniman dari jakarta alumni isi solo memberikan materi tentang sketsa sampai lukisan.

Gambar 4.5 : Berita Kegiatan Pameran Yang Diliput Oleh Suara Banyumas.Com

Gambar 4.6 Kegiatan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Oleh LPM SAKA IAIN Purwokerto.



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kesatuan yang terdiri dari berbagai suku bangsa dan budaya. Keanekaragaman etnisitas menjadikan Indonesia kaya akan segala warisan budaya. Kondisi Indonesia sebagai negara kepulauan dengan berbagai suku bangsa yang memiliki keragaman pola pikir, seni, agama, pengetahuan, bahasa serta tradisi budaya lokal dengan karakteristik yang unik dan berbeda. Bangsa Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang biasa disebut dengan masyarakat multicultural.

Juga dalam kehidupan sehari-hari memang tidak bisa terlepas dari yang namanya komunikasi. Karena manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan. Adapun istilah yang sangat *familier* dalam dunia komunikasi yaitu *We cannot not communication*, “kita tidak dapat tidak berkomunikasi”. Hal tersebut, berarti semua perilaku yang kita lakukan adalah komunikasi. Betapa tidak, komunikasi terjadi jika seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Jadi, segala perilaku yang kita lakukan dalam sehari-hari memang memiliki potensi komunikasi. Baik dari ekspresi muka, bahasa tubuh maupun pengucapan secara verbal dan nonverbal.¹

Komunikasi mengandung dua sistem yaitu sistem internal dan sistem eksternal. Sistem internal biasa disebut dengan kerangka rujukan (*frame of reference*) bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking patterns*), keadaan internal (*internal states*), dan sikap (*attitude*) sistem internal merupakan seluruh sistem yang dibawa oleh seorang individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi, yang ia serap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosial (keluarga, masyarakat setempat, kelompok suku, kelompok agama, lembaga).

Pentingnya komunikasi dalam menyampaikan pesannya juga dapat dituangkan melalui sebuah karya seni. Seperti halnya Unit Kegiatan

¹ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 9.

Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) yang berbasis seni murni yang berdiri di tengah tengah lingkungan kampus islami, adanya Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri yang tergolong masih baru berdiri di kampus IAIN Purwokerto, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri memiliki tujuan yaitu sebagai wadah serta sarana untuk mengembangkan ilmu dan ketrampilan mahasiswa di bidang seni rupa, dan juga dilandasi dengan bertanggung jawab dan membentuk insan yang beradab serta mampu menyajikan karya seni rupa yang berlandaskan realita sosial di lingkungan sekitar.

Dalam seni rupa juga sangat di perhatikan dalam hal estetik pengkaryaan entah itu dari sudut keindahan maupun pengepresian diri melau karya seni, Menurut M. Quraish Shihab, Seni Budaya islam diartikan sebagai Ekspresi tentang keindahan wujud dari sisi pandangan islam tentang alam, hidup dan manusia yang mengantar menuju pertemuan sempurna antara kebenaran dan keindahan (sesuai cetusan fitrah). Atau dengan bahasa yang lebih mudah, seni budaya dalam pandangan Seyyed Hosen Nasr diartikan sebagai keahlian mengekspresikan ide dan pemikiran estetika dalam penciptaan benda, suasana atau karya yang mampu menimbulkan rasa indah dengan berdasar dan merujuk pada al-Qur'an dan Hadits. Seperti yang di jelaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Jaatsiyah ayat 22 :

وَأَخْلَقَ اللَّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَ لِيُجْزَىٰ كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ وَ بِمَ لَا يُظْلَمُونَ

Dan Allah menciptakan langit dan bumi dengan tujuan yang benar dan agar setiap jiwa diberi balasan sesuai dengan apa yang dikerjakannya, dan mereka tidak akan dirugikan [QS.Al-Jaatsiyah 18].²

Meski merujuk kepada sumber pokok Islam, akan tetapi Islam sendiri tidak menentukan bentuk dari seni Islam melainkan hanya memberikan acuan dan arahan. Oleh karenanya seni Islam bukanlah seni yang bersumber dari

²Al-Qur'an, Al-Jaatsiyah; ayat 18.

entitas tunggal yaitu kitab suci saja, melainkan juga berkait erat dengan seni budaya yang berkembang pada suatu masyarakat.³

Dalam pelaksanaannya, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) memiliki strategi komunikasi agar tetap eksis dan diterima di kampus IAIN Purwokerto, pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) memiliki strategi seperti mengadakan sebuah event pameran Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) juga melakukan sebuah workshop ketrampilan dalam bidang seni rupa untuk menjadi daya tarik tersendiri bagi siapapun yang ingin belajar seni rupa, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) juga memiliki sebuah program yang dimana program tersebut membahas hal-hal tentang rasa nasionalisme dan realita sosial yang sedang terjadi, dari pembahasan tersebut yang di kemas dengan istilah wacana keilmuan.

Dalam strategi komunikasi sendiri merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.⁴

Seperti pentingnya strategi komunikasi disini dapat di jadikan sebagai acuan oleh organisasi UKM SENRU untuk meningkatkn eksistensinya sebagai salah satu organisasi seni rupa murni, salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) yaitu dengan menjalankan agenda event pameran seperti contoh pameran tri tunggal yang diselenggarakan di pondok pesantren salah satunya seperti di pondok pesantren An-Najah dan Al-Hikmah Bumiayu, juga mengadakan pagelaran

³ Nanang Rizali. *Kedudukan Seni Dalam Islam*. halaman 3 Vol 1 No 1. Diambil dari 01-tsaqafa-Nanang-Rizali-kedudukan-seni-dalam-islam.pdf diakses pada tanggal 24 April 2019 pukul 08.28 WIB. tsaqafa-Nanang-Rizali-kedudukan-seni-08

⁴ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 1984), Hal. 35.

pameran karya tahunan yang dilakukan di dalam kampus yaitu pameran ART FREEDOM dan semua pameran UKM SENRU yang biasa ditampilkan seperti lukis, sketsa, gambar, foto, dan seni cukil.⁵

Mengacu pada inti penelitian ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Dalam Meningkatkan Eksistensi Di IAIN Purwokerto”, strategi komunikasi ini juga memiliki tujuan agar tetap eksisnya organisasi ini mengapa begitu karena eksistensi sendiri juga memiliki pengertian, seperti yang ditulis dalam buku kamus filsafat karya Loren bagus, jika diartikan secara etimologi eksistensi berasal dari bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual.⁶

Sedangkan menurut Kirkegaard eksistensi adalah suatu keputusan yang berani diambil oleh manusia untuk menentukan hidupnya, dan menerima konsekuensi yang telah manusia ambil. Jika manusia tidak berani untuk melakukannya maka manusia tidak bereksistensi dengan sebenarnya. Kierkegaard juga mengklasifikasikan eksistensi ini menjadi 3 tahap. Yakni tahap estetis (*the aesthetic stage*), etis (*the ethical stage*), dan religious (*the religious stage*). Seperti dalam beberapa karyanya: *The Diary of a Seducer*, *Either/Or*, *In Vino Veritas*, *Fear and Trembling*, dan *Guilty-Not Guilty*, yang sebenarnya merupakan refleksi hidup pribadinya.⁷

Keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja kita (performa) didalam suatu lingkungan. seperti eksistensi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) diterima keberadaanya di kampus IAIN Purwokerto yang memiliki basis yang islami sedangkan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri merupakan organisasi mahasiswa yang bergerak di bidang seni murni yang awal munculnya menuai banyak respon negative, dikarenakan seni rupa terlebih seni murni memiliki gaya dan pemikiran yang berbeda

⁵ Hasil Wawancara dengan Rizal Garantika selaku pengurus dan DPO UKM SENRU, pada tanggal 3 november 2019 Pukul 13.00 WIB.

⁶ Loren Bagus, Kamus Filsafat (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 185. (<http://digilib.uinsby.ac.id/1589149/Bab%202.pdf>)

⁷ Budi Hardiman, Filsafat Modern Dari Machiavelli Sampai Nietzsche, (Jakarta: Gramedia, 2007), 251.

terlebih minimnya pengetahuan tentang seni rupa dan dikaitkan dengan hal religious, dimana dengan menciptakan bentuk yang menyerupai makhluk hidup ketika diaplikasikan melalui gambar dan patung, maka dari itu agar tetap eksistensinya tetap terjaga Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) tetap menjalankan berbagai aktivitas kegiatan dengan melebur ke lingkungan kampus IAIN Purwokerto yang memiliki basis islami agar tetap di akui keberadaanya dan tetap eksis.

Seperti yang dilakukan oleh pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) yaitu sikap kekeluargaan dan memiliki niat yang sama dalam bidang seni rupa, karena dengan tujuan yang sama akan pentingnya strategi yang dilakukan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dengan membuat agenda atau kegiatan event-event pameran dan sebagainya. Selain menjadi strategi utama, dengan agendadan kegiatan tersebut akan menjadi objek perhatian agar Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) tetap mempertahankan eksistensinya walaupun berdiri ditengah kampus yang berbasis islam. Dengan demikian yang menjadikan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) ada di IAIN Purwokerto menjadi tonggak eksistensi dalam keberadaanya di kampus yang berbasis islami.

Dari beberapa event pameran yang saya amati yang diselenggarakan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri, masih terdapat banyak pengunjung yang menganggap bahwa karya seni adalah hanya display sebuah lukisan atau gambar semata, sehingga ada beberapa pengunjung yang datang hanya untuk mengabadikan foto saja. Sedangkan dari pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) setiap diadakannya event pameran karya telah menyediakan pemandu dari Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) untuk memberikan informasi tentang karya yang disajikan di dalamnya, namun ada pula pengunjung yang justru ingin lebih tau mengenai karya yang di pamerankan.

Oleh sebab itu dalam setiap hal pembelajaran untuk pengkaryaan anggota, tidak hanya di ajarkan mempelajari mengenai bentuk dan visual,

tepapi juga di ajarkan bagaimana cara berkarya dan mampu berkomunikasi dengan karya yang dihasilkan dengan melihat kejadian realita yang ada di sekitar, karena dengan karya lah seorang seniman mampu berkomunikasi dari karya yang divisualisasikan, dan hal itulah yang selalu diterapkan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) kepada semua anggotanya agar di setiap pagelaran mampu menginformasikan hasil karyanya, sehingga dapat di terima di kalangan publik dan menjadi hal yang unik.⁸

Berdasarkan latar belakang tersebut bahwa dengan adanya Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) ini maka tingkat kesadaran mahasiswa pentingnya berorganisasi, khususnya mahasiswa IAIN Purwokerto ini semakin meningkat. Dalam hal ini berarti dapat dikatakan bahwa Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) memiliki strategi komunikasi yang jitu untuk meningkatkan eksistensinya di IAIN Purwokerto yang memiliki kampus yang berbasis islami dan sangat jauh dengan hal seni rupa. Disamping itu, masih banyak kalangan mahasiswa maupun yang belum tahu bagaimana strategi komunikasi yang dibangun untuk menumbuhkan kesadaran mahasiswa yang masih sangat minim kesadaran akan pentingnya seni khususnya seni rupa.

Maka dari itu, penulis menjadikan alasan tersebut untuk meneliti dan mengetahui lebih dalam tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) kepada mahasiswa IAIN Purwokerto dengan judul “Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Dalam meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto”.

B. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalah-pahaman secara definitif, maka penulis akan memberikan sedikit penjelasan mengenai beberapa istilah yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini.

⁸ Hasil Wawancara dengan Rizal Garantika selaku pengurus dan DPO UKM SENRU, pada tanggal 13 november 2019, Pukul 13.00 WIB.

1. Strategi

Pada dasarnya strategi adalah cara yang dilakukan untuk membantu dan mempermudah dalam memecahkan masalah, selain itu strategi merupakan langkah-langkah konkrit yang dapat menyelesaikan masalah.

Pengertian strategi menurut Henry Mintzberg dalam Arianto mendefinisikan strategi sebagai berikut: Strategi sebagai 5P, yaitu: strategi sebagai PERSPEKTIF, strategi sebagai POSISI, strategi sebagai PERENCANAAN, strategi sebagai POLA kegiatan, dan strategi sebagai "PENIPUAN" (Ploy) yaitu muslihat rahasia. Sebagai perspektif, di mana strategi dalam membentuk misi, misi menggambarkan perspektif kepada semua aktivitas. Sebagai posisi, di mana di cari pilihan untuk bersaing. Sebagai perencanaan, dalam hal strategi menentukan tujuan performansi pembelajaran. Sebagai pola kegiatan, di mana dalam strategi dibentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian .

Berdasarkan pengertian dan definisi strategi di atas, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi adalah rencana tentang serangkaian manuver, yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata maupun yang tak- kasat mata, untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan.

Dalam Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU), strategi ini juga di gunakan sebagai cara agar organisasi tersebut tetap menjadi wadah bagi mahasiswa IAIN Purwokerto untuk ber ekspresi dengan kreatifitas yang di tuangkan dalam bidang seni rupa dan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) pun tetap memiliki respon positif di semua khalayak terutama mahasiswa IAIN Purwokerto dan tetap eksis di kampus IAIN Purwokerto.⁹

2. Komunikasi

Walaupun istilah komunikasi sudah sangat akrab ditelinga maupun definisi mengenai komunikasi ternyata tidaklah semudah yang di

⁹<http://digilib.iainkendari.ac.id/690/3/Bab%20II.di> akses pada tanggal 16 Desember 2019 pukul 11 :15 WIB.

perkirakan. Stephen little jhon mengatakan : communication is diffucult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings (komunikasi sulit untuk di definisikan.kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti banyak istiah, memiiki banyak arti).¹⁰

Namun dalam konteks komunikasi secara teoritis dapat di bagi kedalam dua tingkatan, salah satunya yaitu komunikasi intrarpersonal, komunikasi interpersonal dan komunikasi masa atau publik, komunikasi intrapersonal yaitu penerima pesan adalah diri sendiri, komunikasi interpersonal yaitu pengirim dan banyak orang sebagai penerima, sedangkan komunikasi publik atau masa adalah pengirim dengan umum dan masa banyak.

Seperti yang dilakukan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dalam merespon semua kejadian yang terjadi di sekitar dan menginformasikan kepada semua khalayak yang di tuangkan dalam berbagai karya seni rupa dengan maksud bahwa karya rupa seperti lukisan, gambar, foto, juga dapat memberikan informasi dan menjadi daya tarik tersendiri untuk berkomunikasi melalui media seni rupa.

3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.¹¹

Jadi, strategi komunikasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah perencanaan dan kegiatan yang dilakukan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Dalam Meningkatkan Eksistensi

¹⁰Morrison, Teori Komunikasi Individu Hingga massa, (jskarta: Kencana Prenada Media Group,2013),hal 8.

¹¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 1984), Hal. 35.

di IAIN Purwokerto, Karena strategi adalah cara yang sangat baik dalam organisasi untuk mencuri banyak perhatian dengan ide ide kreatif yang tentunya agar lebih terjaga eksistensinya, tanpa komunikasi yang baik sebuah organisasi seperti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) menjadi organisasi yang terstruktur dalam segala hal juga menjadikan sebuah identitas organisasi yang berada di IAIN Purwokerto dalam tingkat organisasi.

4. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni rupa (SENRU)

Organisasi dalam Unit Kegiatan mahasiswa (UKM) ini bernama Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) yang selanjutnya di singkat SENRU, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri didirikan di purwokerto, pada tanggal 4-5 November 2015 untuk waktu yang tidak di tentukan.

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri berkedudukan di purwokerto jawa tengah, di Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto, yang di mana organisasi senirupa satu satunya di purwokerto yang berdiri di perguruan tinggi yang berbasis islam.¹²

5. Eksistensi

Eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi 4 pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.¹³

Seperti halnya yang di lakukan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) sendiri untuk memningkat kegiatan kegiatan

¹² Tentang Pengesahan Anggaran Dasar Ukm Senru Iain Purwokerto Pperiode 2017-2018, Pasal 2

¹³ Hadi Arrifianto Irfan, *Eksistensi Komunitas Waroeng Keroncong Di Kota Semarang*, halaman 10, di akses pada 2/7/2020 pukul 09.10 WIB.

yang dimana sebuah kegiatan tersebut akan menjadi suatu acuan terbentuknya kreatifitas anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dengan adanya event event pameran dan menjadi identitas organisasi seni rupa agar tetap eksis di lingkungan kampus yang berbasis islami, lebih tepatnya di IAIN Purwokerto.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas yaitu tentang bagaimana Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa Dalam Meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mempelajari tentang bagaimana Strategi Komunikasi Unit kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Dalam Meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto ?

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis/ Akademis

Penelitian ini dapat menjadi wacana baru dan diharapkan dapat memberi masukan dalam mengembangkan keilmuan komunikasi penyiaran Islam.

b. Praktis

Bagi penulis, akan bermanfaat dalam penambahan wawasan, dan pengetahuan terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dalam meningkatkan eksistensi di IAIN Purwokerto.

Bagi masyarakat umum dapat dijadikan sebagai acuan untuk melakukan strategi komunikasi terhadap mahasiswa dan masyarakat, khususnya mahasiswa yang masih rendah kesadaran akan pentingnya memahami karya seni rupa di kampus yang berbasis islami .

Penelitian ini diharapkan dapat berguna di masa yang akan datang, dan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk penelitian-penelitian terkait yang akan datang.

E. Kajian Pustaka

Penelitian ini menggunakan berbagai bahan kajian pustaka dari hasil studi skripsi mahasiswa yang semuanya berkaitan dengan penelitian yang disusun oleh peneliti. Kajian pustaka ini juga untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian yang sejenis. Sejauh ini penulis menemukan penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Alfarisi, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto dengan judul Strategi Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto dalam Menambah Input Mahasiswa (Tahun 2008-2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dibangun oleh STAIN Purwokerto dalam menambah input Mahasiswanya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan studi kasus di STAIN Purwokerto. Penelitian ini melihat upaya-upaya pihak STAIN Purwokerto dalam membangun strategi komunikasi untuk menambah jumlah mahasiswanya.¹⁴

Metode pengambilan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) menggunakan *to secure understanding, to establish acceptance, dan to motivate action*.¹⁵

Bedanya dengan penelitian Alfarisi dengan peneliti, Alfarisi mengambil objek pihak STAIN Purwokerto dalam menambah input

¹⁴ Alfarisi, Strategi Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto dalam menambah Input Mahasiswa (Tahun 2008-2015), *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2018), hal. V.

¹⁵ Arum Irani, Strategi Komunikasi dan Inovasi dalam Mengembangkan Potensi Desa Rancamaya Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2019), hal. V.

mahasiswa STAIN Purwokerto (tahun 2008-2015). Kemudian persamaan yang dimiliki Alfarisi dengan peneliti adalah penelitiannya sama-sama menggunakan strategi komunikasi yang berlatar belakang di IAIN Purwokerto.

Penelitian yang dilakukan oleh Mumtaazun Fadli, dalam skripsinya Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Desa Kalisari dalam Mengenalkan Potensi Desa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Kalisari dalam mengenalkan potensi desa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, studi dokumen dan kepustakaan serta penelusuran online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah desa Kalisari meliputi analisis kekuatan dengan teknik SWOT, menentukan segmentasi pasar, dan menggunakan teknik baruan pemasaran yaitu periklanan (*advertising*), acara dan pengalaman (*event*), publisitas (*publicity*) dan penjualan secara personal (*personal selling*).¹⁶

Yang menjadi perbedaan peneliti Mumtaazun Fadli dengan peneliti ini yaitu skripsi ini lebih fokus pada strategi komunikasi pemasaran pada desa Kalisari sedangkan bagi penulis ini lebih fokus pada strategi komunikasi untuk meningkatkan keeksisn sebuah organisasi di dalam kampus IAIN Purwokerto. Dan persamaan peneliti Mumtaazun Fadli dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi dalam meningkatkan keunggulan pada objeknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abdul Aziz Rosyadi, dalam skripsinya Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar Umat Beragama di Banyumas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) serta kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi komunikasi tersebut sebagai upaya menjaga kerukunan antar-umat beragama di Banyumas. Metode

¹⁶ Mumtaazun Fadli, Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Desa Kalisari dalam Mengenalkan Potensi Desa, *Skripsi*, (Purwokerto: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017), hal. V.

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh FKUB Banyumas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat strategi komunikasi yang dilakukan FKUB dalam upaya menjaga kerukunan antar-umat beragama di Kabupaten Banyumas. Keempat strategi tersebut meliputi strategi komunikasi dalam pemilihan komunikator, strategi komunikasi dalam penyusunan pesan, strategi komunikasi dalam memilih media dan saluran komunikasi, dan strategi komunikasi dalam menentukan target sasaran komunikasi.¹⁷

Yang menjadi pembeda dengan peneliti Muhammad Abdul Aziz Rosyadi dan peneliti ia menggunakan strategi komunikasi kerukunan umat beragama (FKUB) dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar Umat Beragama di Banyumas sedangkan peneliti adalah strategi komunikasi untuk meningkatkan eksistensi sebuah organisasi kemahasiswaan atau yang biasa disebut dengan UKM seni rupa (SENRU) di kampus IAIN Purwokerto. Kemudian persamaan dalam peneliti Abdul Aziz Rosyadi dengan peneliti yaitu pada pengumpulan data wawancara mendalam dan dokumentasi dari kegiatan kegiatan untuk melakukan penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Propitasari, dalam skripsinya Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Radio Utari FM Cilacap serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Radio Utari FM Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh diolah secara deskriptif kualitatif model interaktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran radio Utari FM Cilacap dalam meningkatkan jumlah pemasang iklan adalah

¹⁷ Muhammad Abdul Aziz Rosyadi, Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar-umat Beragama di Banyumas. *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2019), hal. IV.

menggunakan strategi pemasaran yang termasuk dalam bagian setiap elemen-elemen baruan promosi (*promotional mix*) yaitu: pertama, elemen periklanan (*advertising*) menggunakan brosur dan media luar lapangan. Kedua, elemen hubungan masyarakat (*public relation*) dengan menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak seperti pendengar dan lembaga pemerintahan serta mengadakan event-event khusus. Ketiga, elemen promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan potongan harga/diskon, paket hemat dan bonus. Dan keempat, elemen penjualan personal (*personal selling*) dengan melakukan presentasi penjualan, pemasaran jarak jauh dan *door to door*.¹⁸

Yang menjadi pembeda dengan peneliti Dwi Propitasari dan peneliti dimana ia menggunakan strategi pemasaran, sedangkan peneliti adalah strategi komunikasi. Kemudian untuk persamaannya dalam penelitiannya sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data secara kualitatif untuk mendapatkan informasi dalam melakukan penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Indri Yunita, dalam skripsinya KOMUNIKASI ORGANISASI Strategi Komunikasi Sekretariat Bersama (Sekber) '65 Kabupaten Banjarnegara dalam Memperjuangkan Kasus Pelanggaran HAM berat 1965. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana strategi komunikasi Sekber '65 Kabupaten Banjarnegara dalam memperjuangkan kasus pelanggaran HAM berat 1965. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, jenis penelitian lapangan dan subjek penelitian organisasi Sekber '65 di Kabupaten Banjarnegara. Teori yang digunakan adalah teori informasi organisasi perspektif Karl Weick. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Sekber '65 Kabupaten Banjarnegara dalam memperjuangkan kasus pelanggaran HAM berat 1965. 1) Melakukan konsolidasi eksternal dan internal, 2) Menggunakan media komunikasi elektronik, 3) Melakukan integrasi. Sedangkan hambatan komunikasinya yaitu: 1) Keadaan SDM, 2)

¹⁸ Dwi Propitasari, Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan. *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2016), hal. V.

Anggota pasif, 3) Keterbatasan sarana dan prasarana komunikasi, 4) Ketergantungan terhadap *steakholder*, 5) Sistem administrasi kurang baik.¹⁹

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Indri Yunita dan peneliti adalah peneliti Indri Yunita lebih condong pada permasalahan hak asasi manusia, sedangkan bagi penulis ini lebih fokus pada masalah ke eksisan sebuah lembaga organisasi kemahasiswaan. Kemudian persamaan pada penelitian yang dilakun oleh Indri Yunita dengan peneliti yaitu yang menjadi objek penelitiannya sama sama mempunyai latar belakang organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Nurmaghfiroh, dalam skripsinya Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan Aids (KPA) dalam Menanggulangi Aids di Banyumas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi KPA dalam menanggulangi kasus HIV di Banyumas. Penelitian ini menggunakan teori Lasswell, yang mengemukakan beberapa pertanyaan untuk menjawab tentang strategi komunikasi, dengan menggunakan beberapa metode pengolahan data kualitatif, yakni dengan pendekatan deskriptif menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan KPA adalah bekerjasama dengan dinas-dinas terkait yaitu Dinas Kesehatan, Dinas Sosial, serta pemerintah daerah. Langkah-langkah yang digunakan dalam mensukseskan strategi tersebut adalah dengan cara penyuluhan serta sosialisasi program HIV, konselor dan pendampingan kepada penderita dan memfasilitasi pemeriksaan serta rujukan obat.²⁰

Secara garis besar dari semua kajian pustaka yang penulis cantumkan terdapat persamaan dan perbedaan yang cukup jelas dengan yang dilakukan penulis. Persamaan dan perbedaan tersebut selain terletak pada objek dan

¹⁹ Indri Yunita, KOMUNIKASI ORGANISASI Strategi Komunikasi Sekretariat Bersama (Sekber) '65 Kabupaten Banjarnegara dalam Memperjuangkan Kasus Pelanggaran HAM Berat 1965. *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2016), hal. VI.

²⁰ Fitri Nurmaghfiroh, Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan Aids (KPA) dalam Menanggulangi Aids di Banumas. *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2019), hal. V.

subjek penelitian, juga terletak pada strategi komunikasi yang menarik dari tiap-tiap lembaga atau komunikator.

Hasil yang peneliti capai adalah bagaimana Strategi Komunikasi UKM SENRU IAIN Purwokerto dalam Meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto.

F. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini menjadi lebih mudah dipahami oleh pembaca, maka laporan hasil penelitian ini akan disusun dengan adanya sistematika. Sistematika ini menjelaskan tentang kerangka berfikir yang disajikan dalam penelitian ini dari awal hingga akhir. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I, berisi Pendahuluan yang didalamnya peneliti menguraikan latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penelitian.

Bab II, berisi tentang kerangka teoritis, memuat serangkaian sub-sub bahasan tentang kajian teoritik mengenai landasan teori, meliputi strategi komunikasi.

Bab III, berisi tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV, berisi pembahasan hasil penelitian tentang Strategi komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) Dalam Meningkatkan Eksistensi Di IAIN purwokerto Dalam .

Bab V adalah penutup yang berisi simpulan, saran, kata penutup, lampiran, dan daftar riwayat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang penulis lakukan berdasarkan pada data-data yang diperoleh dari lapangan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Unit kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dalam meningkatkan eksistensi di IAIN Purwokerto lebih cenderung pada pelaksanaan kegiatan dalam meningkatkan eksistensinya di IAIN Purwokerto, berbagai agendan atau pun kegiatan dalam bentuk pameran maupun whorkshop merupakan cara jitu untuk melakukan strateginya.

Dari pihak Unit Kegiatan mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) juga menerapkan *system to motivate action* (kegiatan) dimana dari pihak Unit kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) untuk strategi komunikasinya banyak melakukan kegiatan agenda maupun kegiatan sebagai acuan agar organisasi mahasiswa Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) tetap mempertahankan eksistensinya di IAIN Purwokerto.

1. Strategi yang dilakukan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) dengan upaya pelaksanaan agenda dalam bentuk kegiatan event pameran dan mengadakan berbagai workshop yang dilakukan di dalam kampus IAIN Purwokerto sendiri.
2. Dengan melakukan berbagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) diharapkan akan dapat meningkatkan eksistensinya di IAIN Purwokerto.

B. Saran

Dari peneliti sendiri mengenai strategi komunikasi ini hanya salah satu contoh untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi komunikasi. Bagi para mahasiswa selanjutnya yang tertarik untuk meneliti strategi komunikasi, penulis berharap kajian ini tidak hanya sebatas untuk menuntaskan studi, tetapi juga dijadikan sebagai pembelajaran yang mendalam, sehingga dari

penelitian yang dilakukan mampu menjadi bahan untuk berbenah diri sehingga kedepannya memiliki wawasan ketika akan menghadapi masyarakat.

Bagi pengurus maupun anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU), lebih dimaksimalkan komunikasinya untuk berkordinasi dan mengadakan evaluasi secara rutin sehingga Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Seni Rupa (SENRU) tetap terjaga eksistensinya melalui agenda maupun kegiatan yang diselenggarakan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2007. *“Analisis Eksistensial. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persad”*.
- Alfarisi, 2015. *“Srtategi Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Dalam Menambah Input Mahasiswa Dari Tahun 2008 Sampai 2014”*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Andi Prastowo, 2011. *“Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian”*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Biagi, Shirley. 2010. *“Media Impact Pengantar Media Massa”*: Media Impact An Introduction to Mass Media. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cangara, Hafied 2012. *“Pengantar Ilmu Komunikasi”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2007. *“Pengantar Ilmu Komunikasi”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana. 2014. *“Dinamika Komunikasi”*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendi, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”*, Bandung: Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *“Ilmu, teori dan filsafat komunikasi”*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Emzir. 2011. *“Metode Penelitian kualitatif Analisis Data”*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Fadli, Mumtaazun. 2017. *“Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Desa Kalisari dalam Mengenalkan Potensi Desa. Skripsi. Purwokerto”*: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Insitut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Fransiska, Rani 2015. *“Eksistensi Pasar Senggol Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam Skripsi”* : Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Diakses dari (<http://digilib.uinsby.ac.id/15891/49/Bab%202.pdf>)

<http://digilib.uinsby.ac.id/18519/5/Bab%202.pdf>

- Ilaihi, Wahyu. 2010. *"Komunikasi Dakwah. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya. Kierkegaard"*, Soren Aabye. 2011, *Fear and Trembling and The Sickness unto*
- Irani, Arum. 2019. *"Strategi Komunikasi dan Inovasi dalam Mengembangkan Potensi Desa Rancamaya Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas"*. Skripsi. Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Morissan, 2013. *"Teori komunikasi : individu hingga massa"* . Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Nurmaghfiroh, Fitri, 2019. *"Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan Aids (KPA) dalam Menanggulangi Aids di Banumas. Skripsi. Purwokerto"*: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Propitasari, Dwi, 2016. *"Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan. Skripsi. Purwokerto"*: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *"Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Rosyadi, Muhammad Abdul Aziz. 2019. *"Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar-umat Beragama di Banyumas"*. Skripsi. Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Ruslan, Rosady, 2011. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi"*; Konsep dan aplikasi. Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- Soehadha, Moh. 2012. *"Metode Penelitian Sosial Kualitatif"*. Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga.
- Sugiyono. 2016. *"Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh , Ahmad. 2011. *"Metodologi Penelitian Praktis"*. Yogyakarta: Teras.
- Tentang Pengesahan Anggaran Dasar Ukm Senru Iain Purwokerto Pperiode 2017-2018, Pasal 2