

PMII terus bertahan hingga saat ini tentu bukan tanpa usaha para anggota dan kadernya diperlukan strategi-strategi yang menarik dan terbaru agar mahasiswa dapat tertarik dengan PMII dan ikut bergabung dengan PMII, dimana posisi PMII bukan organisasi internal perguruan tinggi sehingga ruang-ruang PMII di kampus tidak sebanyak organisasi internal kampus, sehingga PMII perlu terus berinovasi untuk mempertahankan eksistensinya melalui kaderisasi karena kaderisasi merupakan jantungnya organisasi.

Rekrutment dalam organisasi merupakan suatu kegiatan yang sangat fundamental dalam sebuah lembaga atau organisasi. Dimana keberlanjutan dan eksistensi dari lembaga atau organisasi tersebut sangat dipengaruhi oleh adanya kader atau anggota yang ada di dalamnya. Sebagai sebuah kegiatan yang sangat penting rekrutment tentu saja tidak hanya dijalankan dengan begitu saja tanpa mempertimbangkan hal-hal yang lain seperti perencanaan yang berupa strategi. Strategi tersebut merupakan cara yang digunakan oleh para anggota atau kader dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan calon kadernya.¹

Di tengah masyarakat yang multi kultural ini, mahasiswa tergolong sebagai unsur yang unik. Dimana kehadirannya diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran yang kritis dan inovatif terhadap perubahan serta mampu menjawab isu-isu aktual dengan pemikiran konstruktif. Namun demikian bukan tugas yang bisa dianggap enteng dimana memerlukan keuletan dan preses yang bertahap.

Visi gerakan kemahasiswaan selama ini mendapati momentumnya di tangan organisasi ekstra semisal PMII. Selain kemudian memberikan arah gerakan kritis organisasi ini juga mengemban tugas intelektual dari berbagai aspek yang diperlukan sebagai bentuk menjawab tantangan zaman.

Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) yang merupakan organisasi ekstra di kampus tentu memiliki strategi sendiri dalam menarik minat organisasi bagi mahasiswa khususnya mahasiswa baru.

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh pengurus PMII dalam menarik minat organisasi mahasiswa tentu akan terus berkembang setiap tahunnya karena seiring perubahan zaman dan masa. Pergolakan tarikan massa dalam menarik minat organisasi mahasiswa memberikan irama tersendiri di tengah politik kampus.

PMII sebagai gerbong gerakan massa tentu mengharuskan kader dan anggotanya untuk memiliki nalar dan pola pikir yang kritis untuk terus peka akan perubahan zaman agar tidak menyimpang dari prinsip kebenaran yang keadilan yang di tanamkan pada jiwa kader dan anggota PMII. Hal tersebut bisa terlaksana dengan pembelajaran yang dilakukan secara berkelanjutan dan sistematis. Dari perspektif ini PMII bertanggung jawab untuk meningkatkan intelektualitas kader dengan sistem kaderisasi yang telah dirancang dan disepakati bersama dalam menarik minat mahasiswa.

Dalam konteks menarik minat mahasiswa khususnya mahasiswa baru PMII tidak dapat lepas dari interaksi sosial baik dari unsur sosial yang berupa politik, budaya, ekonomi dan akademis. Interaksi organisasi dengan unsur luarnya

membutuhkan kecakapan dalam komunikasi karena setiap bagian memiliki nilai pertanggungjawaban yang tidak bisa dihindari.

Sebagian besar kehidupan manusia terisi dengan komunikasi, dengan komunikasi manusia mampu memahami orang lain serta perbedaannya sehingga akan tercipta saling mengerti dan memahami, akan tetapi komunikasi yang aktif selalu membutuhkan strategi dan pola-pola yang baik.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku berjudul Dimensi-Dimensi Komunikasi menyatakan bahwa “ Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan , dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (1981 : 84).”

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*Planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*Single communication medium strategy*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.

Anwar Arifin dalam bukunya *Strategi Komunikasi* menyatakan bahwa “ Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi

komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat (1984 : 10). Strategi hakikatnya adalah perpaduan antara perencanaan dan manajemen yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Setiap lembaga atau organisasi tentu memiliki cara tersendiri untuk menarik minat berorganisasi bagi mahasiswa baru dan pengurus organisasi mempunyai ruang lingkup kegiatan yang menyangkut banyak manusia, baik di dalam dan di luar. Pengurus organisasi dalam suatu usaha sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda, yaitu keluar memberikan informasi kepada khalayak dan ke dalam menyerap reaksi dari khalayak. Organisasi mempunyai tujuan dan berkehendak untuk mencapai suatu tujuan untuk memajukan organisasinya dan memiliki kader yang militan.

PMII sebagai organisasi ekstra kampus berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti aktif di beberapa kegiatan yang melibatkan instansi-instansi yang ada di kabupaten OKU selain itu juga PMII memiliki tantangan sendiri dalam merekrut anggota baru selain dengan lebih sulit untuk melakukan pengenalan seperti yang dilakukan organisasi intra kampus, PMII juga harus mempertahankan eksistensinya dengan organisasi-organisasi ekstra kampus

lainnya yang berbasis keislaman, untuk organisasi intra kampus dapat dijadikan mitra bagi PMII OKU dalam hal perekrutan anggota.

Sangat penting bagi sebuah organisasi untuk memiliki sumber daya manusia yang berkualitas untuk menjalankan visi dan misi yang telah dibuat oleh organisasi guna mewujudkan tujuan dari organisasi sesuai sasaran sehingga tujuan tersebut dapat tercapai dan dapat terealisasi dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian tersebut yang menjadi fokus kajian adalah “Bagaimanakah strategi komunikasi Organisasi PMII OKU dalam merekrut anggota baru?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi organisasi PMII OKU dalam merekrut anggota baru.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah di harapkan penelitian dapat menambah ilmu pengetahuan dalam penelitian komunikasi lainnya serta hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi serta manfaat bagi masyarakat mengenai strategi komunikasi organisasi, dan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan hal positif bagi perkembangan studi mengenai strategi komunikasi dalam organisasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasinya di Kampus UIN Mataram

Penelitian ini dilakukan oleh Moh. Subhan pada tahun 2020 dengan judul penelitian “ strategi komunikasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dalam mempertahankan eksistensi organisasinya di kampus UIN Mataram.”

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi IMM dalam mempertahankan eksistensinya di kampus UIN Mataram serta apa saja yang menjadi kendala dalam mempertahankannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan komunikasi dan dibahas secara deskriptif. Data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi IMM dalam mempertahankan eksistensinya di kampus UIN Mataram serta apa saja yang menjadi kendala dalam mempertahankannya ialah dimana IMM melakukan kegiatan lebih kepada bagaimana cara agar orang mengetahui serta memahami terkait dengan keberadaan IMM di UIN Mataram dan juga memfokuskan ke dalam aspek diskusi, mempererat silaturahmi dan kaderisasi. Dalam menjaga eksistensinya IMM juga lebih menekankan segi sosialisasi tentang pengenalan IMM kepada mahasiswa.