

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA  
KOMUNITAS *ANIMAL LOVERS* MEDAN UNTUK  
MEMBANGUN SIKAP PEDULI PADA KELESTARIAN  
SATWA DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**HAMDY YUSRI**  
**1703110024**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **HAMDI YUSRI**  
N P M : 1703110024  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI PADA KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN**

Medan, 11 Oktober 2021

PEMBIMBING

  
**LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.**

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI

  
**AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

DEKAN

  
**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.S.P.**

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
oleh:

Nama : HAMDY YUSRI  
NPM : 1703110024  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada hari, tanggal : Rabu, 13 Oktober 2021  
Waktu : Pukul 08:00 WIB s.d selesai

### TIM PENGUJI

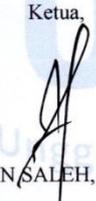
PENGUJI I : ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom. 

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. 

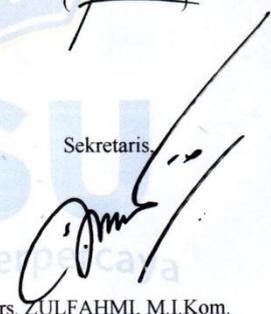
PENGUJI III : LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom 

### PANITIA PENGUJI

Ketua,

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.S.P.

Sekretaris,

  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Hamdi Yusri, NPM 1703110024, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 12 Oktober 2021

Yang menyatakan,

  
Hamdi Yusri

## KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Organisasi Komunitas *Animal Lovers* Medan Untuk Membangun Kelestarian Satwa Di Kota Medan”**. Shalawat beriring salam senantiasa peneliti hadiahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan para pengikutnya. Yang telah membawa kita sejak zaman jahiliyah hingga zaman yang terang benderang ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, dikarenakan adanya keterbatasan pengetahuan dan kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, dengan diselesaikannya penulisan skripsi ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut terlibat dalam penyelesaian skripsi, terutama kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, masukan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini juga, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga, terutama kepada kedua orang tua tercinta Ibu Yusmaizar dan bpk Hamdani Koto yang senantiasa mendoakan, memotivasi dan memberikan dukungan kepada penulis baik dalam segi moril maupun materil.

Dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, Bapak Abrar Adhani S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan II.
4. Bapak Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Lutfi Basit, S.Sos, M.I.Kom, sebagai Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan mengarahkan saya dalam penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada pihak Komunitas *Animal Lovers* Medan, yang sudah meluangkan waktu untuk menjawab segala pertanyaan saya dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman-teman terdekat saya dan orang terkasih yang selalu memberikan dukungan kepada saya.

9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama peneliti menempuh pendidikan dan seluruh Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu dalam menyiapkan berkas dan hal lainnya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari pembacanya sangat peneliti harapkan. Akhir kata peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Medan, Oktober 2021

Peneliti

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS *ANIMAL LOVERS* MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI DALAM KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN**

**HAMDI YUSRI**  
**1703110024**

**ABSTRAK**

Pada dasarnya bentuk dari strategi komunikasi terhadap suatu kelompok organisasi sangat penting dilakukan, karena dengan mengatur strategi komunikasi dapat memperluas pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasive dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal dan dapat membantu dalam segala bentuk jenis media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi pada komunitas *animal lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam kelestarian satwa di kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan metode kualitatif, teknik analisis data dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini ialah beberapa anggota komunitas *animal lovers* Medan yang terdiri dari 5 orang diantaranya 1 orang ketua dan 4 orang anggota. Dalam penelitian ini, ditemukan strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh komunitas *animal lovers* untuk membangun sikap peduli di kota Medan dengan memberikan motivasi dan pengetahuan melalui media maupun tatap muka. Dan untuk lain hal strategi komunikasi organisasi yang diterapkan juga dengan melakukan komunikasi kelompok kecil seperti membuat grup pada salah satu media sosial agar proses penyampaian pesan dan informasi yang disampaikan antar anggota kepada masyarakat bisa menjadi lebih efektif dan masyarakat pun bisa menjadi bagian dari perencanaan yang diatur oleh komunitas *animal lovers* Medan untuk menjaga kelestarian satwa yang ada di kota Medan.

**Kata Kunci** : Strategi Komunikasi, Komunikasi organisasi, Komunitas.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	
HALAMAN PENGESAHAN .....	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II : URAIAN TEORITIS.....</b>	<b>8</b>
2.1. Strategi Komunikasi .....	8
2.1.1. Tujuan Strategi Komunikasi .....	12
2.1.2. Komponen Strategi Komunikasi .....	19
2.2. Komunikasi Organisasi.....	26
2.2.1. Teori Komunikasi Organisasi .....	29
2.2.2. Tujuan Komunikasi Organisasi .....	33
2.2.3. Fungsi Komunikasi Organisasi.....	34
2.2.4. Jaringan Komunikasi Organisasi .....	38
2.3. Komunitas.....	41
2.3.1. Konsep Komunitas .....	44
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	46
3.2. Kerangka Konsep .....	47
3.3. Definisi Konsep .....	48
3.4. Kategorisasi Penelitian .....	49
3.5. Narasumber.....	50
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.6.1. Observasi dan Wawancara .....	52
3.7. Teknik Analisis Data .....	53
3.8. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	54

<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	55
4.1.1. Identitas Informan.....	55
4.1.2. Strategi Komunikasi Organisasi Komunitas.....	59
4.1.2.1. Perencanaan.....	59
4.1.2.2. Pengetahuan .....	62
4.1.2.3. Media.....	63
4.1.3. Penerapan Kebijakan .....	63
4.1.3.1. Koordinasi dan Kelompok .....	65
4.2. Pembahasan .....	67
 <b>BAB V : PENUTUP .....</b>	 <b>70</b>
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran .....	71
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>73</b>

## **DAFTAR TABEL**

Table 3.4 Kategorisasi Penelitian.....	49
Table 4.1 Data Dan Identitas Informan.....	55
Table 4.2 Jenis Kelamin Informan .....	56
Table 4.3 Agama Informan .....	56
Table 4.4 Usia Informan .....	57
Table 4.5 Lama Bekerja Informan .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Foto Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4 : SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 5 : SK-2 Surat Penetapan Judul Skripsi
- Lampiran 6 : SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : SK-4 Undangan Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 8 : SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 : SK-6 Permohonan Ujian Skripsi
- Lampiran 10 : SK-7 Surat Pernyataan
- Lampiran 11 : SK-8 Borang Data Alumni
- Lampiran 12 : SK-9 Undangan Panggilan Sidang Meja Hijau

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah, ditempat kerja, dipasar, dilingkungan masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan terutama strategi komunikasi dalam sebuah kelompok organisasi.

Pada dasarnya bentuk dari strategi komunikasi terhadap suatu kelompok organisasi sangat penting dilakukan, karena dengan mengatur strategi komunikasi dapat memperluas pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal dan juga dapat membantu operasional dalam segala bentuk jenis media. Dalam strategi komunikasi peranan komunikasi sangatlah penting. Strategi komunikasi harus luas sedemikian rupa sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi.

Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu, lebih-lebih jika komunikasi dilangsungkan melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen komunikasi, sehingga efek yang

diharapkan tak kunjung tercapai. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan dari perencanaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

Bentuk perencanaan komunikasi yang dipandang dari sudut perspektif fungsional, terdapat komunikasi organisasi yang didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara kelompok komunitas. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Proses yang saling menciptakan dan menukar pesan dalam satu jaringan saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang sering berubah-ubah.

Peran penting komunikasi sangat diperlukan pada sebuah organisasi. Dengan adanya komunikasi, sebuah organisasi dapat berjalan dengan baik sesuai aturan-aturan yang berlaku dalam komunikasi itu sendiri. Komunikasi yang terjalin secara baik dalam sebuah organisasi dapat menambah keharmonisan hubungan antara anggota-anggota dalam sebuah organisasi itu sendiri yang pada akhirnya dapat membangun solidaritas serta keutuhan anggota-anggota yang ada dalam naungan sebuah organisasi tersebut agar terus bertahan dan memperkokoh organisasinya. Keberhasilan, keutuhan serta jalinan erat antara sesama anggota organisasi didukung penuh oleh sebuah komunikasi, artinya komunikasi sangat

berperan penting dalam kemajuan organisasi itu sendiri. “Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu”.

Komunikasi organisasi berperan untuk membangun iklim komunikasi didalam organisasi, sebagai proses saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti. Dimana pesan yang akan disalurkan bersifat memberi informasi, mengatur, membujuk, dan mengintegrasikan antara kelompok kecil di dalam organisasi.

Komunikasi organisasi dalam suatu organisasi berbeda dengan organisasi lainnya. Hal ini karena bentuk organisasi dan iklim yang dibangun setiap kelompok berbeda. Iklim dapat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal organisasi maupun internal organisasi itu sendiri. Iklim sendiri merupakan kiasan yang menunjukkan situasi yang ada di dalam organisasi berpengaruh pada tindakan dan tingkah laku anggotanya dan berdampak pada kinerja yang dihasilkan individunya. Agar suatu organisasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang direncanakan, maka suatu organisasi harus mempunyai iklim organisasi yang positif.

Di dalam organisasi, komunikasi memiliki peran penting. Karna tanpa adanya komunikasi kegiatan yang akan di jalani suatu organisasi tidak akan berjalan dengan yang di harapkan. Dengan adanya komunikasi maka dalam suatu organisasi dapat mengetahui mengenai kepribadian masing-masing dengan baik antaranya jajaran pimpinan organisasi maupun anggota organisasi. Oleh karna itu

komunikasi merupakan bagian penting dalam suatu organisasi baik komunikasi ke bawah maupun komunikasi ke atas.

Berdasarkan aktivitas dalam komunitas sangat erat di pengaruhi oleh pertalian individu satu dengan yang lain, dalam sebuah kelompok komunitas, petalian individu dengan kelompok lain berpengaruh pada apa yang dilakukan. Karena struktur kekuatan kelompok dibentuk dalam pola interaksi komunikasi yang didalamnya terdapat peran normal yang diciptakan. Sehingga dapat diketahui komunikasi kelompok adalah landasan utama untuk menciptakan pertalian antar anggota komunitas.

Pertalian komunikasi dalam komunitas dapat tercipta dari interaksi tatap muka. Memaparkan komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga atau lebih guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, berbagai kesenangan pribadi, pemeliharaan diri, atau pemecah masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Solidaritas juga diperlukan dan dapat diartikan sebagai kesatuan kepentingan, simpati, dll, sebagai salah satu anggota dari kelas yang sama. Dengan demikian, bila dikaitkan dengan organisasi dapat disimpulkan bahwa solidaritas adalah rasa kebersamaan dalam suatu kelompok tertentu yang menyangkut tentang kesetiakawanan dalam mencapai tujuan dan keinginan yang sama. Solidaritas dalam organisasi sangat dibutuhkan, karena untuk menjalin kerja sama yang baik harus bisa mempertahankan suatu organisasi tersebut, dalam suatu

organisasi kalau ada salah satu anggota maupun kelompok tidak bisa solid maka tidak akan bisa mempertahankan suatu organisasinya.

Adanya kebersamaan atau solidaritas dari para anggota organisasi ini tentu tidak terlepas dari pola komunikasi yang dibangun oleh para anggotanya. Di jelaskan bahwa pengertian solidaritas diambil dari kata *soldier* yang berarti mempunyai atau memperlihatkan perasaan bersatu. Dengan demikian, bila dikaitkan dengan organisasi dapat di simpulkan bahwa solidaritas adalah rasa kebersamaan dalam suatu kelompok tertentu yang menyangkut tentang kesetiakawanan dalam mencapai tujuan dan keinginan yang sama.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan ingin mengetahui strategi komunikasi organisasi pada Komunitas *Animal Lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam kelestarian satwa di kota Medan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Pada Komunitas *Animal Lovers* Medan Untuk Membangun Sikap Peduli Dalam Kelestarian Satwa di Kota Medan?

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Organisasi Pada Komunitas *Animal Lovers* Medan Untuk Membangun Sikap Peduli Dalam Kelestarian Satwa di Kota Medan.

## 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

### a. Aspek Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan manfaat dengan menambah referensi kepada pecinta hewan lain dan masyarakat luar berupa pengembangan serta ilmu pengetahuan mengenai strategi komunikasi organisasi pada komunitas *animal lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam menjaga kelestarian satwa.

### b. Aspek Praktis

Secara Praktis hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

#### 1. Hasil Penelitian

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mewawancarai komunitas *Animal Lovers* Medan serta mengetahui karakteristik komunitas tersebut terkait tentang strategi komunikasi organisasi pada komunitas *Animal Lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam menjaga kelestarian satwa di kota Medan.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

- BAB I : Merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.
- BAB II : Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang strategi komunikasi organisasi pada komunitas *Animal Lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam kelestarian satwa di kota Medan.
- BAB III : Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penulisan serta sistematika penulisan.
- BAB IV : Merupakan Pembahasan yang menguraikan tentang data penelitian dan hasil pembahasan.
- BAB V : Merupakan Penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1.Strategi Komunikasi**

##### **2.1.1. Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*). Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara tektis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2003).

Strategi komunikasi juga dipahami sebagai kombinasi dari fase komunikasi yang didalamnya terdapat fase frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi dari komunikasi serta saluran/media komunikasi. Untuk melakukan implementasi strategi dibutuhkan pendekatan dan taktik demikian yang disampaikan Mohr dan Nevin.

Di dalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua belah pihak memiliki kepentingan di dalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi (Bungin, 2015).

Rogers memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi sebagai sebuah rancangan yang dibuat untuk mengubah perilaku manusia dalam skala

besar melalui transfer ide baru. Sedangkan Middleton menggambarkan strategi komunikasi sebagai kombinasi paling baik dari semua elemen komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Sekurang-kurangnya mempunyai tiga alasan mengapa kegiatan komunikasi yang kita lakukan memerlukan strategi yang pertama yaitu karena kita tidak hanya berurusan dengan bagaimana pesan komunikasi diterima oleh komunikan dalam pengertian *received*, tapi juga *accepted*. Kedua yaitu agar kita bisa mendapatkan respon/tanggapan seperti apa yang kita harapkan dari khalayak. Berupa unsur-unsur dari strategi komunikasi dalam sebagai berikut:

1. Penentuan sasaran komunikasi. Seringkali tindakan komunikasi kita tidak berjalan secara efisien karena kita tidak menetapkan secara eksplisit dengan apa yang kita capai. Oleh karena itu, banyak kata atau tindakan kita yang mungkin sebenarnya tidak perlu kita ucapkan atau lakukan. Segala sesuatu yang ingin kita lakukan hendaknya bersifat lurus ke arah sasaran yang ingin kita capai.
2. Penentuan cara berkomunikasi. Cara ini mengenai penentuan bagaimana seorang komunikator harus membawa dirinya di hadapan khalayak. Dengan kata lain bagaimana membuat pertimbangan yang tepat mengenai keterlibatannya dalam interaksinya dengan komunikan.
3. Kredibilitas sumber merupakan suatu kondisi dimana seorang komunikator dinilai memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan topic pesan yang disampaikan sehingga komunikan

menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan tersebut bersifat objektif.

Menurut Anwar Arifin (2006) untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu:

1. Mengetahui Khalayak

Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

2. Menyusun Pesan

Merupakan langkah kedua setelah mengetahui khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

3. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek : (1) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (2) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Menurut cara pelaksanaannya

Terdiri dari metode *redundancy (repetition)*, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Metode *canalizing*, yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dari pola pemikirannya kearah yang kita kehendaki.

b. Menurut bentuk isinya

Terdiri dari metode *informatif* : metode ini lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak diduga baik pikiran maupun perasaannya. Metode *edukatif*, memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

4. Pemilihan sarana komunikasi

Sarana yang dimaksud adalah suatu alat penunjang dalam berkomunikasi baik secara *verbal* maupun *nonverbal*. Kemajuan IPTEK telah menghadirkan berbagai macam sarana komunikasi, hingga proses komunikasi menjadi lebih mudah. Kita dapat memilih salah satu gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan secara tidak langsung

walaupun jarak cukup jauh dengan tulisan atau surat, bahkan dapat menggunakan media internet sebagai alat komunikasi.

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert Jr. dalam (Tjiptono. 2008), strategi memiliki konsep yang sudah didefinisikan, ada pun 2 perspektif yang berbeda yaitu:

1. Perspektif apa yang ingin dilakukan oleh organisasi (*intends to do*), strategi dapat diartikan sebagai program untuk menentukan dalam mencapai tujuan sebuah organisasi dan menjalankan misinya. Artinya pihak manager memiliki peranan khusus dalam memainkan perjalanan sebuah organisasi, sikap dan rasional dalam menentukan strategi organisasi.
2. Pada akhirnya organisasi memiliki perspektif yang akan dilakukannya (*eventually does*), strategi diartikan sebagai cara menanggapi dan merespon organisasi pada lingkungannya sepanjang waktu. Hanya manager yang reaktif yang memiliki pandangan seperti ini, yaitu hanya memiliki tanggapan dan menyesuaikan terhadap lingkungan secara pasif ketika dibutuhkan.

### **2.1.2. Tujuan Strategi Komunikasi**

Menurut Liliweri (2011), strategi komunikasi mempunyai tujuan yaitu:

#### **1. Memberitahu (*Announcing*)**

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah announcing, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information on quality*). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

## 2. Memotivasi (*Motivating*)

Informasi yang diberikan harus dapat memotivas khalayak untuk mencari dan mendapatkan kesempatan dari tujuan informasi yang disebarkan.

## 3. Mendidik (*Education*)

Tujuan strategi yang berikutnya adalah edukasi. Tiap informasi yang disebarkan harus disampaikan dalam kemasan educating atau bersifat mendidik.

## 4. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran. Diusahakan agar informasi yang disebarkan merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan atau motivasi semata, tetapi mengandung unsur pendidikan. Ini yang dapat kita sebut dengan *strategy of informing*.

## 5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision Making*)

Tujuan strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan. (Liliweri, 2011).

Perumusan strategi dan peranan komunikator menurut (Fajar. 2009) :

### 1. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi proses komunikasi baik komunikator maupun khalayak, mempunyai kepentingan yang sama. Untuk

menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka persamaan kepentingan tersebut.

## 2. Menyusun pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yang juga dapat dikatakan sebagai menentukan tema. Syarat utama dalam mempengaruhi khalak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Membangkitkan perhatian artinya pesan yang disusun dengan cara-cara tertentu seperti cara persuasif, provokatif maupun motivasi. Hal ini nantinya akan menjadi penilaian tersendiri bagi khalayak untuk memahami setiap pesan yang ada serta bertujuan untuk mendapatkan efek atas pesan yang telah diterima oleh khalayak tersebut.

## 3. Seleksi dan penggunaan media

Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian pula. (Fajar, 2009)

Praktek strategi komunikasi umumnya terdiri dari tiga esensi utama, yaitu:

- a. Strategi implementasi
- b. Strategi dukungan
- c. Strategi integrasi

Strategi komunikasi dimulai dengan :

4. Mengidentifikasi visi dan misi

Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi. Dari rumusan visi itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.

5. Menentukan program kegiatan

Program dan kegiatan adalah serangkaian aktivitas yang harus dikerjakan. Program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi.

6. Menentukan tujuan dan hasil

Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.

7. Seleksi audiens yang menjadi sasaran

Perencanaan komunikasi menentukan kategori audiens yang akan menjadi sasaran komunikasi.

8. Mengembangkan pesan

Kriteria adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi (konten) khusus, jelas, persuasif dan merefleksikan nilai-nilai audiens, tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat atau menunjukkan tindakan tertentu.

#### 9. Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator)

Kriteria komunikator antara lain mempunyai kredibilitas, yaitu mempunyai ilmu pengetahuan, keahlian, profesional dan keterampilan, yang berkaitan dengan isu tertentu.

#### 10. Mekanisme komunikasi/media

Kriterianya adalah memilih yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman balik atau pertukaran informasi.

#### 11. Scan konteks dan persaingan

Kriteria adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.

Pada bagian akhir dari strategi komunikasi tersebut terdiri dari empat tahapan/jenis kegiatan yaitu:

- a) Mendukung komunikasi terutama pada level kepemimpinan.
- b) Melengkapi sumber daya.
- c) Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi.
- d) Melibatkan staf pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi.

Dapat diketahui bahwa keberhasilan dari kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Apabila komunikasi yang dilancarkan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan.

### 2.1.3. Fungsi Strategi Komunikasi

Fungsi komunikasi dibagi menjadi empat tipe yaitu komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengandalkan diri, serta meningkatkan kematangan berfikir sebelum mengambil keputusan. Melalui komunikasi dengan diri sendiri, seseorang dapat berfikir dengan mengendalikan diri sebelum menarik keputusan. Dan merupakan proses internal dalam diri yang dapat membantu menyelesaikan suatu masalah.

Sedangkan komunikasi publik berfungsi menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Bagi individu yang terlibat dalam komunikasi publik akan mudah baginya berbaur dengan kelompok orang banyak, berusaha menjadi bagian dari kelompok tersebut hingga sering kali terbawa pengaruh kelompok tersebut.

Fungsi strategi komunikasi juga dapat dibedakan menjadi dua yaitu strategi komunikasi secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) yang masing-masing nya mempunyai fungsi ganda sebagai berikut:

Pertama menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasive dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal. Kedua, menjembatani *cultural gap* akibat kemudahan diperolehnya dan

kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy.1993).

#### **2.1.4. Faktor Manusia dalam Strategi Komunikasi**

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M, Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective Communication* sebagaimana dikutip Effendy (1993) menyatakan bahwa tujuan sentral dari kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama yaitu: *to secure understanding, to establish acceptance, to motivate action*. Pertama adalah “*to secure understanding*” memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang ia terima. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina “*to establish acceptance*”. Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan “*to motivate action*”.

Dengan demikian, orang yang menyampaikan pesan yaitu komunikator ikut menentukan berhasilnya komunikasi. Dalam hubungan ini faktor *source credibility* komunikator memegang peranan yang sangat penting. Istilah kredibilitas ini adalah suatu istilah yang menunjukkan nilai terpadu dari keahlian dan kelayakan dipercaya. Seorang komunikator memilih kredibilitas disebabkan etos pada dirinya, yaitu apa yang dikatakan oleh Aristoteles dan yang hingga kini dijadikan pedoman adalah *good sense, good moral, dan good character* dan kemudian oleh cendekiawan modern diformulasikan menjadi itikad baik (*good intentions*), kelayakan untuk dipercaya, (*trustworthiness*) serta kecakapan atau keahlian (*competence or expertness*).

### **2.1.5. Komponen Strategi Komunikasi**

Cutlip (2007) menegaskan bahwa agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikkan strategi komunikasi, maka kita harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi supaya mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut langkah-langkah tersebut:

#### **1. Membingkai pesan**

Prinsip pertama dari pembingkai isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau anggota dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audiens.

#### **2. Semantic**

Semantic adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa berubah, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.

#### **3. Simbol**

Komunikasi bukan sekedar semantik, komunikasi juga menggunakan simbol dan stereotip. Simbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan banyak orang di jalur komunikasi yang panjang. Simbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

#### 4. Menyebarkan pesan

Usaha agar ide atau inovasi diterima bukan hanya memberikan informasi kepada audiens melalui media massa atau publikasi internal. Komunikasi harus diarahkan kepada sasaran yang tepat, bukan disebarkan ke segala arah.

##### 1. Mempertimbangkan kembali proses

Tiga elemen yang ada untuk semua upaya komunikasi adalah sumber pengirim, pesan dan tujuan atau penerima. Kegagalan komunikasi dapat melibatkan satu atau lebih dari ketiga elemen ini. Komunikasi yang efektif membutuhkan efisiensi disemua pihak ketiga elemen itu. Komunikator harus punya informasi yang memadai. Komunikator harus punya kredibilitas dimata penerima. Komunikator harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang dapat dipahami penerima. Komunikator harus menggunakan saluran yang akan menyampaikan pesan kepada penerima. Pesan harus sesuai kapasitas pemahaman penerima dan relevan dengan kepentingan atau kebutuhan penerima. Pesan harus memotivasi kepentingan penerima dan menimbulkan respon.

#### **2.1.6. Korelasi Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik, apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Kita mulai secara berturut-turut dari komunikasi sebagai sarana komunikasi, media, pesan dan komunikator.

## 1. Mengenali sasaran komunikator

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini tergantung pada tujuan komunikasi. Apakah sekedar komunikasi hanya mengetahui saja (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Adapun diperhatikan yang menjadi beberapa faktor sebagai berikut:

### a. Faktor kerangka referensi

Pada komunikasi yang disampaikan kepada komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari panduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan lain sebagainya. (Effendy, 1998).

Dalam situasi komunikasi interpersonal, mudah mengenal kerangka referensi komunikasi karena ia hanya satu orang. Mengenal kerangka referensi menjadi sulit jika dalam komunikasi kelompok. Ada kelompok yang individu-individunya sudah saling kenal seperti kelompok anggota. Ada juga yang tidak dikenal, seperti pengunjung. Komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi mereka.

Adapun yang lebih sulit adalah mengenal kerangka referensi para komunikasi dalam komunikasi massa, sebab sifatnya sangat heterogen. Karena itu pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya yang bersifat informatif dan umum saja yang dapat dimengerti oleh semua orang, mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang. Jika pesan yang akan

disampaikan kepada khalayak adalah untuk dipersuasikan, maka akan lebih efektif, bila khalayak dibagi menjadi kelompok-kelompok khusus. Lalu diadakan komunikasi kelompok dengan mereka yang berarti komunikasi dua arah secara timbal balik.

## 2. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu, tidak dapat ditegaskan dengan pasti, sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sebagai contoh, pesan melalui media tulisan/cetakan dan media visual dapat dikaji berulang dan disimpan sebagai dokumentasi.

## 3. Pengkajian pesan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu tapi lambang yang digunakan bermacam-macam. Lambang tersebut diantaranya bahasa, gambar, gesture (kial), warna dan sebagainya.

Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan fakta dan opini hal yang konkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang dan lain sebagainya. Karena itu dalam komunikasi bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa, hasil

pemikiran yang bagaimanapun baiknya tidak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat.

#### 4. Peranan komunikator dalam komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu : daya tarik dan sumber kepercayaan.

##### a. Sumber daya tarik

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi akan mampu merubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan lain perkataan, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator.

##### b. Sumber kepercayaan

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Berdasarkan dua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik. Dengan lain perkataan dapat merasakan apa yang dirasa orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa dan sebagainya.

#### **2.1.7. Hambatan Strategi Komunikasi**

Menurut Shannon dan Weaver, gangguan komunikasi terjadi intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi

tidak berlangsung secara efektif, sedangkan rintangan komunikasi adalah hambatan yang membuat proses komunikasi dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan komunikan.

Meski gangguan dan rintangan komunikasi dapat di bedakan, tapi sebenarnya rintangan komunikasi bisa juga terjadi disebabkan adanya gangguan, Gangguan atau rintangan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas tujuh macam, yakni

### 1. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang di transmisi melalui saluran mengalami kerusakan, Misalnya gangguan pada stasiun radio atau Tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan semacamnya.

### 2. Rintangan Fisik

Rintangan fisik adalah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya jalur transportasi dan semacamnya. Dalam komunikasi antar manusia, rintangan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yakni tidak berfungsinya salah satu fungsi panca idera pada penerima.

### 3. Rintangan Status

Rintangan status adalah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status antara atasan dan bawahan. Perbedaan seperti ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang

selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat pada atasan.

#### 4. Rintangan Kerangka Berpikir

Rintangan kerangka berpikir adalah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dengan komunikan terhadap pesan yang disampaikan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda, rintangan yang sulit diatasi pada hakikatnya berada antara pikiran seseorang dengan orang lain.

#### 5. Rintangan Budaya

Rintangan budaya adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Di Negara-negara berkembang masyarakat cenderung menerima informasi dari sumber yang banyak memiliki kesamaan dengan dirinya, seperti bahasa, agama, dan kebiasaan-kebiasaan lainnya.

### **2.1.8. Langkah-langkah dalam Strategi Komunikasi**

Dalam rangka melaksanakan strategi komunikasi diperlukan langkah-langkah strategis yang perlu dijalankan untuk menyusun langkah-langkah tersebut dibutuhkan suatu pemikiran dengan memperhitungkan komponen-komponen komunikasi serta faktor pendukung dan faktor penghambat komunikasi.

#### 1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini akan sangat bergantung pada tujuan komunikasi, apakah tujuan dari komunikasi tersebut sebatas komunikan

mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu dengan menggunakan metode persuasif.

## 2. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, pemilihan media komunikasi sangatlah bergantung pada komunikasi yang akan dituju. Untuk menyampaikan pesan terhadap masyarakat perkotaan maka media yang lebih efektif untuk digunakan media cetak, audio dan audio visual. Sedangkan untuk masyarakat perdesaan media yang sering digunakan papan pengumuman atau juga radio komersial maupun radio komunitas.

## 3. Pengkajian Tujuan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus di ambil apakah menggunakan teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang di gunakan bisa macam-macam. Lambang yang bisa digunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, kias dan lain-lain.

## **2.2.Komunikasi Organisasi**

### **2.2.1.Pengertian Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi adalah pengirim dan penerima berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal di suatu organisasi, bila organisasi semakin kompleks pula proses proses komunikasinya. Organisasi kecil yang anggotanya hanya tiga orang, proses komunikasi yang anggotanya seribu orang menjadi komunikasinya sangat kompleks.

Komunikasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi, isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi, misalnya : memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semuanya ini ada beberapa hal yang umum dapat disimpulkan yaitu :

- a. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks dan dapat dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
- b. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media.
- c. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/skillnya.

Manusia di tengah-tengah suatu masyarakat. Manusia hanya bisa bertahan hidup dalam masyarakat jika mereka menjalani kehidupan sebagai sebuah aktivitas interaksi dan kerjasama yang dinamis dalam suatu jaringan kedudukan dan perilaku. Aktivitas interaksi dan kerjasama itu terus berkembang secara teratur sehingga terbentuklah wadah yang menjadi tempat manusia berkumpul dan disebut sebagai organisasi.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dan dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil, begitu pula sebaliknya apabila kurang atau tidak adanya komunikasi

maka organisasi akan macet atau berantakan. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapan pun juga setidak-tidaknya terdapat satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi yang menafsirkan suatu pertunjukan pesan.

Tiap organisasi mempunyai karakteristik yang umum, diantara karakteristik tersebut adalah:

a. Dinamis

Sifat dinamis ini pertama sekali disebabkan karena adanya perubahan ekonomi dalam lingkungannya. Faktor kedua yang menjadikan organisasi ini bersifat dinamis adalah perubahan pasar. Faktor ketiga yang juga menjadikan organisasi ini bersifat dinamis adalah perubahan kondisi sosial. Faktor terakhir adalah perubahan teknologi.

b. Memerlukan Informasi

Semua organisasi memerlukan informasi untuk hidup. Tanpa informasi organisasi tidak dapat berjalan. Untuk mendapatkan informasi adalah melalui proses komunikasi. Tanpa komunikasi kita tidak mungkin mendapat informasi. Oleh karena itu komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan organisasi.

### c. Mempunyai Tujuan

Organisasi merupakan suatu kelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Tentu saja organisasi itu berbeda disetiap organisasinya dan bervariasi. Tujuan organisasi hendaknya dihayati oleh seluruh anggota organisasi sehingga setiap anggota dapat diharapkan mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui partisipasi mereka secara individual.

### d. Terstruktur

Organisasi dalam usaha mencapai tujuannya yang biasanya membuat aturan-aturan, undang-undang dan hierarki hubungan dalam organisasi. Hal ini dinamakan struktur organisasi. Struktur menjadikan organisasi membakukan prosedur kerja dan mengkhususkan tugas yang berhubungan dengan proses produksi. Biasanya suatu organisasi mengembangkan suatu struktur yang membantu organisasi mengontrol dirinya sendiri.

## **2.2.2. Teori Komunikasi Organisasi**

Dipandang dari sudut perspektif fungsional, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi yang tertentu. Sedangkan dari sudut perspektif interperitif, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara dan mengubah organisasi dan menekankan peranan “orang-orang” dan proses dalam menciptakan makna.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi

tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara Goldhaber, komunikasi adalah proses saling menciptakan dan menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang sering berubah-ubah, komunikasi mempunyai peranan penting dalam memadukan fungsi-fungsi manajemen dalam suatu perusahaan yaitu:

- a) Menetapkan dan menyebarluaskan tujuan perusahaan.
- b) Menyusun rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- c) Melakukan pengorganisasian terhadap sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya dengan cara efektif.
- d) Mengadakan seleksi, pengembangan dan penilaian anggota organisasi.
- e) Memimpin, mengarahkan, memotivasi dan menciptakan iklim yang menimbulkan keinginan orang untuk memberikan kontribusi.
- f) Mengendalikan prestasi.

Menurut Lunenburg dan Ornstein menjelaskan beberapa fungsi komunikasi dalam organisasi yang terdiri dari (Mesiono, 2012):

#### 1. Fungsi informatif

Organisasi dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan lebih tepat.

#### 2. Fungsi regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif.

- a. Pertama, atasan atau orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.
- b. Kedua, berkaitan dengan pesan atau *message*, pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja.

### 3. Fungsi persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini maka banyak pimpinan lebih suka mempersuasi bawahannya dari pada memberi perintah.

### 4. Fungsi integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan anggota dapat melaksanakan tugas atau pekerjaan dengan baik. Dengan fungsi utama komunikasi, komunikator harus mampu menentukan dan memahami komunikasi yang harus ia terapkan agar tidak terjadi distorsi atau kegelisahan komunikasi.

### **2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Distorsi pada Komunikasi Organisasi**

Ada beberapa hal dari lingkungan organisasi yang ikut memberikan kontribusi pada pesan dalam berkomunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1. Kedudukan atau Posisi dalam Organisasi

Kedudukan atau posisi dalam organisasi mempengaruhi cara orang berkomunikasi. Anggota-anggota fungsional yang menduduki posisi dengan tugas dan otoritas yang ditetapkan untuk itu akan mempunyai kedudukan yang berbeda.

Misalnya seorang supervisor melihat fungsi organisasi berbeda dengan anggotanya. Tiap-tiap posisi dalam organisasi menuntut bahwa orang yang menduduki posisi itu harus mempersepsi dan berkomunikasi dari pandangan posisinya.

## 2. Keterbatasan Berkomunikasi

Keterbatasan yang ditentukan oleh organisasi dimana seseorang boleh berkomunikasi dengan yang lainnya dan ketentuan siapa yang boleh membuat keputusan mempengaruhi cara anggota organisasi berkomunikasi. Koordinasi aktivitas dan arus informasi dalam organisasi menghendaki beberapa pembuatan keputusan secara sentralisasi. Bila pembuatan keputusan secara sentral maka akan sangat banyak informasi dan sangat banyak keputusan yang harus dibuat cepat.

## 3. Hubungan yang Tidak Personal

Hubungan yang tidak personal dalam organisasi mempengaruhi cara orang berkomunikasi. Salah satu dari karakteristik organisasi formal adalah hubungan yang bersifat formal atau tidak personal. Hubungan-hubungan yang tidak bersifat personal ini mengarahkan kepada tekanan-tekanan yang bersifat emosional.

## 4. Sistem Aturan dan Kebijakan

Sistem aturan, kebijakan, dan aturan-aturan yang berkenaan dengan pemikiran dan perbuatan mempengaruhi cara-cara orang berkomunikasi. Pemakaian aturan dan kebijaksanaan yang kaku mengarah ketidakmampuan membuat persetujuan dan mengarahkan pada hubungan yang tidak personal.

Akibatnya komunikasi dalam organisasi berkurang terutama sekali komunikasi interpersonal.

#### 5. Spesialis Tugas

Spesialis tugas mempersempit persepsi seseorang dan memengaruhi cara orang berkomunikasi. Meskipun spesialisasi telah memberikan sumbangan terhadap produktivitas nasional dan peningkatan efisiensi, tetapi dibalik itu juga merupakan sumber masalah komunikasi. Individu mengenali bidang keahlian masing-masing dan gagal mengintegrasikan tugasnya dengan bagian lain. Akibatnya, seringkali terjadi penundaan arus komunikasi atau mengelakkan, menyampaikan informasi dari orang ke orang lain. Akibat lain dari spesialisasi tugas adalah timbulnya sikap untuk pemilikan informasi.

#### 6. Jaringan Komunikasi

Hambatan yang lain juga dapat disebabkan oleh karena banyaknya tingkatan atau mata rantai yang harus dilalui oleh suatu pesan dalam komunikasi. Pesan yang dikirimkan secara seri atau berantai banyak cenderung diubah oleh penerima sebelum dilanjutkan pengirimnya. Makin banyak mata rantai yang dilalui oleh pesan makin memungkinkan pesan tersebut disalah artikan.

#### **2.2.4. Tujuan Komunikasi Organisasi**

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz, dalam arti yang lebih luas tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

Ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu :

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat. Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan.
2. Membagi informasi (*information sharing*). Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi informasi dan memberi makna yang sama atas visi, misi, tugas pokok, fungsi organisasi, sub organisasi, individu, maupun kelompok kerja dalam organisasi.
3. Menyatakan perasaan dan emosi. Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.
4. Tindakan koordinasi. Bertujuan mengkoordinasi seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi habis dalam bagian atau sub bagian organisasi. Organisasi tanpa koordinasi dan organisasi tanpa komunikasi sama dengan organisasi yang menampilkan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerja sama.

#### **2.2.5. Fungsi Komunikasi Organisasi**

Ada dua fungsi komunikasi organisasi, yaitu:

1. Fungsi Umum
  - a. Komunikasi berfungsi untuk menceritakan informasi terkini mengenai sebagai atau keseluruhan hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Terkadang komunikasi merupakan proses pemberian informasi mengenai

bagaimana seorang atau sekelompok orang harus mengerjakan satu tugas tertentu. Contohnya : *job description*.

- b. Komunikasi berfungsi untuk menjadi gagasan dan ide, pendapat, fakta, termasuk menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subyek layanan. Contohnya : *public relations* (humas), pameran, ekspo, dll.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para anggota agar mereka bisa belajar dari orang lain (*internal*), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain, tentang apa, yang “dijual” atau yang diceritakan oleh orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan, atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, besaran kekuasaan dan kewenangan, menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya, serta mengalokasikan manusia, mesin, dan teknik dalam organisasi.

## 2. Fungsi Khusus

- 1) Membuat para anggota melibatkan diri kedalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkan kedalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau perintah.
- 2) Membuat para anggota menciptakan dan menangani relasi antara sesama bagi peningkatan produk organisasi.

3) Membuat para anggota memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak palsu.

4) Jaringan komunikasi formal

Bila pesan mengalir melalui jalur jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat

#### **2.2.6. Gaya Komunikasi Dalam Organisasi**

Gaya komunikasi didefinisikan oleh Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1998) sebagai seprangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai guna memperoleh respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*). Ada enam gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam organisasi diantaranya adalah sebagai berikut :

1. *The Controlling Style* merupakan gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan dan ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator.

2. *The Equalitarian Style*, aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan dan ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two way traffic of communication*). Gaya komunikasi ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindakan *share/* berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.
3. *The Structuring Style*, Gaya komunikasi ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (*sender*) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

### **2.2.7. Saluran Komunikasi Organisasi**

Saluran komunikasi adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarluaskan (mendistribusikan) suatu pesan dengan tujuan memperoleh respons atau timbal balik. Saluran komunikasi ini terdiri dari saluran interpersonal dan saluran massa.

Saluran interpersonal dapat bersifat langsung seperti komunikasi tatap muka dan saluran tidak langsung, seperti telepon, sms, bbm, line, whatsapp, dan

sebagainya. Saluran massa yaitu media massa, berupa media cetak dan elektronik. Masing-masing media ini memiliki pengaruh yang berbeda, tergantung pada tujuan komunikasi yang dicapai oleh organisasi.

Saluran komunikasi organisasi tersebut memperlihatkan adanya variasi metode dan media komunikasi yang digunakan dalam organisasi. Metode komunikasi yang digunakan dapat berbentuk tulisan, lisan, atau kombinasi tulisan dan lisan (Pace dan Faules, 2006) yang sifatnya *two way communication* (komunikasi dua arah) secara timbal balik. Sedangkan media komunikasi yang digunakan bersifat khusus (*special media*) seperti internet, DVD, poster, dan lain sebagainya.

#### **2.2.8. Jaringan Komunikasi Organisasi**

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Peter R. Monge dan Noshir S. Contractor, dimana ada satu cara lain untuk melihat struktur organisasi adalah dengan meneliti pola-pola interaksi dalam organisasi guna mengetahui siapa berkomunikasi dengan siapa. Karena tidak seorang pun mampu berkomunikasi secara persis sama dengan setiap anggota organisasi lainnya, maka kita dapat melihat kelompok-kelompok komunikasi yang saling berhubungan satu sama lain sehingga membentuk jaringan organisasi secara keseluruhan.

Jaringan atau *networks* didefinisikan sebagai *social structures created by communication among individual and groups* (struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi di antara sejumlah individu dan kelompok). Ketika orang berkomunikasi dengan orang lain, maka terciptalah hubungan (*link*) yang merupakan garis-garis komunikasi dalam organisasi. Sebagian dari hubungan itu

merupakan jaringan formal (*formal network*) yang dibentuk oleh aturan-aturan organisasi seperti struktur organisasi. Namun jaringan formal pada dasarnya mencakup hanya sebagian dari struktur yang terdapat pada organisasi. Selain jaringan formal terdapat juga jaringan informal (*emergent network*) yang merupakan saluran komunikasi nonformal yang terbentuk melalui kontak atau interaksi yang terjadi antara anggota organisasi setiap harinya.

Gagasan dasar yang sangat penting mengenai jaringan adalah keterhubungan atau keterkaitan (*connectedness*) yaitu ide bahwa terdapat jalur komunikasi yang relatif stabil di antara individu-individu anggota organisasi. Para individu yang saling berkomunikasi satu sama lain akan terhubung bersama-sama ke dalam kelompok-kelompok yang pada gilirannya kelompok-kelompok itu akan saling berhubungan membentuk jaringan keseluruhan. Setiap orang memiliki seperangkat hubungan yang unik dengan orang lain. Jaringan personal (*personal network*). Jaringan dalam kelompok (*group network*) terbentuk karena individu cenderung berkomunikasi lebih sering dengan anggota organisasi tertentu lainnya. Organisasi pada dasarnya terbentuk dari kelompok-kelompok yang lebih kecil yang terhubung bersama-sama dalam kelompok yang lebih besar dalam jaringan organisasi (*organizational network*).

### **2.2.9. Hambatan Komunikasi Organisasi**

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar seperti yang diharapkan. Seringkali dijumpai dalam suatu organisasi terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam

berkomunikasi. Mengutip pendapat Wursanto (dalam Masmuh, 2010) mengatakan bahwa hambatan komunikasi dibedakan menjadi 6 yaitu :

1. Hambatan yang bersifat teknis

Hambatan ini antara lain: kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan oleh organisasi yaitu kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif, penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak memadai.

2. Hambatan perilaku

Seperti pandangan yang sifatnya apriori prasangka yang didasarkan kepada emosi, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, sifat egosentris.

3. Hambatan bahasa

Yang dimaksud bahasa disini adalah semua bentuk yang dipergunakan dalam proses penyampaian pesan, yaitu bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik, dan sebagainya.

4. Hambatan struktur

Hambatan ini dapat juga disebut hambatan organisasi yaitu hambatan yang disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat, perbedaan job dalam struktur organisasi.

5. Hambatan jarak

Hambatan ini juga disebut hambatan geografis. Dari segi jarak atau geografis, komunikasi akan lebih mudah berlangsung apabila antara kedua belah pihak yang saling mengadakan interaksi itu berada di suatu tempat yang tidak berjauhan. Akan tetapi, tidak selamanya para karyawan atau pegawai itu berada di

suatu tempat yang sama apalagi suatu organisasi yang mempunyai cabang-cabang yang tersebar di berbagai tempat atau wilayah.

#### 6. Hambatan latar belakang

Setiap orang tentunya memiliki latar belakang yang berbeda. Perbedaan latar belakang ini tentunya dapat menimbulkan suatu gap atau hambatan dalam proses komunikasi. Adapun Wursanto (1987) mengatakan bahwasanya hambatan latar belakang diklasifikasikan menjadi dua, yaitu latar belakang sosial dan latar belakang pendidikan.

### **2.3.Komunitas**

#### **2.3.1.Pengertian Komunitas**

Komunitas adalah suatu kelompok sosial yang menyatukan diri terdiri dari beberapa orang yang mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, kepercayaan, bakat, minat dan hobi sehingga menciptakan rasa nyaman dari setiap anggota komunitas tersebut. Dalam Hermawan (2008) menjelaskan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest dan values. Menurut Ismail (2014) menjelaskan bahwa komunitas memiliki tujuan, Adapun beberapa tujuan dari komunitas adalah :

##### a. Menetapkan tujuan

Dalam menciptakan suatu komunitas yang baik dibutuhkan kesadaran untuk apa komunitas itu didirikan, dan untuk siapa komunitas itu didirikan.

b. Menciptakan tempat berkumpul yang nyaman

Dimana setiap individu saling berteman, bertukar pendapat, saling bercerita tentang masalah-masalah yang mereka alami, adanya rasa kepercayaan sehingga timbulnya suasana kekeluargaan yang menciptakan kenyamanan.

c. Menyalurkan hobi

Adanya kesamaan hobi dalam setiap anggota dari komunitas, yang dapat mereka bicarakan sesuai hobi-hobi mereka.

d. Menciptakan keluarga yang baru

Manusia tidak bisa hidup tanpa orang lain, adanya komunitas bertujuan agar setiap individu memiliki rasa kepemilikan bersama dengan cara kekeluargaan.

e. Media ekspresi jati diri

Komunitas juga bisa dijadikan salah satu media untuk menunjukkan jati diri. Secara psikologi, perilaku pencarian jati diri mayoritas dilakukan oleh remaja. Oleh karena itu remaja sering bergabung dengan komunitas atau teman-teman yang mempunyai kesamaan, baik bentuk komunitas legal, illegal, baik, dan buruk.

Penjelasan diatas menjelaskan bahwa komunitas tidak hanya terwujud begitu saja namun komunitas juga memiliki tujuan. Adapun tujuan dari komunitas tersebut akan menciptakan kenyamanan sehingga anggota memutuskan untuk memilih ikut serta bergabung dengan suatu komunitas. Berdasarkan kesamaan beberapa komunitas sering terwujud dikarenakan suatu benda.

Komunitas sebagai suatu bentuk organisasi sosial yang dicirikan dalam dua hal berikut :

### 1) Skala Manusia

Sebuah komunitas melibatkan interaksi-interaksi pada suatu skala yang mudah dikendalikan dan digunakan oleh setiap individu. Jadi, skalanya terbatas pada orang yang akan saling mengenal atau akan saling berinteraksi dalam komunitas itu sendiri.

### 2) Identitas dan Kepemilikan

Bagi kebanyakan orang, kata komunitas akan memasukkan sebetulnya perasaan “memiliki”, atau perasaan diterima dan dihargai dalam lingkup kelompok tersebut. Hal ini disebabkan adanya penamaan anggota komunitas. Konsep keanggotaan artinya memiliki, penerimaan oleh yang lain dan kesetiaan kepada tujuan-tujuan kelompok. Karena itu, komunitas merupakan lebih dari sekedar suatu kelompok yang dibentuk untuk kelompok yang dibentuk untuk kemudahan administratif, tetapi memiliki beberapa ciri dari sebuah perkumpulan atau perhimpunan terhadap orang yang termasuk sebagai anggota dan dimana perasaan memiliki ini penting dan dengan jelas diakui.

Sosiolog Perancis, Emile Durkheim (Hasbi, 2009) juga sempat mengemukakan konsep-konsep komunitas. Durkheim menjelaskan bahwa dalam membahas komunitas, diperkenalkan terdapat dua konsep penting yakni kesadaran kolektif dan solidaritas sosial.

Kesadaran merupakan suara hati yang mengingatkan bahwa seseorang terlibat secara kolektif dan menentukan apa yang baik dan apa yang buruk, sedangkan kolektif menunjuk kepada pengertian kelompok yang luas seperti keluarga, dan sebagainya. Sehingga, kesadaran kolektif adalah adanya perasaan

dalam suatu komunitas tertentu yang juga membuat individu-individu didalamnya merasakan adanya kewajiban moral untuk melaksanakan tuntutan yang diberikan oleh komunitas tersebut.

Solidaritas sosial yang juga mengandung pengertian, kekuatan yang muncul karena menjadi satu dan bersahabatnya individu-individu yang termasuk dalam kelompoknya. Solidaritas terbagi atas dua yakni solidaritas mekanik dan solidaritas organik. Suatu solidaritas bersifat mekanik, berarti saling percaya dimana kesatuan atau persahabatan yang ada antara para anggota muncul karena adanya persamaan yang berhubungan dengan pikiran, perasaan dan tindakan serta yang berhubungan dengan fakta sosial seperti agama, kebiasaan, adat istiadat dan sebagainya.

Sedangkan solidaritas organik adalah semua orang bersahabat dan merasa saling percaya bukan karena mereka sama namun karena mereka berbeda. Berbeda dalam hal tanggung jawab atas bagiannya sendiri, sehingga hasil akhir bukan dilihat dalam bagian itu sendiri melainkan keseluruhan.

### **2.3.2. Konsep Komunitas**

Menurut Montagu dan Matson dalam Ambar Sulistiyani, terdapat Sembilan konsep komunitas yang baik dan empat kompetensinya yakni :

- a. Setiap anggota komunitas berinteraksi berdasarkan hubungan pribadi dan hubungan kelompok.
- b. Komunitas memiliki kewenangan dan kemampuan mengelola kepentingannya secara bertanggung jawab.
- c. Memiliki vitalitas, yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri.

- d. Pemerataan distribusi kekuasaan.
- e. Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama.
- f. Komunitas memberi makna pada anggota.
- g. Adanya heterogenitas dan beda pendapat.
- h. Pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan.
- i. Adanya konflik dan *managing conflict*.

Kemudian untuk melengkapi sebuah komunitas yang baik perlu ditambahkan kompetensi sebagai berikut :

- a. Kemampuan mengidentifikasi masalah dan kebutuhan komunitas.
- b. Menentukan tujuan yang hendak dicapai dan skala prioritas.
- c. Kemampuan menemukan dan menyepakati cara dan alat mencapai tujuan.
- d. Kemampuan bekerjasama secara rasional dalam mencapai tujuan.

Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya, didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial ekonomi. Di samping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi geografis. Masing-masing komunitas akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Tohirin (2013) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya membangun pandangan orang yang diteliti secara rinci serta dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistic (menyeluruh dan mendalam) dan rumit”. Menurut Afifuddin (2009) “metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, (lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti merupakan (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Pendapat lain juga diungkapkan oleh Sugiyono (2016), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowbaal, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Melalui penjelasan menurut para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian berorientasi pada fenomena gejala yang bersifat alami untuk memahami masalah kemanusiaan dan

sosial dimana peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

### 3.2. Kerangka Konsep

Menurut Soedjadi (2000) konsep adalah ide abstrak yang dapat digunakan untuk mengadakan klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya dinyatakan dengan suatu istilah atau rangkaian kata (lambang bahasa). Konsep merupakan sebuah gagasan yang menjelaskan sebuah peristiwa ataupun benda agar mudah dipahami. Konsep sendiri mampu mewakili sejumlah obyek yang memiliki ciri-ciri yang sama. Oleh karenanya, konsep merupakan bentuk sederhana dari penjelasan mengenai langkah-langkah atau memahami sesuatu hal. Jika kerangka teori digunakan untuk memberi landasan atau dasar berpijak atas penelitian yang akan dilakukan, maka konsep dimaksud untuk menjelaskan makna dari teori yang dipakai. Berdasarkan dari uraian diatas maka kerangka konsep dari penelitian ini ialah sebagai berikut



Gambar 1 : Kerangka Konsep

### 3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah gambaran tentang sesuatu yang bisa dipahami bagi siapa saja yang melihatnya. Selain itu apabila orang yang memiliki konsep maka akan mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek tertentu. Berdasarkan uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti :

- a. Strategi Komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*). Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan.
- b. Komunikasi Organisasi adalah pengirim dan penerima pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal disuatu organisasi, bila organisasi semakin kompleks pula proses – proses komunikasinya. Organisasi kecil yang anggotanya hanya tiga orang, proses komunikasi yang anggotanya seribu orang menjadi komunikasi yang sangat kompleks.
- c. Komunitas adalah suatu kelompok sosial yang menyatukan diri terdiri dari beberapa orang yang mempunyai kesamaan dalam kebutuhan, kepercayaan, bakat, minat dan hobi sehingga menciptakan rasa nyaman dari setiap anggota komunitas tersebut.

### 3.4. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi yang dimaksudkan di sini ialah bagaimana cara mengukur suatu variabel penelitian, sehingga diketahui dengan benar dan jelas apa yang menjadi kategorisasi di dalam penelitian. Berikut cara menganalisa dari variabel tersebut :

**Tabel 1. Kategorisasi Penelitian**

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi Penelitian
1	Strategi Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan (<i>planning</i>)</li> <li>• Pengetahuan</li> </ul>
2	Komunikasi Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media</li> <li>• Kebijakan</li> <li>• Koordinasi</li> <li>• Kelompok</li> </ul>

**Sumber : Hasil Olahan, 2021**

Adapun penjelasan dari kategorisasi penelitian yang ada pada tabel di atas bisa digambarkan sebagai berikut :

#### 1. Perencanaan (*planning*)

Dalam hal ini, maksudnya peneliti ingin mengetahui perencanaan (*planning*) dari Komunitas *Animal Lovers* Medan dalam membangun sikap peduli dengan menjaga kelestarian satwa.

#### 2. Pengetahuan

Dalam hal ini , maksudnya peneliti ingin mengetahui bagaimana pengetahuan yang diterapkan oleh Komunitas *Animal Lovers* Medan dalam membangun sikap peduli dengan menjaga kelestarian satwa.

### 3. Media

Dalam hal ini, maksudnya peneliti ingin mengetahui apa saja bentuk media yang digunakan Komunitas *Animal Lovers* Medan dalam membangun sikap peduli dengan menjaga kelestarian satwa.

### 4. Kebijakan

Dalam hal ini membagi kebijakan menjadi kepentingan yang telah ditetapkan dari sebuah komunikasi organisasi terutama dalam suatu kelompok.

### 5. Koordinasi

Perlu diketahui bahwa koordinasi dilakukan agar tercipta suatu upaya yang sinkron dan teratur demi menyediakan jumlah serta waktu yang tepat, dan juga mengarahkan pelaksanaan untuk bisa melahirkan suatu tindakan yang selaras dan harmonis pada tujuan yang sebelumnya.

### 6. Kelompok

Berupa kumpulan manusia yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi. Tujuan dibentuknya kelompok adalah untuk mewujudkan penerapan nilai-nilai sosial yang ada dan dibutuhkan dalam suatu struktur sosial pada suatu masyarakat.

## **3.5. Narasumber**

Sumber pengumpulan data merupakan hal yang paling urgent dalam proses penelitian, disebabkan sumber data adalah suatu komponen utama yang dijadikan sebagai sumber informasi sehingga dapat menggambarkan hasil dari suatu penelitian. Pada penelitian ini, informasi yang didapat dari narasumber yang diperoleh melalui kegiatan wawancara dengan meminta pendapat dan opini terkait

suatu isu dan fenomena sosial yang tengah beredar di masyarakat luas. Selain itu narasumber juga sangat diperlukan guna menunjang keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini, narasumbernya ialah beberapa anggota komunitas *Animal Lovers* Medan yang berjumlah 5 orang. Adapun nama dan profesinya sebagai berikut :

1. Bimo Kurnia Putra (Profesi sebagai Ketua)
2. Muhammad Rafly (Profesi sebagai anggota 1)
3. Ezza Siregar (Profesi sebagai anggota 2)
4. Risky Gilbran (Profesi sebagai anggota 3)
5. Arpan Azhari (Profesi sebagai anggota 4)

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Pada teknik pengumpulan data, jenis data yang akan dikumpulkan yaitu data kualitatif. Data kualitatif tersebut bersumber dari data primer yang akan didapatkan setelah peneliti melaksanakan penelitian yang disertai dengan data sekunder yang berguna untuk menunjang hasil penelitian yang bersumber dari data yang sesuai dan relevan. Pengumpulan data primer dapat berupa kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk itu diharapkan peneliti benar-benar memahami teknik yang dipakai sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu penelitian.

Pada tahap pelaksanaan, peneliti melakukan penelitian sesuai dengan perencanaan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

### **3.6.1. Wawancara**

Wawancara adalah suatu pertemuan untuk bertukar informasi dan melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonsultasikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari narasumber/informan (Sugiyono, 2012) .

Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin. Arikunto (2013) menjelaskan bahwa wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara. Penulis melakukan wawancara untuk mendapat data tentang strategi komunikasi organisasi pada komunitas animal lovers Medan untuk membangun sikap peduli dalam menjaga kelestarian satwa.

### **3.6.2. Observasi**

Menurut Sugiyono (2015) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Dalam melakukan observasi, peneliti memilih hal hal yang diamati dan mendengar apa yang menjadi isu yang tengah marak ditengah masyarakat.

### **3.6.3. Dokumentasi**

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi profil dari komunitas animal lovers Medan.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Menurut Moleong (2011) Teknik analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain. Dalam menentukan teknik analisis data, penulis menggunakan model analisis Miles dan Huberman (1992) sebagai berikut:

#### **a. Pengumpulan Data**

Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini termasuk data wawancara, atau memilah dan menyusun data tersebut kedalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

#### **b. Reduksi data (Data Reduction)**

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, serta membuang yang dianggap tidak diperlukan. mengorganisasikan data-data yang telah di reduksi dan merangkum hal-hal pokok pada data yang telah diperoleh.

c. Teknik Pengambilan Sample

Pengambilan Sample menggunakan metode purposive sampling yang sumber data nya telah dipertimbangkan dengan memilih 5 orang informan diantaranya ialah 1 orang ketua dan 4 orang anggota alasannya memilih ke lima karyawan ini karena mereka lebih senior dan lebih mengetahui strategi dasar dari komunikasi organisasi sesuai dengan pengetahuan masing-masing, dan juga mereka sudah bergabung dengan komunitas ini sekitar 7 tahun.

d. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data dilakukan apabila data yang sudah direduksi kemudian dibuat menjadi teks yang berisifat naratif, agar memudahkan menentukan rencana kerja yang selanjutnya.

e. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

Penarikan kesimpulan ialah data yang sudah disajikan kemudian di analisis berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Penarikan kesimpulan dijabarkan ke dalam bentuk naratif.

### **3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah letak dimana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan permasalahan. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berlokasi di JL. Darussalam Cafe Mioyi Kirana Studio. Penelitian dilakukan pada bulan September tahun 2021 hingga Selesai.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Identitas Informan

Untuk mendapatkan data dan identitas informan peneliti menggunakan teknik dan metode wawancara secara langsung atau tatap muka kepada informan yang dianggap mampu memberikan penjelasan terkait dengan penelitian. Berikut ini peneliti telah mengumpulkan data informan beserta hasil penelitian laporan wawancara mengenai strategi komunikasi organisasi pada komunitas *Animal Lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam kelestarian satwa di kota Medan. Peneliti melakukan wawancara dari pada tanggal 20 September 2021 sampai selesai. Peneliti mengambil 5 informan yang terdiri dari 4 orang anggota dan 1 ketua dari komunitas *Animal Lovers* Medan.

**Tabel 4.1. Data dan Identitas Informan**

No.	Nama	Jabatan
1	Bimo Kurnia Putra	Ketua
2	Muhammad Rafly	Anggota
3	Ezza Siregar	Anggota
4	Rizky Gilbran	Anggota
5	Arpan Azhari	Anggota

**Sumber : Hasil Penelitian 2021**

Pada tabel 4.1 terdapat nama serta jabatan informan pada Komunitas *Animal Lovers* Medan. Adapun jumlah informan yang peneliti ambil sebanyak 5 orang termasuk salah satunya adalah ketua yang langsung mengolah komunitas tersebut.

**Tabel 4.2 Jenis Kelamin Informan**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	5	100%
2.	Perempuan	-	-
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Hasil Penelitian 2021**

Berdasarkan tabel 4.2 terdapat jenis kelamin informan. Adapun jenis kelamin seluruh informan pada penelitian ini adalah bagian dari Komunitas *Animal Lovers* Medan yang berjumlah 5 orang diantaranya 4 orang laki-laki dan 1 orang perempuan.

**Tabel 4.3 Agama Informan**

No.	Agama	Jumlah	Presentase
1.	Islam	5	100%
2.	Kristen	-	-
3.	Hindu	-	-
4.	Budha	-	-
5.	Konghucu	-	-
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Hasil Penelitian 2021**

Pada tabel 4.3 terdapat Agama informan. Adapaun agama dari seluruh informan atau anggota di Komunitas *Animal Lovers* Medan yang ada di dalam penelitian adalah 5 informan menganut Agama Islam.

**Tabel 4.4 Usia Informan**

No.	Nama	Usia
1.	Bimo Kurnia Putra	30
2.	Muhammad Rafly	33
3.	Ezza Siregar	23
4.	Rizky Gilbran	25
5.	Arpan Azhari	22

**Sumber : Hasil Penelitian 2021**

Berdasarkan pada tabel 4.4 terdapat usia informan. Adapun usia informan dalam penelitian ini yaitu bagian dari anggota Komunitas *Animal Lovers* Medan ialah mulai dari usia

**Tabel 4.5 Lama Bergabung Informan**

No.	Nama	Lama Bergabung
1.	Bimo Kurnia Putra	7 Tahun
2.	Muhammad Rafly	5 Tahun
3.	Ezza Siregar	3 Tahun
4.	Rizky Gilbran	4 Tahun
5.	Arpan Azhari	7 Tahun

**Sumber : Hasil Penelitian 2021**

Pada tabel 4.5 terdapat keterangan lama berkomunitas informan, seluruh anggota di Komunitas *Animal Lovers* Medan. Dalam penelitian ini, lama berkomunitas pada masing-masing anggota berbeda. Hal ini dapat dilihat dari tabel di atas. Adapaun keterangan masa bekerja yang telah disebutkan di atas ialah ada yang sudah bergabung selama 7 tahun, 5 tahun, 3 tahun, 4 tahun, 7 tahun.

#### **4.1.2. Strategi Komunikasi Organisasi Komunitas *Animal Lovers* Medan.**

##### **4.1.2.1. Perencanaan Strategi Komunikasi Organisasi yang Dilakukan Oleh Komunitas *Animal Lovers* Medan Untuk Membangun Sikap Peduli Dalam Kelestarian Satwa di Kota Medan.**

Di bawah ini peneliti akan memaparkan hasil dari kegiatan wawancara yang peneliti lakukan mengenai bagaimana strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas *animal lovers* Medan untuk membangun sikap peduli dalam membangun kelestarian satwa di Kota Medan. Perencanaan strategi komunikasi organisasi yang dilakukan untuk meningkatkan efektifitas pesan komunikasi, membantu tercapainya tujuan komunikasi meliputi ketepatan target sasaran, efek yang ingin ditimbulkan serta feedback yang diharapkan, mengurangi potensi hambatan komunikasi sehingga memperkecil peluang kegagalan dalam mempertahankan perencanaan yang telah ditetapkan dalam sebuah kelompok organisasi.

Kelompok organisasi tidak akan efektif apabila interaksi diantara orang-orang yang tergabung dalam jaringan kelompok tersebut tidak pernah ada komunikasi. Maka dari itu strategi komunikasi organisasi sangat penting, dan dalam ruang lingkup yang didasari dari sebuah perencanaan merupakan kegiatan terpadu dalam merumuskan strategi yang hendak dicapai.

Di dalam suatu kelompok komunitas pasti selalu memiliki seorang pemimpin (ketua). Seorang ketua dalam menjalankan tugasnya harus selalu berpikir kreatif dan selalu mengeluarkan ide-ide dan pikiran serta perencanaan yang menyangkut soal rencana yang akan dikembangkan dan mampu

mempertahankan keutuhan komunitas tersebut. Peneliti melihat bahwa strategi komunikasi organisasi yang dilakukan berjalan dengan baik. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Abangda Muhammad Rafly yang diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 di Cafe Mioyi Kirana Studio, ia mengatakan bahwa perencanaan yang dilakukan meliputi kegiatan acara gathering yang bertujuan memperkenalkan pentingnya menjaga kelestarian satwa untuk mengimbangi ekosistem alam.

Hal ini berbeda dengan apa yang diungkapkan oleh Abangda Bimo Kurnia Putra selaku ketua dari Komunitas *Animal Lovers* Medan yang ditemui pada tanggal 20 September 2021 di Cafe Mioyi Kirana Studio mengemukakan bahwa :

“ Komunitas *animal lovers* Medan ini dibentuk sebagai wadah pecinta hewan seluruh kota Medan yang bertujuan menyalurkan serta berbagi pengetahuan antara satu sama lain. Cara komunitas ini membangun sikap peduli terhadap satwa di kota Medan sangat beragam dalam mengatur perencanaan dengan memberikan edukasi berupa pentingnya hidup harus saling berdampingan antara satu sama lain”.

Kemudian adapun jawaban lain yang disampaikan oleh Abangda Ezza Siregar pada tanggal 22 September 2021 di Cafe Mioyi Kirana Studio terkait perencanaan dari strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas *animal lovers* Medan, ia mengatakan bahwa :

“ Caranya dengan membuat suatu poster ajakan melalui media sosial agar masyarakat dapat mengerti serta mengambil peran untuk menjaga dan saling berdampingan hidup dengan satwa-satwa liar dilingkungan rumah”.

Lebih lanjut terkait dengan perencanaan strategi komunikasi organisasi komunitas *animal lovers* Medan, peneliti juga mewawancarai Abangda Rizky

Gilbran pada tanggal 23 September 2021 di Cafe Mioyi Kirana Studio, ia mengatakan bahwa :

“ Perencanaan yang dilakukan diantaranya dengan memberi edukasi cara penanganan ketika hewan liar masuk kepekarangan lingkungan rumah masyarakat agar tidak dibunuh atau pun dilukai ”.

Hampir semua informan yang peneliti wawancarai, mengatakan proses perencanaan yang dilakukan hampir sama secara menyeluruh. Abangda Arpan Azhari yang di wawancarai di Cafe Mioyi Kirana Studio pada tanggal 24 September 2021 juga mengatakan hal yang demikian, ia mengutarakan pendapatnya bahwa :

“ Untuk membangun sikap kita selalu melakukan kunjungan edukasi ke sekolah-sekolah ataupun ikut serta dalam kegiatan masyarakat, contohnya seperti perayaan 17 Agustus ” .

Kemudian terkait tentang apakah dengan perencanaan yang telah dibuat dapat menjamin kelestarian satwa yang ada di kota Medan ini tetap terjaga. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan dari Abangda Bimo Kurnia Putra pada tanggal 20 September 2021 beliau mengatakan bahwa :

“ Kita juga belum bisa menjamin 100% dikarenakan masih sangat rendahnya kesadaran di masyarakat mengenai satwa liar yang hidup dilingkungan sekitar. Tapi bisa saja ada kemungkinan jika proses dari perencanaan yang dilakukan sudah mencapai hasil yang lebih baik buat kedepannya ”.

#### **4.1.2.2. Pengetahuan Yang Diberikan Oleh Komunitas *Animal Lovers* Berdasarkan Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Membangun Sikap Peduli Dalam Kelestarian Satwa.**

Membahas tentang adanya proses dari strategi komunikasi organisasi mengenai pengetahuan yang diberikan oleh komunitas *animal lovers* Medan dalam kesempatan ini juga peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk dari pengetahuan yang diberikan komunitas *animal lovers* Medan kepada masyarakat terkait kelestarian satwa yang ada di kota Medan ini. Abangda Bimo Kurnia Putra yang ditemui di Cafe Mioyi Kirana Studio pada tanggal 20 September 2021, mengatakan bahwa :

“ Salah satu cara untuk menyampaikan pengetahuan kepada masyarakat terkait kegiatan yang kami lakukan biasanya kami memberikan edukasi kepada masyarakat secara langsung dan masyarakat tersebut bebas untuk bertanya jawab mengenai satwa liar maupun satwa peliharaan. Banyak macam cara untuk menyampaikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya di Kota Medan seperti melakukan parodi memperingati hari primata di Indonesia, sharing melalui media sosial juga menjadi salah satu cara kami yang sangat efektif dan menjadi bentuk strategi komunikasi yang selama ini sudah kami terapkan ”.

Selain dari pada itu adapun jawaban lain terkait pengetahuan apa saja yang telah diberikan oleh komunitas *animal lovers* Medan agar bisa membuat masyarakat untuk terus bisa peduli kepada satwa yang ada dilingkungan sekitar. Abangda Muhammad Rafly mewakili beberapa anggota yang ditemui di Cafe Mioyi Kirana Studio pada tanggal 21 September 2021 mengutarakan pendapatnya bahwa :

“ Ya sebagai bentuk peduli kami kepada satwa, kami pun memberikan beberapa pengetahuan kepada masyarakat diantaranya memberi tau macam-macam hewan apa saja yang mungkin sudah sepatasnya harus dilindungi dan yang tidak di lindungi, lalu memberi tau jenis reptile luar

mana yang berbisa dan yang tidak berbisa agar masyarakat bisa berhati-hati dan tau bagaimana cara mengatasinya apabila reptile berbisa tersebut masuk kedalam lingkungan mereka, kemudian memberikan edukasi berupa konservasi agar masyarakat dapat mengetahui serta mengenali betapa pentingnya kehadiran satwa di alam ini ”.

#### **4.1.2.3. Peran Media Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Komunitas**

##### ***Animal Lovers Medan.***

Selain untuk mengetahui bentuk pengetahuan apa saja yang telah diberikan dari komunitas *animal lovers* Medan kepada masyarakat terhadap proses dari strategi komunikasi organisasi yang selama ini dilakukan, peneliti juga turut menanyakan perihal apakah peran media menjadi bentuk dari strategi komunikasi organisasi dari komunitas *animal lovers* Medan ini. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada ketua komunitas *animal lovers* Medan yaitu Abangda Bimo Kurnia Putra pada tanggal 20 September 2021, ia berpendapat bahwa :

“ Itu sudah pasti, karena media menjadi salah satu alat komunikasi paling penting bagi kami dalam menjalankan segala bentuk atau jenis dari strategi komunikasi organisasi yang selalu digunakan, dan media juga sangat membantu bagi kami sebagai para anggota pecinta hewan untuk menunjukkan kepedulian yang harus dibagikan kepada masyarakat, agar selalu bisa menghargai hewan-hewan dan sekaligus menyayangnya. Selain itu juga melalui media bisa memudahkan kami untuk berinteraksi dan bertukar informasi mengenai perkembangan satwa yang ada di Medan ini, dan komunikasi antara saya dengan para anggota juga sudah cukup baik dilakukan walaupun hanya melalui media”.

#### **4.1.3. Penerapan Kebijakan Untuk Membangun Kelestarian Satwa Yang Ada Di Kota Medan.**

Dalam membangun dan mempertahankan sebuah komunitas sangat penting untuk menerapkan kebijakan demi menjaga keutuhan yang ada pada komunitas tersebut. Begitu juga dengan komunitas *animal lovers* Medan, dalam proses penerapan kebijakan juga harus mengedepankan asas kejujuran dan rasa

tanggung jawab yang tinggi, agar nantinya kebijakan yang ditetapkan dapat dihargai oleh para anggota.

Pada kesempatan yang peneliti lakukan untuk mengetahui beberapa bentuk penerapan kebijakan apa saja yang telah ditetapkan dari komunitas animal lovers Medan untuk membangun kelestarian satwa di kota Medan. Dan berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan ketua komunitas animal lovers Medan pada tanggal 20 September 2021 di lokasi Cafe Mioyi Kirana Studio, ia mengatakan bahwasannya :

“ Kalo untuk kebijakan, saya selaku ketua dari komunitas ini menghimbau para anggota untuk bisa menerapkan kebijakan yang telah saya tentukan demi membangun kelestarian satwa yang ada di kota Medan ini, beberapa kebijakan sudah saya tetapkan dan semua nya sudah atas persetujuan dari seluruh anggota. Kebijakan yang saya tetapkan juga tidak jauh-jauh untuk terus mengedukasi masyarakat mengenai satwa langka, menetapkan target edukasi masyarakat, memberi dukungan terhadap upaya pelestarian, membuat papan larangan dan peringatan hal ini dilakukan untuk ikut serta membantu dan menggalakkan upaya pemerintah dalam pelestarian lingkungan maupun satwa, melaporkan orang yang berburu satwa langka, dan membuat penangkaran agar bisa melindungi satwa dari ancaman orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan memberikan kesempatan bagi satwa untuk berkembang biak, karena perkembangan biak ini tentunya sangat berarti bagi para satwa yang terancam punah ”.

Selanjutnya peneliti kembali bertanya kepada ketua komunitas animal lovers Medan, bagaimana cara ketua komunitas menyikapi sikap dari salah satu anggota jika melanggar kebijakan yang telah disepakati sebelumnya. Kemudian Abangda Bimo Kurnia Putra selaku ketua dari komunitas animal lovers Medan mengutarakan bahwa :

“ Jika ada salah satu diantara anggota saya yang tidak setuju atau melanggar kebijakan yang saya tetapkan, mungkin saya akan bertanya dan kembali mengajak musyawarah kepada anggota tersebut secara pribadi. Kemudian langsung bertanya alasan apa yang membuat dia tidak setuju dengan keputusan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Karena dalam

sebuah kelompok organisasi keputusan bersama adalah hal yang sangat dihargai demi menjaga keutuhan hubungan komunitas ini makanya penting untuk menanyakan kembali jika ada penambahan saran ataupun hal yang harus dirubah demi kenyamanan dari masing-masing anggota tersebut, dan biar tidak timbul kesalah pahaman juga diantara anggota yang satu ataupun anggota yang lainnya ”.

#### **4.1.3.1. Koordinasi Antar Kelompok Yang Dilakukan Antar Anggota Komunitas *Animal Lovers* Medan**

Masih dengan proses yang sama untuk membangun dan mempertahankan keutuhan hubungan dari sebuah komunitas, tentunya memerlukan koordinasi untuk setiap pengambilan keputusan yang ada. Sehingga strategi komunikasi organisasi dapat dicapai dengan baik. Maka dari itu peneliti ingin menggali apakah dari setiap event yang diadakan oleh komunitas *animal lovers* Medan ini selalu melakukan koordinasi secara bersama-sama.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengetahui apakah selalu ada dilakukan koordinasi dalam segala kegiatan yang dibuat oleh komunitas *animal lovers* Medan. Dan berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di tanggal 20 September 2021 oleh Abangda Bimo Kurnia Putra mengatakan :

“ Tentu saja ada lah, ya karena koordinasi itu sangat penting dilakukan untuk memperlancar setiap kegiatan yang kami lakukan. Kemudian masing-masing dari para anggota juga wajib mengambil peran untuk menyampaikan pengetahuan yang mereka miliki pada masyarakat ”.

Selanjutnya terkait apa saja tujuan yang ingin dicapai dari komunitas *animal lovers* Medan untuk menjaga kelestarian satwa kedepannya. Ketua komunitas *animal lovers* Medan membuat beberapa tujuan diantara lain ia mengatakan :

“ Jadi, tujuan dari komunitas ini sebenarnya tidak muluk-muluk dan tidak jauh-jauh untuk melestarikan kehidupan satwa dengan apa saja. Yang pertama pasti melakukan kampanye dengan cara bersosialisasi kepada masyarakat mengenai arti penting ekosistem khususnya dibagian fauna, lalu dengan cara langsung turun kelapangan seperti pelepas liaran satwa yang kita selamatkan dari lingkungan masyarakat kealam, dengan berbagai cara perawatan, pengobatan, perlakuan dan jika sudah pantas untuk dilepas liarkan maka akan kita lakukan pelepasan, dan terakhir kita melakukan pengembang biakan”.

Hal diatas yang telah peneliti paparkan merupakan hasil dari data wawancara yang peneliti lakukan di lokasi penelitian, yaitu Cafe Mioyi Kirana Studio. Seluruh pertanyaan yang peneliti tanyakan berdasarkan dari pedoman wawancara yang didapat dari kategorisasi penelitian. Sehingga pertanyaan yang peneliti ajukan tetap dalam batasan penelitiannya.

#### 4.2. Pembahasan

Dari hasil data wawancara yang telah peneliti peroleh dapat dipaparkan bahwasannya, strategi komunikasi organisasi yang dilakukan komunitas *animal lovers* Medan sudah memenuhi bentuk komunikasi yang baik. Dalam penelitian ini peneliti akan menjabarkan apa yang sudah diperoleh berdasarkan hasil wawancara. Peneliti mendapatkan beberapa data yang dikutip dari 5 informan merupakan 1 orang ketua dan 4 lainnya anggota dari komunitas *animal lovers* Medan yang di temui di Cafe Mioyi Kirana Studio.

Diketahui bahwasannya strategi komunikasi organisasi yang ada pada komunitas *animal lovers* Medan sama halnya seperti yang disampaikan oleh Rogers yang menyatakan bahwa dengan memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi sebagai sebuah rancangan yang dibuat untuk mengubah perilaku manusia dalam skala besar melalui pengenalan ide baru. Karena strategi komunikasi organisasi pada dasarnya merupakan sebuah penentuan sasaran komunikasi yang seringkali tindakan komunikasinya tidak berjalan secara efisien karena kita tidak menetapkan secara terus terang dengan apa yang kita capai. Hal ini tentunya berkesinambungan dengan apa yang terjadi di komunitas *animal lovers* Medan, dimana dalam membuat rencana yang baik untuk menyusun strategi komunikasi diantaranya harus mampu mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan program kegiatan, menentukan tujuan dan hasil, melakukan seleksi audiens untuk menjadi sasaran, mengembangkan pesan, dan mengatur mekanisme komunikasi/media.

Adapun cara yang digunakan komunitas *animal lovers* Medan dalam melakukan strategi komunikasi organisasi kepada masyarakat dengan memberikan pengetahuan. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Bungin (2015) bahwasannya proses komunikasi yang harus dipahami sebagai proses pertukaran pesan, masing-masing orang memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya. Hal ini sama dengan apa yang disampaikan oleh ketua komunitas *animal lovers* Medan. Dalam hal ini ketua komunitas dan para anggota komunitas selalu memberikan motivasi dan pengetahuan sebagai bentuk bagian dari strategi komunikasi agar masyarakat bisa terus memahami untuk selalu menjaga kelestarian satwa yang ada di lingkungan sekitar, dan tentunya komunitas *animal lovers* Medan dalam hal ini masih mempunyai harapan-harapan untuk menjalankan tugas dan bisa bekerja sama dengan masyarakat agar selalu menjaga kelestarian satwa di Kota Medan.

Berbicara tentang strategi komunikasi organisasi pastinya menyangkut dengan media. Penting untuk mengetahui bahwasannya media komunikasi itu banyak jumlahnya, pemilihan media komunikasi juga sangat bergantung pada komunikasi yang akan dituju terutama pada strategi komunikasi. Untuk menyampaikan pesan terhadap masyarakat media menjadi alat yang efektif pada sebuah komunitas. Seperti yang sudah peneliti tuliskan diatas terkait dengan penggunaan media yang dilakukan oleh komunitas *animal lovers* Medan, artinya media menjadi bagian paling penting dalam mengatur bentuk strategi komunikasi organisasi antara kegiatan yang dilakukan oleh komunitas kepada masyarakat.

Selain dari pada itu untuk menjaga kelestarian satwa yang ada di kota Medan, memerlukan beberapa point penting agar kegiatan yang didapatkan menjadi efektif. Dalam hal ini komunitas *animal lovers* Medan memiliki dan menerapkan 3 cara agar kegiatan yang dilakukan mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan yang telah dibuat, hal itu antara lain ialah kebijakan, koordinasi dan kelompok. Komunitas *animal lovers* Medan termasuk ke dalam bagian yang sangat diperlukan untuk menjaga kelestarian satwa, hal ini demi menunjang kegiatan yang ada di lingkungan masyarakat agar berjalan baik sesuai dengan tujuan awal strategi komunikasi organisasi yang telah direncanakan oleh komunitas *animal lovers* Medan sebagai bentuk sikap peduli untuk menjaga kelestarian satwa yang ada di kota Medan ini. Dalam penelitian ini, ditemukan strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh komunitas *animal lovers* untuk membangun sikap peduli di kota Medan dengan memberikan motivasi dan pengetahuan melalui media maupun tatap muka. Dan untuk lain hal strategi komunikasi organisasi yang diterapkan juga dengan melakukan komunikasi kelompok kecil seperti membuat grup pada salah satu media sosial agar proses penyampaian pesan dan informasi yang disampaikan antar anggota kepada masyarakat bisa menjadi lebih efektif dan masyarakat pun bisa menjadi bagian dari perencanaan yang diatur oleh komunitas *animal lovers* Medan untuk menjaga kelestarian satwa di kota Medan. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, maka hal diatas merupakan hasil dari pembahasan yang peneliti lakukan dari data wawancara dan yang telah diperoleh ketika melakukan penelitian.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka beberapa simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas *animal lovers* Medan mengenai kelestarian satwa sudah sangat baik dengan menggunakan media maupun tatap muka. Hal ini dibuktikan dengan jawaban yang diberikan peneliti terkait proses dari perencanaan yang diatur oleh komunitas. Ketua dan anggota komunitas *animal lovers* Medan menyatakan bahwa segala bentuk strategi komunikasi organisasi yang dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.
2. Bentuk strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas *animal lovers* Medan sudah tepat dengan memberikan pengetahuan menggunakan media untuk sekedar memberi informasi kepada masyarakat agar selalu memperhatikan keberadaan satwa dan mengatur perencanaan sebagai bentuk kepedulian untuk menjaga kelestarian satwa.
3. Strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas *animal lovers* Medan juga selalu berhubungan dengan media. Karena alasan yang diterima oleh peneliti berdasarkan jawaban dari ketua komunitas *animal lovers* Medan media menjadi sarana penting dalam setiap bentuk strategi komunikasi yang mereka lakukan. Dan melalui media juga dapat memudahkan mereka dalam penyampaian pesan kepada masyarakat.

4. Kebijakan, koordinasi dan kelompok sebagai sarana dan bentuk keutuhan dari strategi komunikasi organisasi yang ada pada komunitas *animal lovers* Medan ini. Jadi untuk hal ini komunitas *animal lovers* Medan selalu melakukan hal yang terbaik pada komunitas nya sendiri terutama pada tujuan mereka yang ingin selalu menjaga kelestarian satwa.

## 5.2. Saran

Setelah melakukan pembahasan dan menarik simpulan, maka beberapa saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada komunitas *animal lovers* Medan untuk terus menjaga hubungan yang baik kepada masyarakat dengan menggunakan strategi komunikasi organisasi yang baik pula agar setiap proses dari perencanaan dan tujuan bisa mendapatkan hasil baik terhadap kelestarian satwa yang ada di kota Medan.
2. Diharapkan kepada seluruh anggota komunitas *animal lovers* Medan juga selalu mematuhi perintah dan selalu menghargai ketua nya. Dan disarankan juga buat para anggota untuk selalu bersikap yang baik kepada masyarakat dan terus memberikan pemahaman kepada masyarakat. Agar masyarakat lebih bisa menghargai kehadiran satwa yang ada di lingkungan sekitar.
3. Diharapkan juga kepada ketua komunitas *animal lovers* Medan untuk tetap membuat kebijakan yang disetujui bersama dan selalu mengkoordinasikan setiap kegiatan yang ingin dilakukan dan melakukan pengelompokkan yang baik dan benar. Agar kedepannya upaya-upaya yang dilakukan dari

kegiatan komunitas dapat memperoleh tujuan dan hasil yang telah direncanakan.

4. Komunitas *animal lovers* Medan yang dianggap sebagai salah satu kelompok organisasi terstruktur, diharapkan untuk selalu bisa menjaga dan menjamin kelestarian satwa yang ada di kota Medan ini.
5. Mengingat strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas kepada masyarakat sudah cukup baik, diharapkan kembali untuk terus mengembangkan perencanaan, pengetahuan, dan media berdasarkan bentuk yang terstruktur dari strategi komunikasi organisasi untuk bisa menjaga kelestarian satwa yang ada di Kota Medan.

### Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. (2006). *Ilmu Komunikasi : sebuah pengantar ringkas*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Afifuddin. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Alo, Liliweri. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Group
- Cutlip, Scott M. et. al. (2007). *Effective Public Realtions*, Edisi IX, cetakan ke-2. Jakarta : Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Komunikasi dan Praktek. Bandung, Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Grasindo. Rosdakarya.
- (1998). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komuikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Fajar. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hermawan. (2008). *Arti Komunitas*. Bandung : Gramedia Pustaka Indonesia.
- L. Tubbs, Steward, dkk. (ed; Deddy Mulyana). (1996) *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Middleton (1978) dalam buku Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- (1980) *Approaches to Communication Planning*. Paris: Unesco.
- Mohr, Jakki dan John R. Nevin, (1990), "*Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective*", *Journal of Marketing*. October, pp.
- Miles, B. Mathew dan Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta : UIP.
- Masmuh. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- (2010). *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang. Moleong, L.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Mesiono. (2012). *Manajemen Organisasi*. Bandung : Citapustaka Media Perintis.
- Pace, R. Wayne, Brent D. Peterson, & M. Dallas Burnett. (1997). *Techniques for effective Communication*. Addison-Wesley.
- (2006). *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rogers, Everett M., D. Lawrence Kincaid. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*.
- Roudhonah, (2007) *Ilmu Komunikasi*, Jakarta : UIN Press.
- Shannon, Claude E, and Warren Weaver. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana : University of Illinois Press.
- Soedjadi. (2000). *Kiat Pendidikan Matematika di Indonesia*. Jakarta : Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional.
- Stoner, James A.F; Freeman, dkk. (2005), *Manajemen*, Jilid I, PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Cetakan ke-3. Yogyakarta: ANDI.
- Tohirin. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- <http://definisdanpengertian.blogspot.com/2011/02/pengertian-solidaritas.html>

Ass untuk  
wawancara  
R  
17/9-21

Pedoman Wawancara

Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Organisasi Pada Komunitas  
*Animal Lovers* Medan Untuk Membangun Sikap  
Peduli Dalam Kelestarian Satwa Di Kota Medan

Nama Peneliti : Hamdi Yusri

Npm : 1703110024

Mahasiswa : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal/Hari Wawancara :

Tempat Wawancara : JL.Darussalam Cafe Mioyi Kirana Studio

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jabatan :
3. Jenis Kelamin :
4. Agama :

B. Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana proses perencanaan komunitas *animal lovers* Medan ini dalam membangun sikap peduli terhadap kelestarian satwa di Kota Medan?
2. Apakah dengan perencanaan yang telah dibuat dapat menjamin kelestarian satwa yang ada di Kota Medan ini tetap terjaga?
3. Bagaimana cara komunitas *animal lovers* Medan ini dalam menyampaikan pengetahuan?

4. Kemudian pengetahuan apa saja yang telah diberikan komunitas ini kepada masyarakat selama kegiatan event atau gathering berlangsung?
5. Menurut abangda sebagai seorang ketua yang ada di komunitas ini, apakah media termasuk menjadi peran penting dari proses komunikasi yang berlangsung antara anggota yang ada di komunitas *animal lovers* Medan ini?
6. Kalau boleh saya tau apakah dengan menggunakan media komunikasi yang berlangsung sudah berjalan dengan baik atau tidak?
7. Dalam hal ini apa saja kebijakan yang telah ditetapkan dari komunitas *animal lovers* Medan dalam membangun kelestarian satwa yang ada di kota Medan?
8. Lalu bagaimana tanggapan abangda sebagai ketua komunitas jika ada salah satu anggota yang melanggar atau tidak pro atas kebijakan yang telah disepakati oleh komunitas ini?
9. Jika boleh saya tau dalam setiap event atau gathering yang dilakukan apakah selalu ada koordinasi dari antar anggota komunitas?
10. Dalam aturan dari sebuah kelompok, apa saja tujuan yang ingin dicapai dari komunitas *animal lovers* Medan untuk menjaga kelestarian satwa kedepannya?

Lampiran Foto





Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

090-17-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : http://www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Medan, 4 - Maret 2021.

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Ketua Jurusan .....  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Hamdi Yusri  
N P M : 1703110024  
Jurusan : Fisip - Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : 124 sks, IP Kumulatif 3,38

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi organisasi pada komunitas Animal Lovers Medan untuk membangun etasap peduli dalam kelestarian Satwa di Kota Medan.	25/3-2021
2	Peran komunikasi komunitas Animal Lovers Medan dalam mempertahankan Soudaritas kelompok komunitas.	
3	Peran Humas Komunitas Animal Lovers Medan dalam membangun Citra positif kepada masyarakat di lingkungan Lapangan Merdeka Kota Medan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas betan SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 25 - MARET .....2021.

Ketua,

(Nurhasanah...Nasution...S.Sos.M.Ikom

\*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.

Pemohon,

(Hamdi Yusri)

PB: LUTFI BASRI 25/3-21



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Dila meringkas surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

### SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Nomor : 427/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 25 Maret 2021 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **HAMDI YUSRI**  
N P M : 1703110024  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2020/2021  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI DALAM KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN**

Pembimbing : **LUTFI BASIT, S.Sos., M.LKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 090.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 25 Maret 2022.



Ditetapkan di Medan,  
Medan, 12 Syaban 1442 H  
26 Maret 2021 M

Dekan



**Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP.**

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggeal.



Bila mengawat surat ini agar diadukan  
nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 1084/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2021  
Lampiran : -,-  
Hal : **Mohon Diberikan izin**  
**Penelitian Mahasiswa**

Medan, 20 Shafar 1443 H  
27 September 2021 M

Kepada Yth : **Kepada Ketua Komunitas Animal Lovers Medan**  
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **HAMDY YUSRI**  
N P M : 1703110024  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2021/2022  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI DALAM KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.  
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



**Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.**



cc. File



**ANIMAL LOVERS  
MEDAN**

Alamat : JL. Darussalam Cafe Mioyi Kirana Studio Medan

Nomor : -

Medan, 18 Oktober 2021

Hal : Surat Izin Penelitian

Kepada Yth :

**Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Dengan hormat,

Salam silaturahmi, semoga Bapak terus dapat melakukan aktifitas sehari hari dan selalu dalam lindungan Allah Swt, Amin.

Nama : Hamdi Yusri

NPM : 1703110024

Prodi : Ilmu Komunikasi

Semester : IX (Sembilan)/Tahun Akademik 2020/2021

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS  
ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI  
PADA KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN**

Maka dari itu kami menerima atau mengizinkan untuk melakukan penelitian di Komunitas Animal Lovers Medan.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Komunitas Animal Lovers Medan

PENGURUS

( BIMO KURNIA PUTRA, SP. )



UMSU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila mengawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 10 - Juni ..... 20.21

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Hamdi Yusri  
N P M : 1703110024  
Jurusan : Ilmu Komunikasi / Humas

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/IL3/UMSU-03/F/20..... tanggal ..... dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS ANIMAL LOVERS  
MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIAP PERUI DALAM KESEHATAN  
SATWA DI KOTA MEDAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(.....)

Pemohon,

(Hamdi Yusri)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 692/UND/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 25 Juni 2021  
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB  
Tempat : Online/Daring  
Penyempina Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	ANISHA MAULIDA	1703110177	RAHMANITA GINTING.S.Sos., M.A., Ph.D.	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI MARKETING HUMAS MICRO CAFÉ TANJUNG BALAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA & PELANGGAN DARI PESANG
2	M. SYAHRI RAMADHANI	1703110003	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	PERSEPSI KONSUMEN PADA IKLAN PRODUK KONVERSE DI MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI DESKRIPSTIF KUALITATIF PADA MAHASISWA FISIP USU)
3	MUHAMMAD AKBAR PRAKOSO	1703110031	RAHMANITA GINTING.S.Sos., M.A., Ph.D.	Dr. ANANG ANAS AZHAR., M.A.	PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI DPD BKPRMI MEDAN DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN STAKEHOLDER INTERNAL
4	HAMDI YUSRI	1703110024	RAHMANITA GINTING.S.Sos., M.A., Ph.D.	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI DALAM KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN
5	ABDIL SERSANA DIVA	1703110018	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	RAHMANITA GINTING.S.Sos., M.A., Ph.D.	PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK OBJEK WISATA DI KECAMATAN PULAU BANYAK KABUPATEN ACEH SINGKIL

Medan, 12 Dzulkaidah 1442 H

23 Juni 2021 M





Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : *Hamdi Yugri*  
NPM : *1703110024*  
Jurusan : *HUMAS-1KO*  
Judul Skripsi : *STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEWILAJI PADA KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN*

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	20 Mei 2021	Bimbingan Proposal skripsi	<i>[Signature]</i>
2.	1 Juni 2021	Bimbingan Revisi Proposal skripsi	<i>[Signature]</i>
3.	3 Juni 2021	Acc Semprom	<i>[Signature]</i>
4.	30 Juni 2021	Bimbingan revisian setelah semprom	<i>[Signature]</i>
5.	15 Juli 2021	Bimbingan revisi Penambahan Materi di bab 2 dan Latar belakang	<i>[Signature]</i>
6.	18 Juli 2021	Bimbingan revisi Pedoman wawancara	<i>[Signature]</i>
7.	20 Juli 2021	Acc Pedoman wawancara	<i>[Signature]</i>
8.	30 sept 2021	Bimbingan bab 4, 5 dan abstrak	<i>[Signature]</i>
9.	4 Okt 2021	Acc SKRIPSI	<i>[Signature]</i>

Medan, 4 ~~OCTOBER~~ ..... 2021...

Dekan,  
*[Signature]*  
Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.Sp

Ketua Jurusan,  
*[Signature]*  
Alhajar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

Pembimbing,  
*[Signature]*  
Lutfi Basit, S.Sos., M.I.Kom

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Sik-10



**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**  
Nomor : 1153/JUND/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Rabu, 13 Oktober 2021  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Ruang 208-209 FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	M. SYAHRI RAMADHANI	1703110003	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	PERSEPSI KONSUMEN PADA IKLAN PRODUK COVERSES DI MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI DESKRIPITIF KUALITATIF PADA MAHASISWA FISIP USU)
2	MUHAMMAD AKBAR PRAKOSO	1703110031	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom.	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI DPD BKPRMI MEDAN DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN STAKEHOLDER INTERNAL
3	KIRANA ADITYA PRAYOGA	1703110043	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT KOTA MEDAN TENTANG PELAYANAN DAN FASILITAS BUS TRANS METRO DELI
4	ANISHA MAULIDA	1703110177	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	STRATEGI MARKETING HUMAS MICRO CAFE TANJUNG BALAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA & PELANGGAN DARI PESAIING
5	HAMDI YUSRI	1703110024	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom.	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS ANIMAL LOVERS MEDAN UNTUK MEMBANGUN SIKAP PEDULI DALAM KELESTARIAN SATWA DI KOTA MEDAN

Notulis Sidang:

Total : 6 hrs 10/21  
ygm

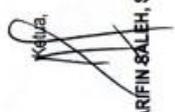
Medan, 04 Rabiul Awwal 1443 H  
11 Oktober 2021 M

Ditandatangani oleh :  
a.n. Rektor  
Rektor I



**PROF. DR. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum**

Ketua,



**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**

Panitia Ujian



Sekretaris



**Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : HAMDI YUSRI  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 02 Februari 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama/Bangsa : Islam/ Indonesia  
Alamat : Jl. KH. Wahid Hasyim Komplek Asrama Brimob  
Blok Q1 No.4  
Anak Ke : 3 (tiga) dari 3 (tiga) Bersaudara  
Nama Orang Tua  
Ayah : Hamdani Koto  
Ibu : Yusmaizar  
Alamat Orang Tua : Jl. KH. Wahid Hasyim Komplek Asrama Brimob  
Blok Q1 No.4.

### Riwayat Pendidikan

1. Tamat dari SDN Percobaan Medan Tahun 2011, Berijazah
2. Tamat dari SMP Swasta Raksana Medan Tahun 2014, Berijazah
3. Tamat dari SMK-TI Swasta Raksana Medan Tahun 2017, Berijazah
4. Kuliah pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2017 sampai 2021.

Demikian riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya

Peneliti



Hamdi Yusri