

**STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA
PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN
CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT**

SKRIPSI

Oleh :

MHD ARIEF GUNAWAN LUBIS
1903110227

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2023

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

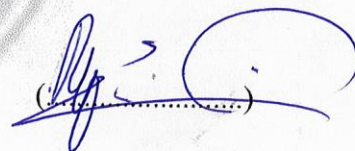
Nama : Mhd Arif Gunawan Lubis
NPM : 1903110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

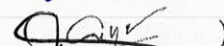
TIM PENGUJI

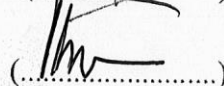
PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP

PENGUJI II : CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.

PENGUJI III : H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom







PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

 
DR. ARIFIN SALEH, S.SOS., M.SP DR. ABRAR ADHANI, S.SOS., M.I.KOM



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : MHD ARIF GUNAWAN LUBIS
NPM : 1903110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT

Medan, 9 Oktober 2023

Pembimbing



H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0104076904

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

Bismilahirrohmanirohim

Dengan ini saya, MHD ARIF GUNAWAN LUBIS , NPM 1903110227, 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 tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

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

Medan, 9 Oktober 2023

Yang menyatakan,



MHD ARIF GUNAWAN LUBIS

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Strategi Komunikasi Satuan pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan Dalam Membangun Citra Positif di tengah Masyarakat*” untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua, teristimewa Ayahanda saya yaitu M Rasidin Lubis dan Ibunda saya Mairani dan juga seluruh keluarga tercinta, atas pengorbanan, kasih sayang, dan motivasi yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, MAP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. H. Tenerman, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan, dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Dr. Fadhil Pahlevi Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan, dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
9. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

10. Seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
11. Terimakasih kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebagai tempat rujukan referensi dalam penelitian skripsi.
12. Teman-teman penulis yang selalau ada memberikan semangat dan bantuannya kepada penulis. Sahabat-sahabat penulis di Jurusan Ilmu komunikasi angkatan 2019 semoga kita semua dalam lindungan Allah Swt dan selalu menjadi sahabat selamanya, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Medan, 12 Agustus 2023
Penulis,

Mhd. Arif Gunawan Lubis

**Strategi Komunikasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda
Pancasila Kota Medan Dalam Membangun Citra Positif
Di Tengah Masyarakat**

MHD ARIEF GUNAWAN LUBIS

1903110227

ABSTRAK

Organisasi Pemuda Pancasila sendiri belakangan ini lekat dengan citra negatif, seperti premanisme dan lainnya. Hal ini direalisasikan dengan mengagendakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk membangun kembali citra positif organisasi Pemuda Pancasila yang turun akibat gaya komunikasi yang telah berkembang tadi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor dan salah satunya adalah faktor komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi yang dilakukan SAPMA PP Kota Medan dalam membangun citra positif di tengah masyarakat. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah pengurus dari SAPMA PP Kota Medan dengan teknik penentuan subjek penelitian yang digunakan adalah teknik *Purposive sampling*. Teknik analisis data adalah metode penelitian deskriptif Kualitatif. Dari penelitian yang telah penulis lakukan, maka terdapat hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang digunakan oleh SAPMA PP Kota Medan adalah 1) strategi pengenalan khalayak, 2) strategi penentuan Pesan, 3) strategi penggunaan metode 4) strategi penentuan penggunaan media. Sementara teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Sapma PP Kota Medan, citra positif*

ABSTRACT

The Pemuda Pancasila Organization itself has recently been attached to negative images, such as thuggery and others. This is caused by several factors and one of them is the communication factor. This study aims to explain the communication strategy carried out by SAPMA PP Medan City in building a positive image in society. The research subjects in this study were the management of SAPMA PP Medan City with the technique of determining the research subjects used was the purposive sampling technique. The data analysis technique is a qualitative descriptive research method. From the research that the author has done, the results of this research are the communication strategy used by SAPMA PP Medan City, namely 1) audience recognition strategy, 2) message determination strategy, 3) method usage strategy 4) media usage determination strategy. While the data collection techniques that the authors use in this study are interviews, observation and documentation.

Keywords : *Communication Strategy Strategi Komunikasi, Sapma PP Medan City, Positive Image*

DAFTAR ISI

KATA

PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	5

BAB II URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi.....	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2 Konsep Strategi	8
2.1.3 Tahapan Strategi	9
2.2. Strategi Komunikasi	11
2.2.1. Pengertian Strategi Komunikasi	11
2.2.2. Ruang Lingkup Strategi Komunikasi	11
2.2.3. Perumusan Strategi Komunikasi	12
2.2.4. Tujuan Strategi Komunikasi	16
2.3. Citra Positif	16
2.3.1. Pengertian Citra	16
2.3.2. Jenis Jenis Citra	18
2.3.3. Proses Pembentukan Citra.....	19
2.4. Masyarakat	20
2.4.1. Pengertian Masyarakat	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Kerangka Konsep Penelitian.....	22
3.3. Defenisi Konsep Penelitian.....	23
3.4. Kategorisasi Penelitian	24
3.5. Informan/Narasumber.....	24
3.6. Teknik Pengumpulan Data	25
3.7. Teknik Analisis Data	26
3.8. Waktu dan lokasi Penelitian	27
3.9. Deskripsi Ojek Penelitian	28
3.9.1. Sejarah Umum.....	28
3.9.2. Visi dan Misi	29
3.9.3. Struktur Organisasi.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	32
4.1.1. Hasil Wawancara dengan <i>Informan</i> dan <i>Key Informan</i>	32
4.1.2. Hasil Observasi.....	37
4.1.3. Hasil Dokumentasi	37
4.2. Pembahasan	38

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan.....	48
5.2. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	56
-----------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tidak akan bisa terlepas dengan komunikasi dalam kehidupan sehari-harinya. Komunikasi juga merupakan salah satu aktivitas terpenting yang dilakukan manusia sebagai salah satu upaya untuk memenuhi

kebutuhan akan berlangsungnya kehidupan selain kebutuhan primer seperti sandang, pangan dan papan. Komunikasi sebagai syarat untuk memudahkan orang untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan pola nilai kebudayaan atau lingkungan baru atau disebut adaptasi budaya. (M. Thariq, Akhyar Anshori, 2017)

Komunikasi disamping untuk mewujudkan hubungan secara vertikal dengan Allah Swt, juga untuk menegakkan komunikasi secara horizontal terhadap sesama manusia. Komunikasi dengan Allah Swt tercermin melalui ibadah-ibadah fardhu (salat, puasa, zakat dan haji) yang bertujuan untuk membentuk takwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia terwujud melalui penekanan hubungan sosial yang disebut muamalah, yang tercermin dalam semua aspek kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, seni dan sebagainya. (R. Sri Widaningsih, S.Pd.I, M.Pd., 2016).

Komunikasi mempunyai dua sifat umum, yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung berupa proses tatap muka (*face to face*) antara manusia satu dengan manusia lain. Komunikasi tidak langsung memerlukan perantara atau

media untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia lain, misalnya : TV, internet, surat kabar, dan lain-lain. (Corry Novrica AP Sinaga, 2017).

Organisasi Pemuda Pancasila dideklarasikan berdirinya pada 28 Oktober 1959 di Jakarta Adalah Ikatan Pendukung Kemerdekaan Indonesia (IPKI) yang membidani kelahiran organisasi tersebut. IPKI merupakan sayap politik dari para petinggi militer yang masih aktif dalam kedinasan. Tokoh-tokoh pendirinya adalah A.Yani, A.H.Nasution, Gatot Subroto dan masih banyak lagi. Mereka tidak dapat langsung bermain di kancah politik, karena memang undang-undang melarang militer aktif melakukan kegiatan politik praktis.

Organisasi Pemuda Pancasila mengembangkan organisasinya dengan menciptakan beberapa sayap lembaga salah satunya bernama Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila yang salah satunya terbentuk di pusat pemerintahan provinsi Sumatera Utara yaitu di kota Medan yang juga berkantor di MPC Pemuda Pancasila Kota Medan.

Komunikasi penting bagi suatu organisasi karena komunikasi adalah alat utama bagi anggota organisasi untuk dapat bekerjasama dalam melakukan aktivitas manajemen, yaitu untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. (Puput Purnama Sari, 2018)

Belakangan ini Komunikasi berkembang dengan pesat. Perkembangan zaman yang diikuti dengan perkembangan teknologi memberikan banyak pilihan untuk memilih media informasi. (Nurhasanah Nasution, 2017) Hal ini ditandai dengan berbagai macam cara setiap manusia dalam menyampaikan informasi, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti social media dan

internet. Namun hal ini pula yang dapat membuat setiap manusia dengan mudah menimbulkan spekulasi akan citra positif maupun citra negatif terhadap suatu hal.

Organisasi Pemuda Pancasila sendiri belakangan ini lekat dengan citra negatif, seperti premanisme dan lainnya. Hal ini disebabkan akibat ulah beberapa oknum dan juga beberapa orang yang mengatasnamakan anggota organisasi pemuda pancasila melakukan perbuatan yang bias dikatakan mengganggu kenyamanan segelintir masyarakat di beberapa wilayah di Negara Indonesia. Hal ini juga berkaitan dengan berkembangnya cara berkomunikasi masyarakat di Indonesia yaitu yang lebih banyak menggunakan pemanfaatan teknologi komunikasi melalui social media dan juga internet dengan cara membagikan postingan negatif tentang aktivitas organisasi pemuda pancasila. Tentunya fenomena ini membentuk sebuah paradigma tentang citra organisasi pemuda pancasila yang terkesan memiliki nilai negatif.

Organisasi Pemuda Pancasila, Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan berinisiatif untuk melawan fenomena yang sedang terjadi belakangan ini. Hal ini direalisasikan dengan mengagendakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk membangun kembali citra positif organisasi Pemuda Pancasila yang turun akibat gaya komunikasi yang telah berkembang tadi.

Latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk membuat sebuah penilitan yang dituangkan dalam skripsi berjudul : **“Strategi Komunikasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan Dalam Membangun Citra Positif Di Tengah Masyarakat”**.

1.2. Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam membangun citra positif di tengah masyarakat Kota Medan sendiri.

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan untuk meningkatkan citra positif di tengah masyarakat Kota Medan ?
2. Bagaimana efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam meningkatkan citra positif di tengah masyarakat kota Medan ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan citra positif Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan di tengah masyarakat.
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam meningkatkan citra positif di tengah masyarakat kota Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini kiranya dapat memiliki manfaat bagi bidang akademis dan bidang praktis. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Akademik
 1. Guna memberikan kontribusi dalam perkembangan penelitian melalui pendekatan ilmu komunikasi khususnya pada aspek strategi komunikasi yang dilakukan organisasi.
 2. Sebagai alat bantu referensi utama pada kepustakaan di bidang ilmu komunikasi.
- b. Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu bahan acuan bagi Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam menyusun strategi komunikasi dalam meningkatkan citra positif ditengah masyarakat.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun karya tulis ilmiah ini, agar dalam pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar kemasalah yang lain, maka penulis membuat sistematika penulisan karya tulis ilmiah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN Dalam bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penulisan, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori dan/atau data sekunder/tertier itu berkaitan.

BAB III: METODE PENELITIAN Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel/unit analisis/narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini menguraikan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan. Hasil penelitian adalah bagian yang menyajikan hasil dari penelitian dalam bentuk data. Selain dengan uraian, data penelitian dapat juga disajikan sebagai ilustrasi (gambar, foto, diagram, grafik, tabel, dll). Dalam menyajikan tabel atau grafik, hendaknya tabel dan grafik tersebut. Pembahasan bukanlah mengulang data yang ditampilkan dalam bentuk uraian kalimat, melainkan berupa arti (meaning) data yang diperoleh. Pembahasan berarti membandingkan hasil yang diperoleh dengan data pengetahuan (hasil riset orang lain) yang sudah dipublikasikan, kemudian menjelaskan implikasi data yang diperoleh bagi ilmu pengetahuan atau pemanfaatannya.

BAB V: PENUTUP Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani “strategos” yang terdiri dari dua kata yaitu ; “Stratos” yang mempunyai arti militer dan “ag” yang mempunyai arti memimpin, yang berarti generalship, atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang untuk memenangkan perang (Setiawan Hari Purnomo, 1998, hal 8).

Strategi juga memiliki definisi yang beragam dan bervariasi menurut para ahli. S. Sumarsono mengemukakan bahwa strategi merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideology, politik, ekonomi, sosial-budaya, dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (S.Sumarsono, 2001, hal 139).

A. Halim dan Rr. Suhartini strategi adalah suatu cara dimana organisasi atau lembaga akan mencapai tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi, serta sumber daya dan kemampuan internal (A. Halim Dkk, 2005, hal 115).

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya mengemukakan bahwa strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja,

melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya (Onong Uchjana effendy, 2007, hal 32).

Stephen Robbins, yang dikutip oleh Morissan dalam bukunya “Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Professional” mendefenisikan strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Morrison, 2006, hal 134).

2. Konsep Strategi

Strategi adalah suatu pertanyaan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk menciptakan perubahan. Pengertian strategi secara umum :

- a. Strategi merupakan proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.
- b. Strategi merupakan proses menentukan adanya perencanaan terhadap top manajer yang terarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai penyusunan upaya bagaimana agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. Konsep strategi dapat diuraikan berdasarkan dua prespektif yang berbeda, yaitu :

- a. Prespektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*)
- b. Prespektif apa yang suatu organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Prespektif yang pertama, strategi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dapat membawa keuntungan serta mencapai tujuan dalam berbisnis dan menerapkan misinya. Makna dari strategi ini adalah bahwa para manajer menjalankan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam menentukan strategi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan pandangan ini lebih banyak diterapkan. Sedangkan berdasarkan prespektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit.

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan (Ari Murti, 2018, hal 11).

1. Tahapan Strategi

Fred R. David (2002, hal 3), dalam menentukan sebuah strategi, ada beberapa tahapan yang biasanya akan di lalui yaitu :

1) Perumusan Strategi

Langkah pertama yang yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal,

menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

2) Implementasi Strategi

Merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi. bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

3) Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strateg. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang dapat dicapai dapat diukur untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

2.2. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Pada buku Dimensi-Dimensi Komunikasi karya Onong Uchjana Effendy, dijabarkan bahwasanya strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communications planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy.O.U, 1981, hal.84).

2. Ruang lingkup Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu: secara makro dan mikro. kedua aspek tersebut mempunyai fungsi ganda, yaitu :

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- b. Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperoleh dan dioperasionalkan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy.U.O, 2002, hal.28).

3. Perumusan Strategi Komunikasi

Anwar Arifin dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas” Ada empat faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu : (Arifin.A, 1998, hal.50).

a. Mengenal Khalayak

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi kita harus memperhitungkan suatu kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengenal khalayak. Khalayak tidak pasif tetapi aktif, sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi hubungan tetapi juga saling mempengaruhi. Khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak.

Khalayak dan situasinya diketahui dengan jelas, selanjutnya langkah perumusan strategi komunikasi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu membangkitkan perhatian. Syarat-syarat perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi.

Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan “perhatian”. Hal ini sesuai dengan AA. Procedure atau From Attention To Action Procedure. Artinya membangkitkan perhatian (attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan suatu kegiatan (Action) sesuai tujuan yang dirumuskan.

b. Menentukan Pesan

AA. Procedure, dikenal pula rumus klasik AIDDA yang juga dikenal dengan adoption process, yaitu Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*), kemudian menimbulkan minat dan kepentingan (*interest*), sehingga banyak memiliki hasrat (*desire*), untuk menerima keputusan untuk mengamalkan dalam tindakan (*action*).

c. Menetapkan Metode

Menentukan khalayak dengan cara mengidentifikasi situasi serta kondisi khalayak dan telah menyusun pesan yang ingin disampaikan, maka tahap selanjutnya adalah menentukan metode penyampaian yang sesuai. Pemilihan metode harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya.

Anwar Arifin juga mengemukakan strategi komunikasi yang efektif adalah sebagai berikut : (Arifin.A, 1984, hal.73)

1) *Redudancy (Repetition)*

Adalah mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang – ulang pesan kepada khalayak. Dengan metode ini banyak manfaat yang dapat ditarik. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkonsentrasi pada pesan yang diulang – ulang, sehingga ia akan lebih banyak menarik perhatian. Manfaat lainnya, bahwa khalayak tidak akan mudah melupakan hal yang penting

disampaikan berulang – ulang itu. Selanjutnya dengan metode repetition ini, komunikator memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan – kesalahan yang tidak disengaja dalam penyampaian- penyampaian sebelumnya.

2) *Canalizing*

Untuk mempengaruhi khalayak haruslah lebih dahulu mengerti tentang kerangka referensinya dan lapangan pengalaman dari khalayak tersebut dan kemudian menyusun pesan dan metode sesuai dengan itu. Hal tersebut dimaksudkan, agar khalayak tersebut pada permulaan dapat menerima pesan yang dikehendaki. Dalam artian lain komunikator menyediakan saluran – saluran tertentu untuk menguasai motif – motif tertentu yang ada pada khalayak, juga termasuk dalam proses canalizing ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak.

3) Informatif

Dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara (metode) memberikan penerangan. Penerangan berarti penyampaian suatu apa adanya, apa sesungguhnya. Dengan kata lain, penyampaian sesuatu sesuai dengan fakta- fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar. Jadi dengan

penerangan (information) berarti pesan – pesan yang dilontarkan itu berisi tentang fakta dan pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga bagi komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang- nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat.

4) Persuasif

Persuasif berarti mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, terutama perasaannya. Metode persuasif ini merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan tidak diberi kesempatan untuk banyak berfikir kritis, bahkan kalau perlu khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar (*suggestive*).

4. Tujuan Strategi Komunikasi

Pada buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek yang ditulis Oleh onong Uchana Effendy, dia mengutip pernyataan R Wayne Pace, Brent D. Petersen dan M. Dllas Burnett yang menyatakan bahwa tujuan sentral strategi komunikasi terbagi menjadi tiga, yaitu : (Effendy.U.O, 2006, hal 32).

a. *To Secure Understanding*

Dalam hal ini bertujuan agar bisa memastikan bahwa komunikan paham dan mengerti terhadap pesan yang disampaikan.

b. To Established Acceptance

Pada tahap ini, setelah komunikasi diterima kemudian harus melakukan pembinaan kepada penerima.

c. To Motive Action

Setelah tahap penerimaan kedua sudah dibina, kemudian kegiatan tersebut harus dimotivikasikan.

2.3. Citra Positif

1. Pengertian Citra

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Ardianto, 2003, hal 114).

Bill Canton dalam Sukadentel (1990) mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. (Ardianto, 2003, hal 116)

Citra adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia public relations. Pengertian citra itu bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi secara wujud dapat dirasakan dari hasil penilaian yang baik atau buruk, seperti penerimaan atau tanggapan positif maupun

negatif yang khususnya datang dari publiknya dan masyarakat luas pada umumnya. (Ruslan, 2005, hal 74).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa Citra dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu citra positif dan citra negatif. Citra positif merupakan kesan, pandangan atau persepsi baik yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi/perusahaan ataupun sebaliknya, citra negatif yaitu kesan, pandangan atau persepsi buruk yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi/perusahaan.

2. Jenis-Jenis Citra

Frank Jefkin dalam bukunya *Public Relations* (1995: 17-18)) menyebutkan beberapa jenis citra (image). Berikut ini adalah lima jenis citra yang dikemukakannya, yakni :

a. Citra Bayangan (*Mirror Images*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi dan biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.

b. Citra Yang Berlaku (*Current Image*)

Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu perusahaan.

c. Citra yang Diharapkan (*Wish Image*)

Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan/organisasi.

d. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Adalah citra dari suatu perusahaan secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.

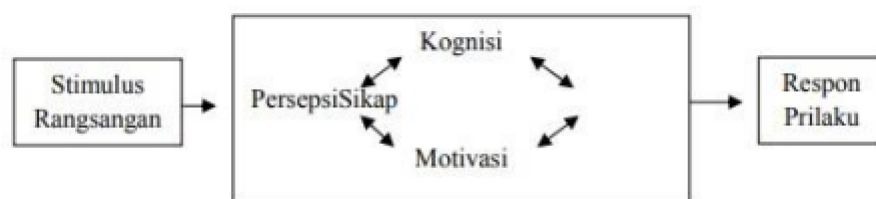
e. Citra Majemuk (*Multiple Image*)

Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.

3. Proses Pembentukan Citra

Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Elvano, 2004, hal 114).

Gambar 1. Model Pembentukan Citra melalui stimulus



(Ardianto, 2003: 116)

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Stimulus yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

2.4 Masyarakat

1. Pengertian Masyarakat

Istilah masyarakat berasal dari bahasa arab, yaitu syaraka yang artinya ikut serta atau berpartisipasi. Sedangkan dalam bahasa inggris masyarakat adalah society yang pengertiannya mencakup interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Dalam literatur lainnya, masyarakat juga disebut dengan sistem social. Masyarakat juga berarti bahwa kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. (Koentjaraningrat, 2009, hal 115).

M.J. Herskovits menyatakan, masyarakat adalah kelompok individu yang diorganisasikan, yang mengikuti satu cara hidup tertentu. Sedangkan J.L. Gillin dan J.P. Gillin mengatakan bahwa masyarakat adalah kelompok manusia terbesar yang mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang sama. S.R. Steinmetz, memberikan batasan mengenai masyarakat sebagai kelompok manusia yang terbesar meliputi pengelompokan manusia yang lebih kecil yang mempunyai perhubungan erat dan teratur. Pendapat dari Maclver yang mengatakan bahwa masyarakat adalah satu sistem cara kerja dan prosedur, dari otoritas dan saling membantu yang meliputi kelompok-kelompok dan pembagian-

pembagian sosial lainnya, system pengawasan tingkah laku manusia dan kebebasan, sistem yang kompleks dan selalu berubah, atau jaringan relasi sosial. (Saebani, 2012, hal.137).

Emile Durkheim dalam Soleman B. Taneko, (1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya.

Ralph Linton masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. (Soekanto.S, 2006, hal 22).

Pendapat para ahli yang telah dijabarkan sebelumnya diatas, penulis menarik sebuah kesimpulan tentang pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

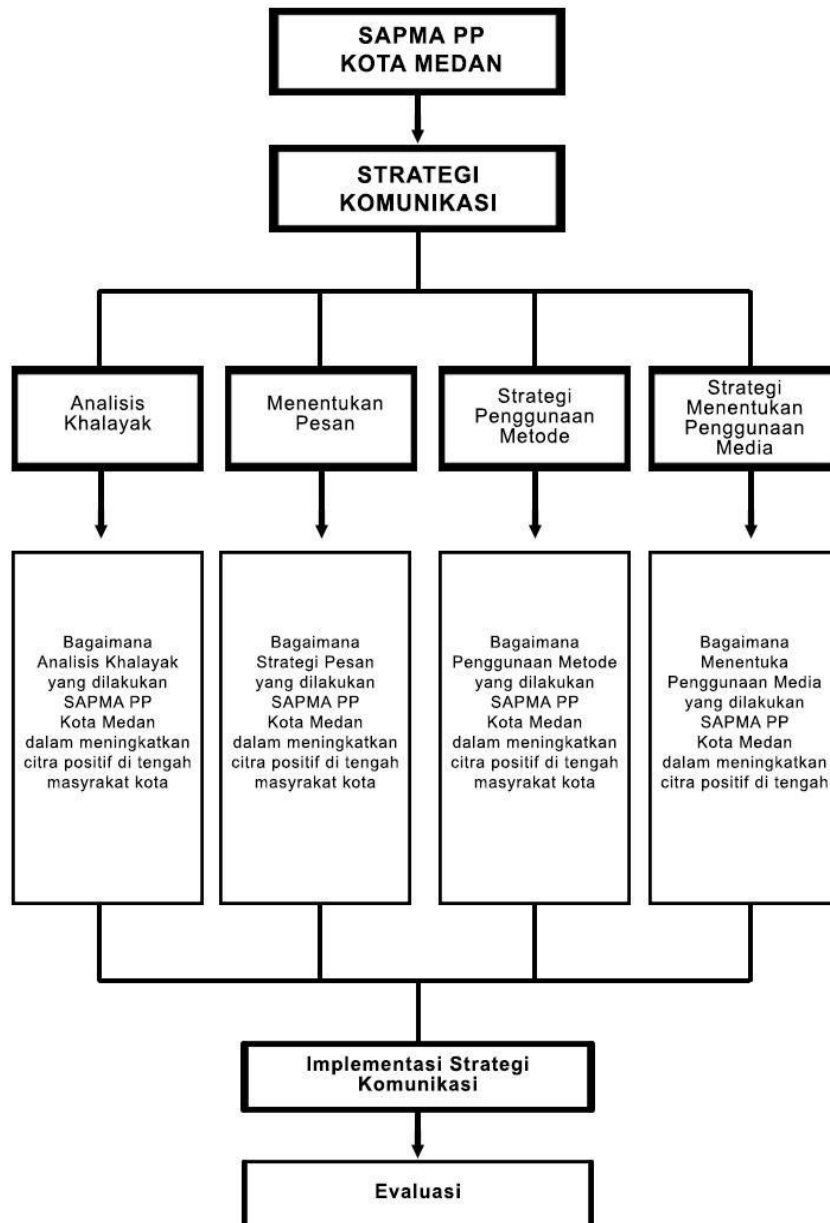
Jenis Penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dimana jenis penelitian ini menjelaskan mengenai suatu aturan penelitian yang menggunakan data deskriptif seperti kata yang tertulis dan lisan dari objek yang diteliti serta tingkah laku yang bisa diamati.

3.2 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep adalah suatu uraian dan visualisasi tentang hubungan atau kaitan antara konsep- konsep atau variabel- variabel yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. (Notoatmodjo, 2012, hal 134).

Kerangka konsep pada penelitian ini penulis gambarkan pada gambar 3.1 dibawah ini :

Gambar 3.1. Kerangka Konsep Penelitian



3.3 Defenisi Konsep Peneltian

Definisi konseptual adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variable-variabel atau konsep yang hendak diukur, diteliti, dan digali datanya. (Hamidi, 2010: hal 141)

Penulis menyimpulkan defenisi konsep pada penelitian ini yaitu :

- a. Strategi Komunikasi
- b. Citra Positif

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini ;

No.	Konsep Penelitian	Kategorisasi
1.	Strategi Komunikasi	1. Pengertian 2. Perumusan Konsep 3. Tahapan 4. Implementasi
2.	Citra Positif	1. Pengertian 2. Jenis 3. Proses 4. Umpan Balik

3.5 Informan / Narasumber

Informan yang menjadi objek dalam penelitian ini di tentukan dengan menggunakan purposive sampling, artinya dengan memilih informan yang banyak mengetahui persoalan yang diteliti. Informan yang menjadi objek penelitian yaitu dari kalangan pengurus Satuan Mahasiswa Pelajar Pemuda Pancasila Kota Medan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya riset. Jika kegiatan pengumpulan data ini tidak dirancang dengan baik atau bila salah dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh pun tidak sesuai dengan permasalahan penelitian. Seorang periset haruslah mendapatkan data yang relevan, artinya data yang ada kaitannya langsung dengan masalah yang

diteliti dan mutakhir. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara- cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. (Kriyantono.R, 2005, hal 93).

Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data yang akan digunakan selanjutnya di penelitian dengan beberapa cara, yaitu :

a. Observasi / Pengamatan Langsung.

Penulis langsung turun ke lapangan untuk mengumpulkan data yang digunakan pada penelitian.

b. Studi Dokumentasi.

Pengumpulan data yang dilakukan melalui buku, jurnal atau makalah dan lai lain yang berbentuk dokumen.

c. Wawancara.

Pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan atau kuesioner dan mengumpulkan jawaban dari para informan yang akan digunakan sebagai data *feedback*.

3.7 Teknik analisis Data

Dalam penelitian kualitatif teknik analisis data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data bermacam- macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada pola yang jelas.

Data pada penelitian kualitatif tidak menggunakan uji statistik, karena datanya berupa data kualitatif yaitu kata- kata atau kalimat- kalimat, gambar- gambar, bukan angka- angka. Tahap analisis data memegang peran penting dalam riset kualitatif, yaitu sebaga faktor utama penilaian kualitas tidaknya riset. Artinya, kemampuan periset memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur reliabilitas dan validitas atau tidak.

Aktivitas yang dilakukan peneliti dalam analisis data yaitu:

- a. Reduksi Data (Data Reduction) Reduksi data adalah merangkum atau memilih hal yang pokok dimana difokuskan pada hal yang penting saja, mencari tema serta pola dan menyingkirkan yang tidak penting. Dengan begitu data yang sudah direduksi akan memuat gambaran yang jelas serta mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data-data. Reduksi data akan berlanjut terus setelah penelitian di lapangan sampai pada hasil akhir.
- b. Penyajian Data (Data Display)

Sesudah data direduksi oleh peneliti, langkah selanjutnya yang harus dilakukan peneliti adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih sederhana seperti uraian ringkas, bagan dan hubungan antar indikator, tabel informan, gambar kerangka pikir. Dengan penyajian maka akan sangat memudahkan peneliti dalam memahami sesuatu telah dilakukan dan merancang kerja berikutnya sesuai dengan apa yang dipahaminya. Dalam klasifikasi analisis ini, data disusun dalam

berbagai bentuk agar memudahkan dalam menarik sebuah kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Data disajikan kemudian diolah oleh peneliti, maka akan diperoleh kesimpulan yang tentatif, kaku, dan meragukan peneliti sehingga kesimpulannya perlu diverifikasi. Kesimpulan yang ditulis oleh peneliti diverifikasi selama penelitian berlangsung, sehingga kesimpulan yang diperoleh tidak diragukan dan dapat dipercaya.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai terhitung sejak bulan Februari sampai dengan Agustus 2023.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di dua lokasi yaitu di Kantor MPC Pemuda Pancasila Kota Medan Jln. Sutrisno Medan dan juga di kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3.9 Deskripsi Objek Penelitian

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan secara singkat tentang profil, sejarah visi-misi dan juga struktur organisasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan sebagai objek penelitian. Selain itu pada bab ini juga akan dipaparkan mengenai gambaran umum komunikasi organisasi yang diterapkan dan mendeskripsikan hasil penelitian mengenai bagaimana strategi komunikasi yang

dilakukan Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam membangun citra positif tengah masyarakat.

3.9.1 Sejarah Umum

Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan atau yang lebih dikenal dengan SAPMA PP Medan adalah sebuah Lembaga didirikan oleh Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) Pemuda Pancasila melalui forum Majelis Pimpinan Paripurna Pemuda Pancasila bertempat di Kota Medan, Provinsi Sumatra Utara pada tanggal 28 Oktober 1988 dimana tepat pada hari sumpah pemuda untuk jangka waktu yang tidak di tentukan.

Gambar 3.2 Logo Satuan Pelajar Mahasiswa PP Kota Medan



Sumber : <https://www.facebook.com/sapmappmedan/>

Lembaga ini juga menjadi tempat berhimpunnya para pelajar serta mahasiswa yang masih mengarungi jenjang pendidikan dari berbagai macam latar belakang ilmu pendidikan. SAPMA PP Kota Medan juga terus mempertegas posisinya di tengah masyarakat khususnya Kota Medan untuk mencapai cita-cita historis SAPMA PP sendiri.

3.9.2 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi terdepan sebagai kaum intelektual Pemuda Pancasila dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila dengan semangat kebersamaan dan persaudaraan demi esensi dan eksistensi SAPMA Pemuda Pancasila di Kota Medan pada khususnya dan Indonesia pada umumnya.

b. Misi

1. Menggunakan segala kemampuan dan potensi diri sebagai kaum intelektual untuk memberikan yang terbaik bagi SAPMA Pemuda Pancasila, bangsa dan Negara.
2. Pemahaman mendalam dan implementasi nilai – nilai yang terkandung dalam Pancasila (sebagai ideologi kehidupan berbangsa dan bernegara) untuk diri sendiri maupun orang lain dengan atau melalui lembaga SAPMA Pemuda Pancasila.
3. Mempererat kebersamaan dan persaudaraan antara sesama anggota keluarga besar Pemuda Pancasila sehingga tercipta suasana internal dan eksternal yang menunjang jalannya lembaga dalam mencapai tujuan.
4. Berjuang dan terus berkarya demi SAPMA Pemuda Pancasila terutama kebesaran dan nama baik Pemuda Pancasila.

5. Mengadakan pembinaan untuk para pengurus dan anggota dalam sistem kinerja dan manajemen organisasi yang termotivasi, transparan, jujur, tertata, disiplin.
6. Melebarkan sayap lembaga SAPMA Pemuda Pancasila Kota Medan dengan mendirikan komisariat di tingkat perguruan tinggi dan sekolah.

3.9.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dapat dilihat pada halaman lampiran (lampiran 1).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini penulis berfokus pada bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh SAPMA PP Kota Medan untuk meningkatkan citra positif ditengah masyarakat. Teknik yang dilakukan penulis pada penelitian ini ialah *purposive sampling* yang artinya penulis yang menentukan *key informan* dan *informan* yang penulis anggap memiliki informasi paling berkualitas tentang data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif, maka peneliti perlu menjelaskan, mendeskripsikan dan menjelaskan data. dihasilkan oleh peneliti dari proses wawancara mendalam yang telah dilakukan dengan sumber atau informasi beserta uraian hasil penelitian penulis.

4.1.1 Hasil Wawancara *Informan* dan *Key Informan*

Pada penelitian ini penulis menetapkan 1 orang informan dan 1 orang Key Informan dari pengurus Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan, yaitu ;

1. Nama : Said Akbar Parlindungan
Jabatan : Wakil Ketua SAPMA PP Kota Medan
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 28 Tahun

Yang penulis tetapkan sebagai informan dikarenakan penulis menyakini beliau memiliki kapasitas untuk memberikan data yang penulis butuhkan untuk khususnya mendeskripsikan tentang objek penelitian yaitu SAPMA PP Kota Medan.

2. Nama : Abdi Saragih
- Jabatan : Ketua Bidang Organisasi dan Keanggotaan
SAPMA PP Kota Medan
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 25 Tahun

yang penulis tetapkan sebagai key informan dikarenakan rekomendasi dari saudara Said, beliau berujar : *“kalau masalah komunikasi publik di SAPMA sini bisa sama Abdi, ketua OKK, soalnya dia biasanya yang ngarahin anggota soal sosmed, banner SAPMA. Yang mengusulkan bentuk tim khusus digital SAPMA juga beliau. Jadi Abdi yang lebih punya kapasitas untuk jawabin pertanyaan tentang itu sih.”*

Yang oleh karena itu penulis tanpa rag, karena penulis juga meyakini key informan yang penulis tetapkan memiliki data lebih detail yang penulis butuhkan untuk penelitian ini, khususnya data tentang strategi komunikasi yang dilakukan Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila dalam meningkatkan citra positif di masyarakat.

Selain datang untuk melakukan proses wawancara, penulis juga beberapa kali dating untuk melakukan observasi atau pengamatan bagaimana kegiatan strategi

komunikasi yang dilakukan SAPMA PP Kota Medan dari mulai proses perencanaan hingga proses evaluasinya.

Data yang kemudian di dapatkan dari hasil kegiatan observasi penulis, kemudian di analisa yang menghasilkan beberapa pertanyaan yang kemudian penulis gunakan sebagai pedoman dari wawancara yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel. 4.1 Daftar Pedoman Wawancara Dengan *Key Informan*

IDENTIFIKASI MASALAH	PERTANYAAN WAWANCARA
Strategi Komunikasi	1 Apakah komunikasi dalam organisasi itu penting menurut saudara?
	2 Bagaimana budaya komunikasi organisasi yang ada saat ini?
	3 Media apa yang paling sering digunakan dalam melakukan proses komunikasi?
	4 Bagaimana Saudara/i membuat perencanaan strategi komunikasi?
	5 Strategi seperti apa yang digunakan?
	6 Berdasarkan apa strategi tersebut ditentukan?
	7 Bagaimana hasil dari implementasi strategi komunikasi tersebut?
	8 Bagaimana evaluasi dari implementasi strategi tersebut?
	9 Jika gagal, faktor apa yang paling besar mempengaruhi kegagalan strategi tersebut?
	10 Apakah citra organisasi penting menurut saudara?
Citra Positif	11 Bagaimana citra Organisasi pada saat ini menurut saudara?

-
- 12 Apakah strategi komunikasi yang diterapkan efektif untuk meningkatkan citra positif organisasi?
 - 13 Apa saja faktor utama yang mempengaruhi citra positif organisasi?
-

Dari hasil data yang diperoleh, kemudian penulis mereduksi data tersebut agar penelitian ini bisa lebih terfokus kepada strategi komunikasi yang dilakukan oleh SAPMA PP Kota Medan sebagaimana yang telah penulis jabarkan sebelumnya. Ketua bidang Organisasi dan Keanggotaan SAPMA PP Kota Medan Abdi Saragih menuturkan, :“ *Strategi komunikasi yang dilakukan setiap organisasi tentu berbeda beda, tergantung kepada targetnya yang akan menerima informasi yang akan kita berikan. Tidak mungkin target berbeda akan tetapi strategi yang di lakukan tetap sama. Tapi pada akhirnya kita lebih dominan menggunakan strategi komunikasi sesuai dengan karakteristik organisasi kita.*”

Mengacu pada hasil wawancara tersebut yang penulis jabarkan pada halaman lampiran (lampiran 3), penulis mengalisis bahwa *key informan* ingin menjelaskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh SAPMA PP Kota Medan dalam meningkatkan citra positif di masyarakat adalah strategi komunikasi yang menjadi karakteristik kaum millennial yaitu strategi komunikasi yang tetap terbuka baik sedang dalam menghadapi masalah atau issue tertentu dan juga berorientasi pada target komunikasi dalam hal ini adalah publik (masyarakat) atau di dunia digital biasa disebut netizen yang akan mengkonsumsi strategi komunikasi ini sendiri.

Strategi komunikasi seperti ini memang sangat lekat dengan anak muda yang sejalan dengan pengurus SAPMA PP Kota Medan juga hampir keseluruhan terdiri dari Mahasiswa dan juga Pelajar.

Selain itu kemasan dalam menyampaikan pesan yang biasanya berbentuk design juga menjadi ujung tombak strategi komunikasi SAPMA PP Kota Medan untuk menyampaikan pesannya, karena pemilihan media massa yang dipilih menjadi wadah implementasi strategi komunikasi juga kebanyakan berbentuk digital yang lagi sesuai dengan karakteristik anak muda dalam menyampaikan pesan atau berkomunikasi jaman sekarang.

4.1.2 Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di lokasi penelitian dan secara digital. Satuan Pelajar Mahasiswa pemuda Pancasila Kota Medan memang memiliki budaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik organisasi sendiri.

Hal ini senada dengan apa yang disampaikan Wakil Ketua SAPMA PP Kota Medan Said Akbar Parlindungan Rambe :*“Namanya juga millennial kan, jaman sekarang yang namanya komunikasi pasti lebih ke handphone, whatsapp terutama kita bikin group terus yaa jadi komunikasi SAPMA lebih sering dari situ kalau da informasi. Cuma kalau whatsapp kan itu khusus untuk orang orang yang kita kenal aja, untuk lebih luasnya kita pakai sosmed lah karena sosmedn bisa menjangkau orang siapapun, dimana pun dan kapanpun.”*

4.1.3 Hasil Dokumentasi

Gambar 4.1 : Berfoto Dengan Pengurus SAPMA PP Kota Medan



Keterangan : Foto Bersama *Informan* dan *Key Informan* yaitu Saudara Said Akbar Parlindungan Rambe sebagai *informan* dan Saudara Abdi Saragih sebagai *key informan*.

Gambar 4.2 : Wawancara Dengan *Informan* dan *Key informan*



Keterangan : Penulis melakukan kegiatan wawancara dengan Saudara Said Akbar Parlindungan Rambe sebagai *informan* dan Saudara Abdi Saragih sebagai *key informan*.

4.2 Pembahasan

Selanjutnya penulis menguraikan dan membahas hasil dari penelitian ini untuk dapat lebih dimengerti sesuai dengan indentifikasi masalah yang sudah penulis buat yaitu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Satuan Pelajar Mahasiswa Kota Medan dalam membangun citra positif di tengah masyarakat serta efektivitas dari strategi komunikasi yang diterapkan.

Hampir keseluruhan anggota maupun pengurus Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan adalah kaum millennial yang memiliki rentang usia 18 hingga 32 tahun yang artinya masih tergolong kaum millennial. Kaum millennial sendiri memiliki strategi komunikasi yang sangat berkarakter yaitu dengan menggunakan dunia digital sebagai wadah komunikasi sendiri.

Sebelum masuk ke pembahasan yang lebih dalam, *key informan* pada penelitian ini Saudara Abdi Saragih menegaskan bahwa komunikasi adalah hal penting dalam menjalankan kegiatan organisasi dan dalam semua hal di kehidupan ini: *“Kalau menurut saya tuh penting dan sangat penting juga. Karena bukan dalam organisasi saja tetapi juga dalam segala hal komunikasi itu penting.”*

Sesuai dengan yang diutarakan saudara Abdi, penulis mengambil kesimpulan bahwa komunikasi juga salah satu hal yang penting dalam membangun citra positif di tengah masyarakat, oleh karena itu Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan juga harus memiliki strategi komunikasi untuk mencapai tujuan tersebut. Abdi Saragih berujar : *“Sebenarnya tidak ada strategi khusus ya... Kita juga ikut tren aja. Apalagi kita sebagai anak muda yaa... ikutin arus aja gimana gaya komunikasi anak muda jaman sekarang.*

Cuma mungkin yang khusus kita memang ada tim digital design supaya membuat apa yang ingin kita sampaikan dikemas menjadi lebih menarik.”

4.2.1 Analisis Pengenalan Khalayak

Langkah awal dalam melakukan sebuah strategi sangatlah penting, termasuk dalam menentukan strategi komunikasi yang akan dilakukan. Proses pengenalan khalayak ialah langkah pertama dalam menentukan strategi komunikasi, karena khalayak atau publik adalah target yang akan dijadikan sebagai penerima pesan yang nanti akan membentuk secara alami dan naluriah opini tentang citra SAPMA PP Kota Medan.

Khalayak dalam penelitian ini adalah seluruh lapisan masyarakat Kota Medan, SAPMA PP Kota Medan sendiri kenal betul bahwa masyarakat Kota Medan terdiri dari beragam suku, agama dan rasa tau bisa dibilang multi etnis, sehingga Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila tidak boleh mengkotakkan masyarakat hanya berdasarkan suku, agama, rasa tau latar belakang tertentu dalam strategi komunikasinya. Seperti misalnya dalam komunikasi dalam penyampaian hari besar agama. Abdi Saragih menjelaskan :*“Budaya komunikasi kita hampir bisa dibilang sangat mainstream, karena rata rata gaya komunikasi yang dilakukan oleh organisasi lain juga serupa. Misalnya seperti ucapan hari besar agama. Yang terpenting kita jangan membeda bedakan latar belakang suku agama dan ras karena follower kita juga kita tidak semua tau memeluk agama apa, jadi kita harus jaga”*

Gambar 4.3 Feed Ucapan Hari Besar Agama SAPMA PP Kota Medan



Sumber : https://www.instagram.com/sapma_pemuda_pancasila_medan/



Sumber : https://www.instagram.com/sapma_pemuda_pancasila_medan/

4.2.2 Analisis Strategi Menentukan Pesan

Setelah melakukan pengenalan terhadap khalayak untuk dijadikan target penerima komunikasi, strategi komunikasi berikutnya adalah langkah menentukan pesan yang akan dibuat. Kembali ke gaya komunikasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan Sendiri yang millennial penentuan pesan juga dilakukan dengan ala millennial yaitu dengan membuat sesi khusus tentang pesan

yang ingin disampaikan yang porsi nya lebih besar untuk disampaikan. Hal ini di tujukan agar khalayak atau si penerima pesan fokusnya dapat langsung tertuju kepada pesan yang ingin disampaikan sebagai contoh pada postingan sosial media Instagram Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila berikut :

Gambar 4.4 Postingan Undangan Rapat Akbar SAPMA PP Kota Medan



Sumber : https://www.instagram.com/sapma_pemuda_pancasila_medan/

Kemudian penulis juga mengamati strategi penentuan pesan yang dilakukan oleh SAPMA PP Kota Medan melalui postingan laman sosial media Instagram mereka, bagi mereka Kegiatan menentukan dan memilih narasi atau naskah yang tepat merupakan kegiatan mementukan pesan pada kegiatan strategi komunikasi. Jika narasi yang telah ditentukan dirasa sesuai standart dan layak untuk diterbitkan makan kemudian di serahkan kepada desainer digital agar dikemas semenarik mungkin dengan tujuan pesan lebih berpeluang untuk tersampaikan, mengutip yang disampaikan oleh Abdi Saragih :*“Cuma mungkin*

yang khusus kita memang ada tim digital design supaya membuat apa yang ingin kita sampaikan dikemas menjadi lebih menarik”

Strategi menentukan pesan yang dilakukan Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan haruslah dilakukan dengan sangat teliti dan juga terstruktur. Hal ini dapat penulis temukan juga dari laman sosial media SAPMA PP Kota Medan yang menambahkan detail dari pesan yang akan disampaikan walaupun porsinya tidak sebesar pesan utamanya seperti pada gambar dibawah ini

Jadi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan melakukan strategi komunikasi menentukan pesan dengan dua jenis komunikasi, pertama strategi menentukan pesan utama kemudian yang kedua strategi menentukan pesan pendukung yang sejatinya detail pesan ini adalah untuk mendukung dan memperjelas dari pesan utama yang ingin disampaikan.

Gambar 4.5 Postingan Detail Undangan Rapat Akbar SAPMA PP Kota Medan



Sumber : https://www.instagram.com/sapma_pemuda_pancasila_medan/

Selain itu, Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan juga memiliki variasi menentukan pesan yang lainnya, yaitu hanya dengan tampilan visual berupa gambar yang tidak ada sama sekali teks atau naskah pada tampilan visualnya. Namun agar pesan tersebut tetap tersampaikan, SAPMA PP Kota Medan menempatkan narasi atau naskah penjelasan tampilan tersebut pada bagian *caption* yang merupakan fitur yang disediakan oleh media itu sendiri. Hal ini sebenarnya bertujuan untuk menjangkau khalayak yang memiliki karakteristik tersendiri yaitu penerima pesan yang lebih suka untuk membaca deskripsi, strategi menentukan pesan yang satu ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.6 Feed Kegiatan Musyawarah SAPMA PP Kota Medan



Sumber : https://www.instagram.com/sapma_pemuda_pancasila_medan/

4.2.3 Analisis Strategi Penggunaan Metode Komunikasi

Komunikasi harus disampaikan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuan untuk apa komunikasi tersebut dan kepada siapa ditujukan. Dengan adanya metode komunikasi, maka tujuan pesan komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya akan lebih mudah tersampaikan. Memilih metode komunikasi yang tepat untuk menyalurkan pesan apa yang ingin disampaikan oleh Satuan Pelajar

Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan maka dengan demikian pesan tersebut akan tersampaikan dengan baik kepada khalayak menjadi tujuan pesan kita serta maksud dan tujuannya pun menjadi jelas.

Mengadakan *briefing* atau diskusi kecil dalam menentukan metode apa yang akan digunakan dalam setiap kegiatan penyampaian pesan merupakan salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan. Seperti hasil wawancara dengan ketua bidang Organisasi dan Keanggotaan SAPMA PP Kota Medan berikut :*“Biasanya kita briefing dulu yaa bareng tim, yaaa diskusi lah tentang narasi apa yang ingin kita komunikasikan kepada orang orang terutama followers kita, baru kemudian di desain dengan bagus lah.”*

Selain dengan melakukan aktifitas *briefing*, Satuan Pelajar dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan juga berpatok pada konsistensi dalam melakukan strategi komunikasi itu sendiri. Metode ini diyakini dapat menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif dalam membangun citra positif ditengah masyarakat atau khalayak. Bahkan menurut saudara Abdi Saragih, semua strategi komunikasi yang telah dilakukan sebelumnya dapat tidak berarti jika tidak konsisten dalam penerapannya.*“Kuncinya itu sejujurnya ada di konsistensi, jadi ketika strategi sudah disusun sebaik apapun jika tidak konsisten maka keberhasilan komunikasi yang kemarin kemarin juga tidak ada gunanya.”*

Salah satu yang harus strategi komunikasi yang harus konsisten dilakukan Satuan Pelajar Mahasiswa pemuda Pancasila Kota Medan adalah dengan menyampaikan kegiatan positif yang dilakukan oleh SAPMA PP Kota Medan

Sendiri, baik mulai dari kegiatan berskala kecil hingga kegiatan berskala besar. Hal ini otomatis akan dapat meulai mempengaruhi dan membangun citra positif organisasi di mata khalayak. Abdi Saragih menjelaskan faktor utama yang mempengaruhi citra positif organisasi : *“Organisasi itu yang paling di sorot pastilah kegiatannya, kalo kita terus melakukan kegiatan yang positif terlebih bermanfaat untuk masyarakat dan konsisten kita posting pastilah citra positif organisasi membaik”*

Mengacu pada hasil wawancara dan analisis yang penulis telah lakukan, dapat diketahui bahwa Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan menerapkan metode komunikasi secara *Redudancy* yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang penyampaian pesan kepada khalayak yang bertujuan agar khalayak tidak gampang lupa dengan apa yang disampaikan oleh SAPMA PP Kota Medan. Hal ini juga dapat dilihat dari konsistensi mereka dalam membuat postingan postingan dengan menggunakan laman sosial media mereka yang membuat khalayak menjadi gampang untuk mengingat nya.

4.2.4 Analisis Strategi Menentukan Penggunaan Media

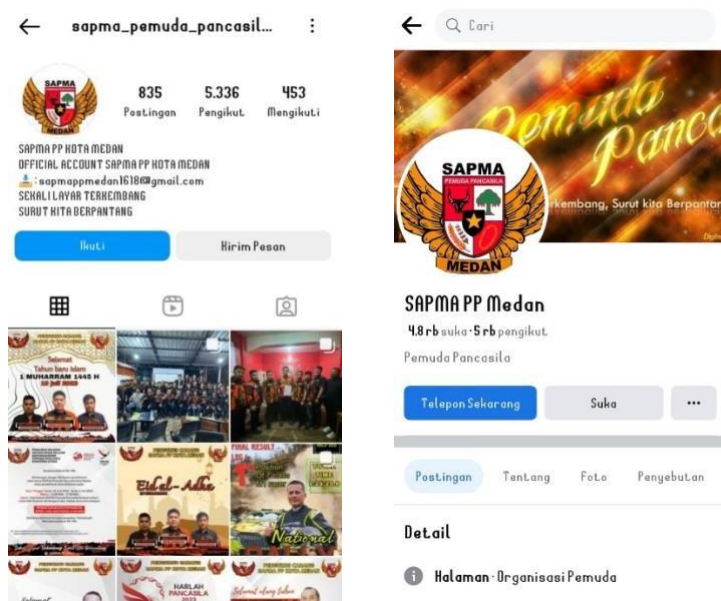
Pada jaman modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sangatlah berkembang pesat. Media sosial merupakan salah satu produk dari perkembangan teknologi ini, masing masing media sosial menawarkan berbagai kemudahan untuk berkomunikasi dengan masing masing keunggulan dari fitur fiturnya.

Media Sosial juga menjadi saluran komunikasi yang sekrang ini digunakan hamper seluruh lapisan masyarakat di Indoesia dan kota Medan khususnya.

Saluran komunikasi ini memiliki daya tarik tersendiri di hati masyarakat, sehingga hal ini juga turut dimanfaatkan Oleh Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan.

SAPMA PP Kota Medan membuat sebuah strategi komunikasi dengan menentukan penggunaan media sesuai dengan tujuan dari komunikasi yang ingin dilakukan yaitu membangun citra positif di tengah masyarakat. Media yang dipilih sebagai perantara juga tidak jauh dari yang namanya sosial media yaitu facebook dan Instagram. Namun di beberapa kesempatan SAPMA PP Kota Medan juga menggunakan portal berita atau media massa seperti koran namun lebih sering yang berbentuk digital yaitu media online, seperti yang dijabarkan oleh Abdi Saragih ;*“Media sosial pastinya seperti Instagram, Facebook, Twitter dan di beberapa kesempatan kita juga menggunakan portal berita media online untuk membuat informasi tentang kita.”*

Gambar 4.8 Akun Media Sosial SAPMA PP Kota Medan



Sumber : 1) https://www.instagram.com/sapma_pemuda_pancasila_medan

2) Sumber : <https://www.facebook.com/sapmappmedan/>

Akan tetapi pemilihan penggunaan media komunikasi yang dilakukan oleh Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan tetap didasari oleh sifat isi pesan yang ingin disampaikan. Sifat isi pesan yang penulis maksud adalah kembali kemana pesan tersebut akan disampaikan, apakah kepada khalayak umum atau kepada kelompok atau golongan tertentu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, strategi komunikasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam membangun citra positif di tengah masyarakat, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengenalan Khalayak

Analisis khalayak yang dilakukan oleh SAPMA PP Kota Medan sangatlah berpengaruh terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh SAPMA PP Kota Medan. Yang menjadi khalayak adalah seluruh lapisan masyarakat terutama generasi muda.

2. Strategi Menentukan Pesan

Narasi yang dibangun haruslah sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, selain narasi terkadang pesan tersebut juga dapat berupa hanya sebuah naskah ataupun text namun harus layak dan sesuai standart norma dan etika yang berlaku kemudia dikemas dalam bentuk semenarik mungkin.

3. Menentukan Penggunaan Metode Komunikasi

SAPMA PP Kota Medan menggunakan metode komunikasi *redundancy* yang menitikberatkan terhadap konsistensi penyampaian pesan agar tidak mudah lupa oleh khalayak.

4. Strategi Menentukan Penggunaan Media

SAPMA PP Kota Medan lebih dominan menggunakan media yang sesuai dengan karakteristik organisasi mereka yaitu dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan facebook

5.2 Saran

1. Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan diharapkan dapat lebih mengembangkan Ilmu Komunikasi agar dapat terus membangun citra positif di tengah masyarakat.
2. Strategi Komunikasi yang diterapkan harus diukur efektifitasnya dengan cara jangan hanya menjadikan matriks atau angka angka dari insight social media sebagai patokan tunggal harus ada patokan pembanding.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2004). *Public relations: Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Arifin, A. (1998). *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta : Rajawali Press.
- Corry Novrica AP Sinaga. (2017). *Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya*. Medan : Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2017. Volume 1.
- David, R.F, (2002). *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta : Perhelalindo.
- Effendy, U.O. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, U.O. (1991). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung : Alumni.
- (2002). *Dinamika Komunikasi*, Bandung ; PT. Remaja Rosdakarya.
- Fuad, M. (2000). *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Halim, A. dkk. (2005). *Manajemen Pesantren*, Jakarta : PT. LKiS Pelangi Aksara.
- M. Thariq, Akhyar Anshori. (2017). *Komunikasi Adaptasi Mahasiswa Indekos*, Medan : Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2017. Volume 1.
- Morrison, (2006). *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Professional*. Jakarta : Ramdina Prakasa.
- Morrison, (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta ; Kencana Prenada Media Grup.
- Nasution Nurhasanah, (2017). *Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi*, Medan ; Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2017. Volume 1.

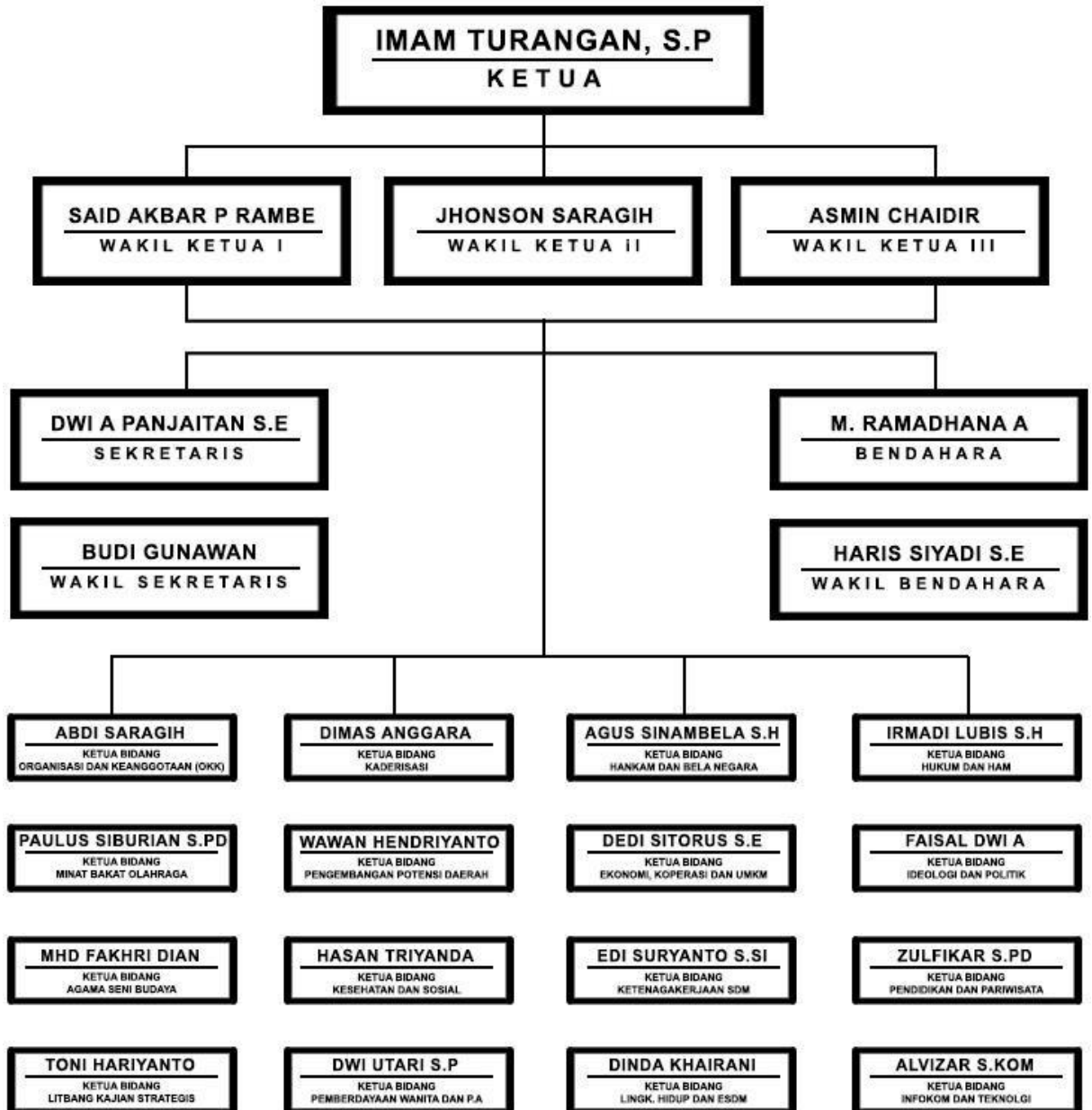
- Puput Purnama Sari, Lutfi Basit. (2018). *Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa*. 2(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v2i1.1787>
- Purnomo, S.H. (1998). *Manajemen Strategi; Sebuah Konsep Pengantar* Jakarta : Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI.
- R. Sri Widaningsih, S.Pd.I, M.Pd. (2016). *Perspektif Komunikasi Dalam Islam. Komversal*, 2(1). <https://doi.org/10.38204/komversal.v2i1.372>
- Roberts, A.R, (2009). *Buku Pintar Pekerja Sosial Jilid 2*. Jakarta ; BPK Gunung Mulia.
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, dkk. (2003). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Sumarsono, S. (2001). *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN I

STRUKTUR

ORGANISASI

STRUKTUR ORGANISASI SAPMA PP KOTA MEDAN



LAMPIRAN II
PEDOMAN
WAWANCARA

DAFTAR WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT

Jawaban dari wawancara langsung kepada *key informan* Saudara Abdi Saragih selaku Ketua OKK SAPMA PP Kota Medan

1. Apakah komunikasi dalam organisasi itu penting menurut saudara?

Penting, sangat penting. Bukan hanya dalam organisasi tetapi dalam segala hal.

2. Bagaimana budaya komunikasi organisasi yang ada saat ini?

Budaya komunikasi kita hampir bisa dibilang sangat *mainstream*, karena rata rata gaya komunikasi yang dilakukan oleh organisasi lain juga serupa. Misalnya seperti ucapan hari besar agama. Yang terpenting kita jangan membeda bedakan latar belakang suku agama dan ras karena follower kita juga kita tidak semua tau memeluk agama apa, jadi kita harus jaga.

3. Media apa yang paling sering digunakan dalam melakukan proses komunikasi?

Media sosial pastinya seperti Instagram, Facebook, Twitter dan di beberapa kesempatan kita juga menggunakan portal berita media online untuk membuat informasi tentang kita.

4. Bagaimana Saudara/i membuat perencanaan strategi komunikasi?

Biasanya kita briefing dulu yaa bareng tim, yaaa diskusi lah tentang narasi apa yang ingin kita komunikasikan kepada orang orang terutama followers kita, baru kemudian di desain dengan bagus lah.

5. Strategi seperti apa yang digunakan?

Sebenarnya tidak ada strategi khusus ya... Kita juga ikut tren aja. Apalagi kita sebagai anak muda yaa... ikutin arus aja gimana gaya komunikasi anak muda jaman sekarang. Cuma mungkin yang khusus kita memang ada tim digital design supaya membuat apa yang ingin kita sampaikan dikemas menjadi lebih menarik.

6. Berdasarkan apa strategi tersebut ditentukan?

Stategi komunikasi yang dilakukan setiap organisasi tentu berbeda beda, tergantung kepada targetnya yang akan menerima informasi yang akan kita berikan. Tidak mungkin target berbeda akan tetapi strategi yang di lakukan tetap sama. Tapi pada akhirnya kita lebih dominan menggunakan strategi komunikasi sesuai dengan karakteristik organisasi kita.

7. Bagaimana hasil dari implementasi strategi komunikasi tersebut?

Sejauh ini implementasinya cukup baik tidak ada kendala

8. Bagaimana evaluasi dari implementasi strategi tersebut?

Biasanya untuk evaluasi karena kita lebih sering main nya di social media yaa, kita bias lihat insight dari akun kita kaya jumlah like atau komentar.

9. Jika gagal, faktor apa yang paling besar mempengaruhi kegagalan strategi tersebut?

Kuncinya itu sejujurnya ada di konsistensi, jadi ketika strategi sudah disusun sebaik apapun jika tidak konsisten maka keberhasilan komunikasi yang kemarin kemarin juga tidak ada gunanya.

10. Apakah citra organisasi penting menurut saudara?

Penting lah, apa yang kita buat semua ini juga demi citra organisasi.

11. Bagaimana citra Organisasi pada saat ini menurut saudara?

Yaaa tidak bisa kita tutupi juga di pandang masyarakat okp ataupun memang citra okp ini sekarang agak gimana yaa di mata masyarakat, apalagi di sosmed terkadang kita disini buat yang bagus supaya gak jelek PP ini dimata masyarakat tapi ada aja oknum yang buat rusak.

12. Apakah strategi komunikasi yang diterapkan efektif untuk meningkatkan citra positif organisasi?

Di berbagai kesempatan menurut saya pribadi sih efektif

13. Apa saja faktor utama yang mempengaruhi citra positif organisasi?

Organisasi itu yang paling di sorot pastilah kegiatannya, kalo kita terus melakukan kegiatan yang positif terlebih bermanfaat untuk masyarakat dan konsisten kita posting pastilah citra positif organisasi membaik.

LAMPIRAN III
DOKUMENTASI
PENELITIAN



**Dokumentasi Bersama Pengurus
SAPMA PP Kota Medan**



**Dokumentasi Bersama Pengurus
SAPMA PP Kota Medan**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

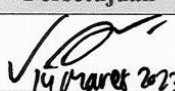
Medan, 11 JANUARI 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : MHD ARIF GUNAWAN LUBIS
N P M : 1903110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,49

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan Dalam Membangun Citra Positif di Tengah Masyarakat	 14 Maret 2023
2	Strategi Komunikasi Marketing Ramayana Teladan Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Customer	
3	Strategi Komunikasi Pengajian Kaum Bapak Stm Lingkungan IX Harjosari I Terhadap Perekrutan Anggota	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang disahkan oleh Dekan.

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

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

102.19.311

Pemohon

(MHD ARIF GUNAWAN LUBIS)

Medan, tgl. 14 Maret2023

Ketua,

(Akhyar Anshori.,S.Sos.,M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ternerman)
NIDN:



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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 Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

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 [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 462/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **14 Maret 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

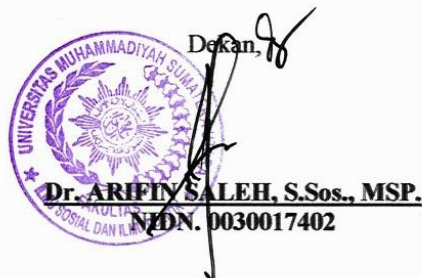
Nama mahasiswa : **MHD. ARIF GUNAWAN LUBIS**
N P M : 1903110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT**
Pembimbing : **H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 102.19.311 tahun 2023.
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: 14 Maret 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 21 Sya'ban 1444 H
14 Maret 2023 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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 Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/ BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622490 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 12 April 2023

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 : MHD ARIF Gunawan Lebis
N P M : 1903110227
Program Studi : ILMU Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 462./SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023 tanggal 14 MARET dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Satuan Pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam Membangun Citra Positif ditengah Masyarakat

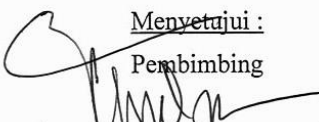
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
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


(H. TENERMAN, S.Sos., M.Hum)

NIDN:

Pemohon,


(MHD ARIF G. Lebis)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 963/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023



UMSU
Unggul | Cerdas | Lermasya

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023
Waktu : 08:30 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEMANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	ASIYATUN RODHIAH	1903110220	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	EFEKTIVITAS KEPIMPINAN DAN GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN BATU BARA
2	AYESHA SALSABILLA	1903110208	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sus., M.I.Kom.	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	POLA KOMUNIKASI KEPOLISIAN DALAM MENSOSIALISASIKAN KESELAMATAN BERKENDARA PADA MASYARAKAT ACEH TAMIANG
3	T. NORAZELIA DELANIE	1903110239	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SF.	Dr. RIBUT RIYADI, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "INI GAK LUCU" DALAM MEMINIMALISIR KASUS PERUNDUNGAN DI KALANGAN REMAJA
4	MHD. ARIF GUNAWAN LUBIS	1903110227	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT
5	SARAH OKTAVIANI	1903110014	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MEMPROMOSIKAN HASIL PRODUKSI UMKM DESA PULAU TANJUNG KABUPATEN ASAHAN

Medan, 23 Dzulhijjah 1444 H
12 Juni 2023 M

Dejener

(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.)





UMSU
Unggul | Cordas | Terpercaya

Bila menjawab 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 Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mulhtar Basri No. 3 Medan 20233 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📱 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : MHD AREF G. LOBIS
N P M : 1903110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Satuan Pelajar mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan dalam membangun citra positif ditengah masyarakat

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	11/03/2023	Bimbingan Judul skripsi	
2	28/03/2023	Bimbingan Bab 1-3	
3	08/04/2023	Acc Proposal	
4	26/06/2023	Bimbingan Draft Wawancara dan Acc Draft wawancara	
5	29/07/2023	Bimbingan dan revisi Hasil dan pembahasan (Bab 4)	
6	30/07/2023	Bimbingan dan revisi Bab 4 (Hasil wawancara, observasi, Dokumentasi)	
7	31/07/2023	Bimbingan Bab 5 dan revisi (Kesimpulan, Saran)	
8	07/08/2023	ACC SKRIPSI	

Medan, 21 Agustus 2023..

Dekan,

DR. ARFIN SALEH S. Sos. M.S.P
NIDN: 6030017402

Ketua Program Studi,

ACHYAR ANSHORI, S. Sos. M.I. Kom
NIDN : 0127048001

Pembimbing,

H. TENERMAN, Sos. M.I. Kom.
NIDN : 0104076904



Agens Kelayakan Malaysia
Malaysian Qualifications Agency

Acc untuk di laksanakan
Pendidikan 26-6-2023
TMD

Lampiran Pertanyaan Wawancara

a. Strategi Komunikasi

1. Apakah komunikasi dalam organisasi itu penting menurut saudara?
2. Bagaimana budaya komunikasi organisasi yang ada saat ini?
3. Media apa yang paling sering digunakan dalam melakukan proses komunikasi?
4. Bagaimana Saudara/i membuat perencanaan strategi komunikasi?
5. Strategi seperti apa yang digunakan?
6. Berdasarkan apa strategi tersebut ditentukan?
7. Bagaimana hasil dari implementasi strategi komunikasi tersebut?
8. Bagaimana evaluasi dari implementasi strategi tersebut?
9. Jika gagal, faktor apa yang paling besar mempengaruhi kegagalan strategi tersebut?
10. Bagaimana sosialisasi dari strategi komunikasi tersebut?

b. Citra Positif

1. Apa yang saudara ketahui tentang citra?
2. Apakah citra organisasi penting menurut saudara?
3. Bagaimana citra Organisasi pada saat ini menurut saudara?
4. Apakah strategi komunikasi yang diterapkan efektif untuk meningkatkan citra positif organisasi?
5. Apa saja faktor utama yang mempengaruhi citra positif organisasi?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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 Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KPI/PT/XI/2022

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 [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Nomor : 1159/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 09 Dzulhijjah 1444 H
27 Juni 2023 M

Kepada Yth : **Ketua PC Satuan Pelajar Mahasiswa PP Kota Medan**
di-

Tempat.

Bissmillahirrahmanirrahim
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 dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **MHD. ARIF GUNAWAN LUBIS**
N P M : 1903110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA
PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN
CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.



An.Dekan,
Wakil Dekan - I

Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN : 01 11 117804





SATUAN SISWA, PELAJAR DAN MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN

Sekretariat : Jl. Sutrisno/Simpang M.H. Thamrin No.5-PP, RT.02 Kota Medan, Sumatera Utara 20216 Hp
081264495913/082267553658. Email: sapmappmedan1618@gmail.com

- PANCASILA AHADI -

Medan, 29 Juni 2023

Nomor 073/B2/MUSKOM/PC-SAPMAPP/MDN/VIII/2023

Lampiran 1 Lembar
Perihal Bimbingan Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth
Bapak/Ibu Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara
di-tempat

Dengan hormat,

Salam sejahtera, semoga saudara sebangsa dan setanah air senantiasa dalam curahan rahmat dan nikmat-Nya, amin

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Imam Turangan S P
Jabatan Ketua Sapma PP Kota Medan

Menerangkan bahwa

Nama Mhd Arif Gunawan Lubis
Nim 1903110227

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di kantor kami SAPMA PP Kota Medan, dengan judul penelitian "Strategi Komunikasi Satuan Pelajar Dan Mahasiswa Pemuda Pancasila Kota Medan Dalam Membangun Citra Positif Di Tengah Masyarakat."

Demikianlah surat balasan penelitian ini kami sampaikan. Atas perhatian saudara kami ucapkanterimakasih.

Hormat Kami,

PENGURUS CABANG
SATUAN SISWA PELAJAR DAN MAHASISWA (SAPMA)
PEMUDA PANCASILA
KOTA MEDAN
DIKETAHUI


IMAM TURANGAN
KETUA




DWI ANDRIAN
SEKRETARIS

"Sekali Layar Berkembang, Surat Kita Berpantang"

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : **1553/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023**

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
31	MHD ARIF GUNAWAN LUBIS	1903110227	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT
32	TITANIA AUZIVA	1903110190	NURIASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	MODEL KOMUNIKASI BISNIS TOKO UD VICTORY RAYA DALAM MENDISTRIBUSIKAN PRODUK ELEKTRONIK DI PROVINSI ACEH
33	SHAKILA ZEIN MAELAN	1903110177	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	PEMANFAATAN MEDIA LIVE STREAMING MELALUI PROGRAM HEY WEEKEND RADIO KISS FM DALAM BERINTERAKSI DENGAN PENGEMAR
34	MAHARANI	1903110310	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	DAMPAK SOSIALISASI LITERASI KESEHATAN BAGI IBU RUMAH TANGGA TERHADAP UPAYA PENCEGAHAN STUNTING DI DESA MANDOGÉ
35	NADILA AZZA-HRA SIREGAR	1903110329	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI BUDAYA SUMATERA UTARA PADA VIDEO KLIP "DENDANG DELAPAN ETNIK SUMUT"

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

Prof. Dr. M. H. H. Rektor

Wakil Rektor I



Prof. Dr. M. H. H. ARIFIN, SH, M. Hum

Ketua,

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



Sekretaris

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

Medan, 04 Safar 1445 H
21 Agustus 2023 M