

**MEMAHAMI STRATEGI KOMUNIKASI
KESATUAN AKSI MAHASISWA MUSLIM INDONESIA DI ERA DIGITAL**

Dwi Candra Rini, Agus Naryoso, Sunarto

candra.rinii1234@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024)

746407 Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email:

fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Extra-Campus Student Organizations have legally carried out internal campus activities. Indonesian Muslim Student Action Union or Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) is one of the Islamic-based Extra-Campus Student Organizations. Basically, there are no rules or legal basis related to the activities of extra-campus students in carrying out practical politics. However, each extra-campus student organization such as KAMMI still includes this prohibition in internal regulations, namely in the Statutes and Bylaws (AD/ART). This study aims to understand the communication strategy of KAMMI in the digital era. This research is a type of descriptive qualitative research with an ethnographic research design. This study uses data collection techniques with interview and observation methods. This study uses organizational control theory to explain the communication strategy of Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia. The results of the study shows that the Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia carries out a communication strategy through planning, implementation and evaluation. The Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia uses a communication strategy with four organizational controls in accordance with the organizational control theory, which consists simple control, technical control, bureaucratic control, and concertive control.

Keyword : Communication Strategy, Organizational Communication, Organizational Control Theory, Ethnography.

ABSTRAK

Organisasi Mahasiswa Ekstra Kampus secara resmi legal melakukan kegiatan atau aktivitasnya di internal kampus. Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia merupakan salah satu Organisasi Mahasiswa Ekstra Kampus yang berbasis Islam. Pada dasarnya, tidak terdapat aturan dan dasar hukum terkait kegiatan mahasiswa ekstra kampus dalam melakukan politik praktis. Namun, masing-masing organisasi mahasiswa ekstra kampus seperti KAMMI mencantumkan larangan tersebut dalam peraturan internal yaitu di dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART). Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami strategi komunikasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia di era digital. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan desain penelitian etnografi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi. Penelitian ini menggunakan *organizational control theory* untuk menjelaskan strategi komunikasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia menjalankan strategi komunikasi melalui perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*), dan evaluasi (*evaluation*). Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia menggunakan strategi komunikasi dengan empat kontrol organisasi yang sesuai dengan *organizational control theory* yaitu, *simple control*, *technical control*, *bureaucratic control*, dan *concertive control*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Organisasi, *Organizational Control Theory*, Etnografi.

PENDAHULUAN

Mahasiswa mempunyai peran strategis dalam sejarah bangsa Indonesia. Kegiatan mahasiswa menjadikan ruang gerak mahasiswa lebih luas sehingga dapat menjadi penggerak utama dalam perubahan sosial pada politik. Gerakan mahasiswa yang paling menonjol adalah gerakan sosial dan politik. Gerakan mahasiswa dibagi menjadi dua kelompok yaitu, gerakan mahasiswa formal yang diakui oleh Perguruan Tinggi Negeri seperti Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan gerakan mahasiswa informal atau gerakan mahasiswa ekstra kampus. Salah satu gerakan mahasiswa ekstra kampus yaitu Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI). Hasil penemuan penelitian oleh Linggar Kharisma Suseno pada tahun 2014

dengan studi kasus “studi kaderisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia dengan Partai Keadilan Sejahtera”. Dengan adanya temuan mengenai afiliasi atau pertalian dan hubungan yang terjadi di antara KAMMI dan PKS berbeda kepentingan ini, merupakan sebuah sinyal adanya negasi dari berbagai teori yang selama ini menaungi gerakan sosial, khususnya gerakan mahasiswa. Hal tersebut seringkali menimbulkan persepsi di masyarakat, tentang konstruksi yang selalu sebangun antara KAMMI dan PKS (Linggar Kharisma Suseno, 2014).

Namun, Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) dan aturan lain yang menyatakan adanya larangan politik praktis dalam organisasi KAMMI di pakai sebagai pedoman

organisasi. KAMMI melalui peraturan Garis-Garis Besar Haluan Organisasi milik KAMMI pada pasal 7 BAB II nomor 3 yang berbunyi “KAMMI adalah Gerakan Sosial Independen” yang diperjelas pada poin a yang berbunyi “Gerakan Sosial Independen bertujuan menegakkan nilai sosial politik yang tidak bergantung dengan institusi manapun, termasuk negara, partai maupun lembaga donor.” Dari uraian tersebut, kemudian menjadi hal yang menarik untuk diteliti bagaimana strategi komunikasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia di era digital.

KERANGKA TEORI

Organizational Control Theory

Philip Tomkins, George Cheney dkk (dalam Morissan, 2009) mengembangkan sebuah pendekatan mengenai komunikasi organisasi. Philip Tomkins dan George Cheney (dalam Morissan, 2009) bagaimana komunikasi mampu menghasilkan kendali atau kontrol terhadap anggota organisasi. Menurutnya, organisasi menggunakan kontrol atau kendali terhadap anggotanya melalui empat cara komunikasi, yaitu:

1. *Kendali sederhana* (simple control)
Kendali yang menggunakan kekuasaan secara terbuka dan langsung.
2. *Kendali teknis* (technical control)

Kendali yang menggunakan peralatan atau teknologi.

3. *Kendali Birokrasi* (bureaucratic control)

Kendali melalui prosedur dan aturan-aturan formal.

4. *Kendali Konsertif* (concertive control)

Konsertif merupakan penggunaan hubungan interpersonal dan kerja sama tim sebagai sarana untuk memberikan pengaruh dalam organisasi. Tompkins dan Cheney dalam (Littlejohn, 2009) mengatakan bahwa dalam sebuah organisasi dengan kendali konsertif, aturan dan regulasi yang tertulis secara eksplisit sebagian besar digantikan oleh pemahaman dan pemaknaan nilai, tujuan, dan cara-cara pencapaian bersama, sejalan dengan apresiasi yang mendalam untuk ‘misi organisasi. Kendali konsertif merupakan salah satu mekanisme yang digunakan oleh organisasi untuk mengatur banyak identitas. Oleh karena itu, organisasi dituntut agar bisa mendorong individu dengan bermacam kepentingan kedalam suatu identifikasi yang sama dengan organisasi. Tantangan untuk mengatasi identitas yang berbeda diantara satu individu dan lainnya bahkan dapat bertentangan dapat diselesaikan jika terdapat setidaknya derajat atau level identifikasi bersama dan menyeluruh. Tidak jarang organisasi perlu mengubah atau mengganti identitas untuk dapat

bertahan dengan perubahan atau faktor lainnya, namun identitas organisasi haruslah tetap didasari oleh kepentingan atau identifikasi sebagian besar anggota. Karena alasan ini, maka pluralisme yang tidak terkontrol tidak dapat ditoleransi dan pengawasan konsertif melalui identifikasi menjadi penting (Morissan, 2009).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deksriptif kualitatif dengan desain etnografi. Subjek penelitian ini adalah Ketua, pengurus, dan anggota KAMMI Daerah Semarang. Jenis data penelitian ini menggunakan data primer dari wawancara dan data sekunder dari observasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi. Penelitian ini menggunakan analisis data etnografi menurut Spradley.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implikasi Teoritis

Penelitian ini ditemukan bahwa KAMMI menjalankan kontrol organisasi dengan melakukan simple control, technical control, bureaucratic control, dan concertive control. Secara teori dalam *Organizational Control Theory*, digunakan untuk mempelajari proses kontrol organisasi untuk memahami strategi dan cara pimpinan organisasi meyakinkan anggota organisasi untuk

bekerja sama. Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan, peneliti mengidentifikasi bahwa terdapat simple control, technical control, bureaucratic control, dan concertive control. Simple control atau kendali sederhana merupakan kendali yang bergantung pada kekuatan hubungan dan komunikasi antara atasan organisasi dan anggota organisasi untuk menjaga ketertiban dalam sistem. KAMMI menjalankan simple control kendali organisasi dengan kekuasaan terbuka. Kekuasaan terbuka yang dilakukan oleh KAMMI adalah keputusan pemimpin, keputusan bersama, jabatan non struktural, wewenang, kegagalan kendali dan pengawasan. Technical control merupakan kendali yang menggunakan inovasi teknologi untuk mendorong organisasi berkembang. Technical control yang dilakukan KAMMI sebagai kendali organisasi adalah media sosial. KAMMI menggunakan media sosial WhatsApp sebagai kendali organisasi secara internal. Strategi bureaucratic control bergantung pada sistem aturan yang mempengaruhi perilaku anggota organisasi dan memfasilitasi tindakan secara kolektif. Bureaucratic control yang dilakukan KAMMI sebagai kendali organisasi adalah syarat organisasi. Syarat organisasi yang dilakukan oleh KAMMI sebagai kendali organisasi adalah kaderisasi, pedoman organisasi, akreditasi, dan struktur organisasi.

Strategi concertive control digunakan dengan adanya identifikasi identitas bersama untuk mencapai tujuan organisasi. KAMMI menjalankan concertive control dengan nilai organisasi, jaringan alumni, dan pola interaksi. Nilai organisasi yang dijalankan oleh KAMMI adalah filosofi gerakan, asas organisasi, identifikasi idealistik, dan musyawarah. Jaringan alumni yang dijalankan KAMMI adalah kerja sama dan motivasi. Pola interaksi yang digunakan oleh KAMMI adalah waktu organisasi dan identifikasi formal. Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan, peneliti mengidentifikasi bahwa anggota atau kader KAMMI mengidentifikasi atau menghubungkan dirinya dengan sumber identifikasi idealistik dan identifikasi formal. Subjek penelitian memilih memilih bergabung dengan KAMMI merupakan orang yang memiliki kesamaan mengenai suatu gagasan, ide, perasaan, pengalaman, dan nilai yang sama dengan KAMMI. Subjek penelitian juga memiliki identifikasi formal yang berasal dari peraturan KAMMI memiliki pola interaksi dengan membedakan antara laki-laki dan perempuan untuk tidak saling membaur di setiap kegiatan yang dilaksanakan organisasi KAMMI. KAMMI juga memiliki budaya jam malam yang merupakan pola interaksi KAMMI. Budaya jam malam yaitu seluruh kegiatan yang ada di KAMMI

terdapat pembatasan waktu maksimal pukul 22.00 malam.

Implikasi Praktis

KAMMI memiliki strategi komunikasi dengan mengatur kinerja proses komunikasi meliputi perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation), evaluasi (evaluation). KAMMI memiliki program kerja yang membutuhkan pembaharuan kegiatan dan gerakan. Hal tersebut dikarenakan keaktifan pengurus KAMMI Daerah Semarang dan keaktifan komisariat yang belum maksimal. Hasil dari belum maksimalnya keaktifan pengurus dan komisariat memberikan dampak pada kegiatan-kegiatannya. Jumlah kuantitas dari struktur kepengurusan KAMMI yang terdiri dari struktur organisasi yang bawah yaitu komisariat sampai dengan di struktur paling tinggi yaitu KAMMI Nasional. Pada struktur paling bawah yaitu komisariat di bawah naungan KAMMI Daerah Semarang, terdapat beberapa komisariat di Universitas Diponegoro juga telah redup dan tidak aktif dalam keberjalanan organisasinya.

KAMMI memiliki sifat organisasi yang diatur pada aturan formal Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) yaitu bahwa KAMMI bersifat terbuka dan independent. KAMMI dirasa memiliki rahasia umum bahwa KAMMI condong ke suatu partai politik atau dirasa condong ke suatu gerakan politik.

KAMMI mengevaluasi agar sifat dari organisasi diterapkan benar-benar terbuka dan independen agar sesuai dengan aturan formal KAMMI. Kaderisasi KAMMI Daerah Semarang belum tercapai secara utuh. Hal tersebut dilihat dari kader-kader yang belum memahami tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari kader KAMMI. Dari hasil kegiatan kaderisasi KAMMI secara formal seperti Daurah Marhalah dan Madrasah KAMMI Khos, diperoleh evaluasi bahwa kader telah paham secara umum, tetapi belum paham secara utuh dan menyeluruh.

Selain itu, efek komunikasi KAMMI adalah tidak menariknya organisasi ekstra mahasiswa kampus bagi mahasiswa. Organisasi mahasiswa ekstra kampus dicap buruk oleh mahasiswa umum dan tidak diperbolehkan untuk masuk organisasi mahasiswa ekstra kampus oleh himpunan mahasiswa intra kampus. Hal tersebut dikarenakan organisasi mahasiswa ekstra kampus KAMMI dianggap politis. Hal-hal tersebut menjadikan KAMMI yang memiliki visi melahirkan kader-kader pemimpin belum tercapai sepenuhnya, karena tujuan KAMMI tidak hanya melahirkan kader-kader pemimpin di kampus saja, melainkan juga melahirkan kader-kader pemimpin yang ditempatkan secara strategis dalam konteks daerah, wilayah, dan nasional.

Implikasi Sosial

Penelitian ini menemukan bahwa KAMMI menjalankan strategi komunikasi dengan adanya program kerja sosial masyarakat. Sesuai dengan misi KAMMI yang keempat, yaitu meningkatkan kualitas masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang Rabbani, madani, adil, dan sejahtera. KAMMI memiliki program kerja pemberdayaan desa. Program kerja pemberdayaan desa KAMMI Daerah Semarang yaitu Desa Digdaya Karya. Desa Digdaya Karya merupakan desa binaan KAMMI sebagai bentuk gerakan amal untuk sosial masyarakat. Bentuk kegiatan dari program kerja ini adalah pemberdayaan masyarakat desa binaan, Taman Pendidikan Al-Quran, dan penyaluran-penyaluran baik melalui jum'at berkah maupun Qurban.

KAMMI Daerah Semarang memiliki Departemen Sosial Masyarakat yang memiliki tujuan sesuai misi KAMMI. KAMMI memiliki desa binaan yang berlokasi di daerah Plasansari. KAMMI menjalankan kegiatan mengajar Taman Pendidikan Al Quran di musholla pada anak-anak daerah setempat. KAMMI juga melakukan donasi Qurban di Hari Raya Idul Adha yang nantinya dibagikan kepada yang berhak menerimanya.

KAMMI menggunakan strategi komunikasi pada pertemuan kegiatan berbagi bersama dengan Bank Jateng di

Panti Asuhan Kyai Ageng Majapahit Semarang. Dalam penerapan strategi komunikasi, khususnya dalam upaya untuk transparansi terhadap stakeholder, komunikasi merupakan hal yang sangat penting. Komunikasi yang berlangsung diarahkan untuk pembentukan persepsi positif mengenai isi pesan oleh individu maupun kelompok yang menerima pesan. Dengan terdapatnya penciptaan persepsi positif, maka penerima pesan akan terpersuasi untuk melakukan perubahan sikap sebagai tanggapan dari pesan. Supaya pesan yang disampaikan KAMMI kepada sasaran yaitu anak-anak Panti Asuhan Kyai Ageng Majapahit Semarang, KAMMI menggunakan pendongeng yang berasal dari komunitas dongeng Semarang sebagai strategi komunikasi agar pesan menjadi efektif.

KESIMPULAN

Maka peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia Daerah Semarang melaksanakan strategi komunikasi dengan melakukan beberapa kontrol. Dalam penelitian ini, KAMMI melaksanakan strategi komunikasi dengan melakukan simple control, technical control, bureaucratic control, dan concertive control.

Penelitian ini menemukan bahwa KAMMI menjalankan strategi komunikasi dengan adanya beberapa tahapan seperti perencanaan,

pelaksanaan, dan evaluasi. KAMMI menjalankan strategi komunikasi dengan adanya program kerja untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai KAMMI dalam proses komunikasi mencapai visi dan misi.

SARAN

Aspek Teoritis

Penelitian ini memberikan saran agar penelitian selanjutnya yang menggunakan *organizational control theory* dapat meneliti mengenai kontrol organisasi di era digital yang seluruh aktivitas dan kegiatannya tanpa batas ruang dan waktu. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan menganalisis strategi komunikasi organisasi di era digital.

Aspek Praktis

Dalam aspek praktis, peneliti memberikan saran kepada organisasi mahasiswa ekstra kampus yaitu KAMMI agar dapat menerapkan strategi komunikasi untuk menjalankan strategi komunikasi yang mengarah pada pembentukan persepsi positif dalam pesan yang akan disampaikan agar tercapainya proses komunikasi yang diinginkan.

Aspek Sosial

Penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya untuk dapat melihat strategi komunikasi dalam suatu organisasi. Dalam proses

komunikasi, antara komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Maka dari itu, untuk berlangsungnya komunikasi yang dapat memiliki hasil positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan audiens, terutama dalam pesan, metode, dan media yang disampaikan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada jangka waktu penelitian. Penelitian etnografi merupakan penelitian yang membutuhkan waktu yang lama. Namun, pada penelitian kali ini peneliti tidak mampu untuk mencakup wilayah yang luas, sehingga kurang memenuhi dalam penyediaan sampel yang dianggap mewakili. Budaya yang berbeda antara peneliti dengan subjek penelitian juga menjadi keterbatasan penelitian karena ketrampilan bahasa dan budaya yang sulit dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Onny Siagian, dkk. (2021). *Leadership di Era Digital*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.

Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak: Sukabumi.

Andik Matulesy. (2018). *Psikologi Politik: sDari Ideologi Kebangsaan Hingga Gerakan Mahasiswa*. Intrans Publishing: Malang.

Andhita, P. R., Turistiati, A. T., & Nur, M. J. (2021). *Organizational Communication Study: Organizational Control Theory Implementation by HMI Purwokerto Branch in the Omnibus Law Demonstration*. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 15(2), 225-240.

Abd Hadi, dkk. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Pena Persada: Purwokerto.

Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 133-165.

Einar C., S., dkk. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep Dasar Di Era Digital*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Firmanzah. (2012). *Marrketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Pustaka Obor Indonesia: Jakarta.

Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian KualitatifKualitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 206.

Kurniawati, A. (2021). *Komunikasi dan Resolusi Konflik Politik Partai Keadilan Sejahtera dalam Penanganan Kasus Fahri Hamzah*. *PROPAGANDA*, 1 (1), 23–34.

- Morissan. (2022). Komunikasi Organisasi. Jakarta Timur: Prenada Media.
- Morissan. (2009). Teori Komunikasi Organisasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Onong Uchjana Effendy. (2007). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pawito. (2008). Penelitian Komunikasi Kualitatif. LKiS Yogyakarta.
- Silvia, T. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Jati Jakarta Dalam Membangun Ekuitas Merek. *ADVIS (Journal of Advertising)*, 1(1).
- Suseno, L. K., & Setyono, B. (2014). Pola Afiliasi Informal Organisasi Gerakan Mahasiswa Dengan Partai Politik (Studi Kasus Sistem Kaderisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia Dengan Partai Keadilan Sejahtera). *Journal of Politic and Government Studies*, 3(2), 26-35.
- Suyitno. (2018). Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta: Bandung.
- Stephen W. Littlejohn & Karen A. F. (2009). Theories of Human Communication. Jakarta: Salemba Humanika. 378-382.
- Silvia, T. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Jati Jakarta Dalam Membangun Ekuitas Merek. *ADVIS (Journal of Advertising)*, 1(1).
- Volschenk, F. (2019). Preparing Organizations for the Digital Era with a Digital Congruency Model.