

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dinamika kehidupan, komunikasi adalah hal penting yang tak terpisahkan dari manusia, karena keduanya membentuk satu kesatuan. Salah satu istilah populer dalam dunia komunikasi adalah *We cannot not communicate* atau "kita tidak bisa tidak berkomunikasi." Artinya, setiap tindakan atau perilaku yang kita lakukan merupakan bentuk komunikasi. Tanpa adanya komunikasi antar individu, kehidupan sosial manusia akan terasa kosong. Sebab, jika tidak ada hubungan antar individu atau antar kelompok makhluk hidup, interaksi sosial yang memicu aksi dan reaksi juga tidak akan terbentuk (Fajrin, 2022).

Pada realita kehidupan sosial, komunikasi adalah elemen dasar bagi manusia, baik sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Komunikasi mencakup proses interaksi antar makhluk hidup melalui simbol, sinyal, dan tindakan. Aktivitas komunikasi melibatkan dua orang atau lebih dan dapat dilakukan secara lisan, tulisan, atau melalui berbagai isyarat non-verbal. Pentingnya komunikasi tidak hanya dirasakan oleh individu saja, tetapi juga sangat diperlukan dalam kehidupan berorganisasi. Tanpa komunikasi yang baik antar anggota, organisasi tidak akan bisa terbentuk atau berjalan dengan efektif. (Zamzami, Wili, 2021).

Komunikasi merupakan elemen penting untuk kelangsungan suatu organisasi. Tanpa komunikasi yang efektif,

organisasi tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, studi tentang komunikasi organisasi sangat diperlukan. Secara konsep, komunikasi organisasi adalah proses pertukaran informasi di antara individu yang memiliki tujuan yang sama, guna menciptakan pemahaman dan keselarasan pola pikir. Komunikasi ini berfungsi sebagai alat untuk membangun hubungan antara pemimpin dan anggota organisasi dalam melaksanakan peran mereka untuk mencapai tujuan bersama. (Putri Diva, 2023).

Organisasi merupakan kegiatan yang melibatkan sekelompok individu atau anggota dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab demi mencapai tujuan bersama. Organisasi tidak bisa dijalankan oleh satu orang saja; keberhasilannya membutuhkan komponen-komponen lain yang saling mendukung untuk mewujudkan visi dan misi yang telah ditetapkan. Keberadaan berbagai komponen dalam organisasi berfungsi untuk menghubungkan berbagai masukan dan ide dari tiap individu, sehingga diperlukan banyak orang yang bekerja sesuai dengan peran dan fungsinya masing-masing. (Muttaqien, 2023).

Setiap organisasi pasti punya rencana atau kegiatan yang dibuat untuk mencapai tujuan bersama. Rencana-rencana ini biasanya disesuaikan dengan kebutuhan, ciri khas, dan tujuan dari organisasi itu sendiri. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, organisasi memerlukan strategi yang efektif. Strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai target yang telah ditentukan. Strategi ini harus mampu menunjukkan bagaimana penerapannya dalam praktik, yang berarti bahwa pendekatannya dapat berbeda sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada (Putri, 2023).

Strategi menurut Jalaludin (2009) mendefinisikan strategi sebagai rencana (planning) dan rancangan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi harus dapat menjelaskan bagaimana operasi beroperasi selain berguna sebagai panduan satu arah. (YS, A. Y, 2022). Apabila strategi diterapkan secara efektif, ini akan mendukung pengalokasian dan pengorganisasian sumber daya yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, strategi komunikasi dapat dipahami sebagai sebuah rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk meraih tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi penetapan sasaran, kebijakan, serta langkah-langkah yang perlu diambil oleh organisasi agar tetap eksis dan dapat bersaing dengan sukses.. Jadi, pada intinya, strategi ini merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi, sedangkan komunikasi berperan sebagai sarana untuk mengimplementasikan strategi tersebut.

Menurut Gerald M. Goldhaber (1993) dalam bukunya yang berjudul *Organizational Communication*, komunikasi publik organisasi adalah interaksi transaksional yang melibatkan pertukaran pesan antara organisasi dan masyarakat atau publik (Hardjana, 2019). Dalam konteks organisasi, terjadi pertukaran pesan antara organisasi dan khalayak, baik yang berasal dari internal maupun eksternal organisasi. Agar pesan yang disampaikan mencapai tujuannya, organisasi memerlukan strategi komunikasi yang efektif, tanpa memandang dari mana khalayak tersebut berasal.

Komunikasi organisasi sangat tampak jelas di Generasi Baru Indonesia (GenBI), sebuah komunitas mahasiswa penerima beasiswa dari Bank Indonesia. GenBI didirikan pada 11 November 2011 sebagai organisasi independen yang dibentuk oleh BI, dengan inisiatif dari Gubernur BI ke-14 yaitu Dr. Darmin Nasution.

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI), yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas siswa sebagai generasi penerus bangsa, ditunjukkan oleh GenBI. Program ini membimbing mahasiswa untuk berkontribusi bagi negara melalui berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Generasi Baru Indonesia adalah komunitas yang terdiri dari mahasiswa terpilih dengan latar belakang disiplin ilmu dan keahlian yang beragam. Komunitas ini diharapkan dapat menjadi sumber energi baru yang memberikan kontribusi positif bagi negara, dengan anggota yang berasal dari universitas-universitas di wilayah tertentu sebagai penerima beasiswa. GenBI berada di bawah pengelolaan langsung Bank Indonesia.

Komunitas GenBI berada di seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon sebagai bagian dari perguruan tinggi penerima beasiswa Bank Indonesia yang tergabung dalam GenBI Cirebon. Beasiswa yang ditawarkan untuk setiap universitas hanya diperuntukkan bagi 50 mahasiswa, dengan Bank Indonesia memberikan bantuan sebesar Rp 6.000.000 per semester (Putri AB Diva, 2023).

Bank Indonesia mendirikan Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI) sebagai wadah untuk mengembangkan prestasi dan potensi penerima beasiswa, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Serta penerima beasiswa mampu ikut andil terjun langsung dalam berbagai kegiatan sosial yang memberikan dampak positif untuk masyarakat untuk mengimplementasikan tiga pilar GenBI yaitu Front Liner, Agent Of Change, dan Future Leaders. Visi Generasi Baru Indonesia (GenBI) adalah menjadi penggerak utama dan agen perubahan dalam menciptakan generasi baru Indonesia yang

berkualitas, berintegritas, dan bertanggung jawab, serta mampu memberikan kontribusi yang positif untuk kemajuan bangsa dan negara. Adapun misi Generasi Baru Indonesia (GenBI) berinisiatif mengembangkan berbagai program pemberdayaan masyarakat demi terwujudnya Indonesia yang lebih baik (Ini). Menjadi pelopor dalam melakukan tindakan nyata untuk kemajuan bangsa (ACT). Menunjukkan kepedulian dan memberikan kontribusi dalam pemberdayaan masyarakat (SHARE). Menyebarkan inspirasi dan motivasi agar dapat menjadi sumber energi bagi negara (INSPIRE).

Jargon yang melekat dan menjadi ciri khas organisasi GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yaitu “Semangat kita membangun bangsa”. Sesuai dengan tujuannya yaitu untuk menciptakan generasi muda Indonesia yang siap membangun bangsa tidak hanya dengan berprestasi secara akademik, tetapi juga memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, kebutuhan akan keterampilan yang relevan semakin meningkat. Menurut World Economic Forum (2018), perubahan cepat dalam industri dan pekerjaan menuntut individu untuk memiliki keterampilan yang adaptif, inovatif, dan kolaboratif. Oleh karena itu, organisasi seperti GenBI harus mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk mengedukasi, memotivasi, dan melibatkan anggota dalam proses pengembangan keterampilan ini.

Ketika peneliti bergabung bersama GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon (2022 – 2024), peneliti melihat banyaknya anggota GenBI yang sebetulnya memiliki banyak prestasi baik akademik maupun non akademik, namun kurang bisa mengembangkan potensi soft skill dan hard skillnya. Dalam hal ini, GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan berbagai program pelatihan bagi anggotanya, salah satunya adalah melalui program *GenBI Training*. Kurangnya rasa percaya diri anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk menampilkan kemampuan atau *skill* yang dimiliki di depan khalayak umum serta kurangnya pelatihan pengembangan *skill* secara konsisten dan Tidak adanya placement test minat pengembangan skill anggota GenBI memicu rasa kurang termotivasi untuk mengembangkan potensi skill yang dimiliki oleh anggota GenBI UINSSC. Hal ini terbukti dengan jarang munculnya anggota GenBI UINSSC memegang kendali dan berperan menonjol dalam berbagai event besar GenBI Cirebon seperti masih minimnya anggota Genbi UINSSC menjadi ketua pelaksana, MC, Talent dan peran lainnya sehingga perlu adanya program GenBI Training.

Program GenBI Training merupakan wujud kegiatan rutin yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali yang dirancang untuk memberikan pelatihan yang komprehensif bagi anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk fokus pada pengembangan soft skill dan hard skill anggota dalam berbagai bidang, mulai dari Leadership, Public Speaking, Personal Branding, desain Grafis, Konten creator hingga keterampilan teknis yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Sehingga, setiap anggota perlu dibekali pengembangan dan pelatihan yang baik, yang dapat dibentuk melalui strategi komunikasi organisasi yang baik dan efektif.

Berdasarkan analisa yang dilakukan peneliti dari permasalahan pengembangan skill anggota pada GenBI UIN Siber Nurjati Cirebon melalui program GenBI Training, maka

peneliti tertarik untuk meneliti Strategi Komunikasi Organisasi GenBI UIN Siber Nurjati Cirebon dalam upaya pengembangan skill anggota, dalam hal ini peneliti lebih terfokus pada studi kasus Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang tergabung menjadi anggota GenBI UIN Siber Nurjati Cirebon dan memiliki tujuan untuk meningkatkan soft skill dan hard skillnya. Hal ini dikarenakan banyaknya anggota yang setelah masuk GenBI berhasil meningkatkan kemampuan dirinya di berbagai keterampilan bahkan sukses mengamalkan tiga pilar GenBI. Untuk itu peneliti mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Organisasi GenBI UIN Siber Nurjati Cirebon dalam Upaya Pengembangan Skill Anggota Melalui Program GenBi Training.”**

B. Identifikasi Masalah

Dilihat dari penjelasan latar belakang di atas, masalah yang ingin diidentifikasi dalam penelitian ini adalah::

1. Pelatihan pengembangan *soft skill* anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon masih terbatas.
2. Kurangnya wadah khusus yang menaungi minat anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam segala bidang yang diminatinya, memicu tidak adanya progres pada pengembangan skill anggota.
3. Kurangnya rasa percaya diri anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk menampilkan kemampuan atau *skill* yang dimiliki di depan khalayak umum.
4. Anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon seringkali kurang mendapatkan pelatihan pengembangan *skill* secara konsisten serta minim sekali kesempatan untuk unjuk diri di depan khalayak umum yang membuat

mereka kesulitan mengaplikasikan materi yang telah disampaikan pada program GenBI Training.

5. Tidak adanya placement test minat pengembangan skill anggota GenBI memicu minimnya partisipan.
6. Minimnya praktek unjuk *skill* anggota GenBI ketika Pelatihan serta tidak adanya tugas *sustainability* setelah pelatihan memicu rasa kurang termotivasi untuk mengembangkan potensi skill yang dimiliki oleh anggota GenBI

C. Pembatasan Masalah

Melihat permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini membatasi ruang lingkupnya pada hal-hal tertentu agar fokus dan hasilnya lebih jelas yaitu ::

1. Peneliti memfokuskan terhadap strategi komunikasi yang dibangun GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam upaya pengembangan *skill* anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Strategi yang akan digunakan mencakup empat aspek di antaranya informatif, edukatif, koersif, dan persuasif serta didasarkan pada teori Harold Lasswell yakni “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*”.
2. Penelitian hanya berfokus terhadap studi kasus mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang sudah tergabung dalam GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang mengikuti training *public speaking, leadership, dan personal branding*.
3. Peneliti membatasi penelitian hanya untuk mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia yang menjadi anggota

aktif GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon periode tahun 2023, dan 2024.

4. Program yang diambil untuk bahan penelitian ini berfokus pada program pelatihan pengembangan skill anggota GenBI yaitu Gen-Ting (GenBI Training) periode 2023-2024

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka yang pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam upaya pengembangan skill anggota melalui program GenBI Training?
2. Bagaimana faktor pendukung dan Penghambat komunikasi yang dihadapi GenBI UIN Syekh Nurjati Cirebon dalam implementasi strategi komunikasi untuk pengembangan skill anggota melalui program GenBI Training?
3. Bagaimana efektivitas strategi komunikasi Program GenBI Training dalam upaya pengembangan skill anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon melalui training *public speaking, leadership, dan personal branding*?

E. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam upaya pengembangan *skill*

anggota melalui program GenBI Training.

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat GenBI UIN Syekh Nurjati Cirebon dalam menerapkan strategi komunikasi untuk meningkatkan keterampilan anggota melalui program GenBI Training.
3. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui efektivitas program GenBI Training dalam upaya meningkatkan pengembangan skill anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon melalui training *public speaking, leadership, dan personal branding*.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi baik dari sisi teori maupun praktik. Adapun kegunaannya yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang betapa pentingnya strategi komunikasi efektif dalam pengembangan organisasi/komunitas mahasiswa. Melalui temuan-temuan yang ada, mahasiswa dapat mengadopsi prinsip-prinsip komunikasi yang telah diidentifikasi untuk meningkatkan potensi dan keterampilan diri baik dalam lingkungan akademik maupun dunia kerja. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa menjadi acuan berharga bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan kualitas diri melalui berbagai kegiatan organisasi.

2. Kegunaan Praktis

a. Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi

bagi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam tugas mereka. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh para pengambil kebijakan yang terlibat dalam penelitian untuk membuat program atau kegiatan dalam bidang keilmuan Komunikasi Penyiaran Islam..

b. Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI)

Hasil Penelitian ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan strategi komunikasi organisasi yang dilakukan komunitas GenBI serta sebagai barometer keberhasilan serta menjadi acuan bagi komunitas GenBI dalam memaksimalkan program pelatihan dan pengembangan skill anggota yang lebih kompeten. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan dan saran bagi GenBI dalam upaya memaksimalkan program untuk meningkatkan pengembangan kualitas diri anggota GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon melalui program GenBI Training.

c. Peneliti Bidang Komunikasi

Penelitian ini dapat memberikan ide dan perspektif baru untuk memperkaya konsep dan teori dalam semua bidang ilmu pengetahuan, terutama untuk peneliti sebagai dukungan terhadap upaya penelitian mengenai komunikasi publik organisasi yang dalam hal ini mengambil studi kasus terhadap strategi komunikasi GenBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam upaya pengembangan skill anggotanya. Studi ini memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam ranah komunikasi organisasi dan pengembangan sumber daya anggota organisasi. Penelitian yang akan datang dapat menyelidiki faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pelaksanaan strategi komunikasi

organisasi, atau membandingkan temuan penelitian ini dengan konteks organisasi mahasiswa yang berbeda.

G. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah Proses berpikir untuk memecahkan masalah dan menerapkan konsep logika untuk penemuan, pengesahan, dan penjelasan kebenaran

