



Strategi Komunikasi Organisasi Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota

Avriliani Sugianto^{1*}, Murtiadi², Roynaldi Arista³

¹⁻³ Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Email: avrilianisugianto@gmail.com^{1*}

Alamat: Jl. SMA Kapin No.292A, RT.9/RW.8, Pd. Klp., Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia 13450

*Penulis Korespondensi

Abstract. This study aims to identify, describe, and analyze the organizational communication strategy implemented by the Chairman of the Youth Organization Sub Unit 032 of Jatiasih District in increasing member loyalty. The phenomenon behind this study is the fluctuation in the presence of members in organizational activities and the challenge of maintaining active youth participation in the digital era. Members' loyalty is seen as a determining factor for the success of an organization in carrying out social, cultural, and community programs. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data was collected through in-depth interviews, direct observation of Karang Taruna activities, and documentation of organizational archives. The research informants were selected using purposive sampling techniques, including the Chairman of the Youth Organization and members who actively participated. Data analysis is carried out using an interactive model that includes collection, reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that the communication strategy of the Chairman of the Youth Organization is democratic, participatory, and interpersonal. The communication media used is in the form of WhatsApp Groups for quick coordination and face-to-face meetings to strengthen emotional bonds between members. The Chair also utilizes informal strategies such as casual conversations and non-formal social interactions to get closer to members. This strategy has a positive effect on member loyalty indicators, such as compliance, responsibility, active participation, and a sense of belonging to the organization. This study concludes that effective, open, empathetic, and adaptive communication to the needs of members is the main factor in strengthening the loyalty of youth organizations. These findings are expected to make an academic contribution to the study of community-based organizational communication and practical benefits for Karang Taruna administrators and similar organizations in managing membership dynamics at the local level.

Keywords: Communication media; Karang Taruna (Youth Organization); Member loyalty; Organizational communication strategy; Youth participation.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menganalisis strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih dalam meningkatkan loyalitas anggota. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya fluktuasi kehadiran anggota dalam kegiatan organisasi serta tantangan menjaga partisipasi aktif pemuda di era digital. Loyalitas anggota dipandang sebagai faktor penentu keberhasilan organisasi dalam menjalankan program sosial, budaya, dan kemasyarakatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung kegiatan Karang Taruna, serta dokumentasi arsip organisasi. Informan penelitian dipilih dengan teknik purposive sampling, meliputi Ketua Karang Taruna dan anggota yang aktif berpartisipasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif yang mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Ketua Karang Taruna bersifat demokratis, partisipatif, dan interpersonal. Media komunikasi yang digunakan berupa WhatsApp Group untuk koordinasi cepat dan pertemuan tatap muka untuk memperkuat ikatan emosional antar anggota. Ketua juga memanfaatkan strategi informal seperti percakapan santai dan interaksi sosial non-formal untuk mendekatkan diri dengan anggota. Strategi tersebut berpengaruh positif terhadap indikator loyalitas anggota, seperti kepatuhan, tanggung jawab, partisipasi aktif, serta rasa memiliki terhadap organisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi yang efektif, terbuka, empatik, serta adaptif terhadap kebutuhan anggota merupakan faktor utama dalam memperkuat loyalitas organisasi kepemudaan.

Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian komunikasi organisasi berbasis komunitas dan manfaat praktis bagi pengurus Karang Taruna maupun organisasi serupa dalam mengelola dinamika keanggotaan di tingkat lokal.

Kata kunci: Karang Taruna; Loyalitas anggota; Partisipasi pemuda; Strategi komunikasi organisasi; Media komunikasi.

1. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan sosial dan organisasi. Tanpa adanya komunikasi yang efektif, koordinasi dan kerja sama antar individu maupun kelompok akan sulit terwujud. Dalam konteks organisasi, komunikasi tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga instrumen penting dalam membangun hubungan, membentuk budaya organisasi, serta menjaga keterikatan anggota. Organisasi yang memiliki strategi komunikasi yang terarah cenderung memiliki anggota yang lebih loyal, karena setiap individu merasa dihargai, dilibatkan, dan memiliki ruang untuk mengekspresikan diri (Abijaya et al., 2021)

Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan berperan besar dalam membentuk karakter, mengembangkan potensi, dan memberdayakan generasi muda di tingkat komunitas. Loyalitas anggota dalam Karang Taruna menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan program kerja, baik dalam kegiatan sosial, budaya, maupun ekonomi. Namun, loyalitas tidak muncul secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang terjalin antara pengurus dan anggota (Hemeto et al., 2023). Ketika komunikasi bersifat dua arah, terbuka, dan empatik, anggota akan merasa memiliki ikatan emosional yang kuat dengan organisasi.

Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih merupakan wadah pemuda di tingkat RT yang memiliki tujuan membangun solidaritas, memperkuat kepedulian sosial, serta meningkatkan partisipasi pemuda dalam pembangunan lingkungan. Namun, fenomena yang ditemukan adalah adanya fluktuasi kehadiran dalam kegiatan rutin dan keterlibatan anggota yang belum merata. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh ketua dalam menjaga motivasi dan loyalitas anggota (Budi Mulia et al., 2021).

Dalam era digital, organisasi kepemudaan juga dihadapkan pada tantangan dan peluang baru. Media komunikasi berbasis teknologi, seperti WhatsApp Group atau media sosial, memungkinkan informasi tersampaikan lebih cepat dan luas. Namun, media digital saja tidak cukup untuk menumbuhkan loyalitas. Dibutuhkan kombinasi komunikasi formal, informal, tatap muka, serta komunikasi digital agar ikatan emosional dan sosial antar anggota tetap

terjaga. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang seimbang menjadi keharusan bagi seorang pemimpin organisasi.

Penelitian ini penting dilakukan karena strategi komunikasi dalam konteks organisasi komunitas di tingkat lokal masih jarang diteliti secara mendalam. Kebanyakan penelitian berfokus pada organisasi besar atau lembaga formal, sementara organisasi pemuda berbasis masyarakat memiliki dinamika tersendiri (Karyati et al., 2025) Dengan mengkaji strategi komunikasi Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi organisasi sekaligus manfaat praktis bagi pengurus Karang Taruna dan organisasi serupa. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menunjukkan bahwa komunikasi yang terencana dan empatik dapat menjadi kunci keberhasilan dalam membangun loyalitas anggota organisasi kepemudaan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Ketua Karang Taruna dan dua anggota aktif, observasi kegiatan organisasi, serta studi dokumentasi. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu individu yang dianggap paling memahami dinamika komunikasi organisasi. Analisis data dilakukan dengan model interaktif, mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Siregar et al., 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gaya Komunikasi Ketua

Ketua Karang Taruna Sub Unit 032, Hendi Yuliawan, menerapkan gaya komunikasi yang demokratis, partisipatif, dan interpersonal. Ia tidak hanya menyampaikan instruksi, tetapi juga membuka ruang dialog agar anggota dapat menyampaikan pendapat. Gaya komunikasi informal seperti bercanda, mengobrol santai, hingga mengajak nongkrong bersama digunakan untuk membangun kedekatan emosional dengan anggota. Hal ini menumbuhkan rasa nyaman, keterbukaan, dan penghargaan yang meningkatkan loyalitas anggota.

Media Komunikasi

Organisasi menggabungkan media komunikasi digital dan tatap muka. WhatsApp Group menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi cepat dan koordinasi teknis. Instagram digunakan untuk publikasi kegiatan agar dapat menarik partisipasi lebih luas. Namun, pertemuan tatap muka tetap dijaga untuk menghindari miskomunikasi dan memperkuat

hubungan personal antar anggota. Melalui diskusi langsung, pengurus dapat memastikan bahwa setiap pesan tersampaikan dengan jelas dan dipahami oleh seluruh anggota.

Peran Ketua dalam Meningkatkan Loyalitas

Ketua berperan aktif dalam memotivasi anggota dengan cara memberikan apresiasi atas kontribusi mereka, misalnya dengan menyebutkan nama anggota yang aktif saat rapat atau memberikan ucapan terima kasih setelah kegiatan. Ketua juga menekankan fleksibilitas dalam pembagian tugas, sehingga anggota merasa perannya penting tanpa merasa terbebani. Strategi ini menumbuhkan rasa tanggung jawab sekaligus menegaskan bahwa setiap anggota memiliki kontribusi yang berarti.

Indikator Loyalitas Anggota

Hasil penelitian menunjukkan enam indikator loyalitas, yaitu: (a) kepatuhan pada aturan organisasi, (b) tanggung jawab dalam melaksanakan peran, (c) kesediaan berkontribusi, (d) kejujuran dan keterbukaan dalam komunikasi, (e) partisipasi aktif dalam kegiatan, dan (f) rasa memiliki terhadap organisasi (Harahap et al., 2022). Anggota merasa dihargai ketika pendapat mereka diterima, merasa bangga berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan termotivasi untuk terus terlibat (Putra H. R 2020).

Faktor Penghambat

Meskipun strategi komunikasi cukup efektif, masih ada kendala seperti rendahnya respons sebagian anggota di grup WhatsApp, perbedaan jadwal karena kesibukan pribadi, serta kurangnya regenerasi kepemimpinan. Hambatan ini memengaruhi konsistensi partisipasi anggota. Namun, ketua berusaha mengatasinya dengan pendekatan personal, mengingatkan secara langsung, dan memberikan motivasi tambahan agar anggota tetap terlibat.

Dampak Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang diterapkan menghasilkan dampak positif, antara lain meningkatnya kehadiran anggota dalam rapat, partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, serta meningkatnya rasa kebersamaan antar anggota. Loyalitas tidak hanya terlihat dari keikutsertaan dalam kegiatan, tetapi juga dari keterlibatan emosional anggota yang merasa bangga menjadi bagian dari Karang Taruna Sub Unit 032 (Al Rosyid, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang efektif dapat meningkatkan loyalitas anggota. Komunikasi dua arah dan partisipatif memungkinkan anggota merasa dihargai dan dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan teori strategi komunikasi organisasi menurut Effendy (2005) yang menekankan pentingnya perencanaan dan pengelolaan pesan untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu, penggunaan media digital seperti WhatsApp mempercepat arus informasi, namun tetap perlu diseimbangkan dengan komunikasi tatap muka untuk menghindari miskomunikasi. Loyalitas anggota terbentuk melalui kombinasi komunikasi formal, informal, digital, dan tatap muka yang dijalankan secara konsisten oleh ketua organisasi.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih berperan signifikan dalam meningkatkan loyalitas anggota. Strategi yang diterapkan menekankan komunikasi dua arah, keterbukaan, partisipasi, serta pendekatan interpersonal yang empatik. Melalui gaya komunikasi demokratis, penggunaan media digital yang efektif, dan interaksi tatap muka yang konsisten, ketua berhasil menciptakan suasana organisasi yang inklusif dan kondusif.

Loyalitas anggota tercermin dari kepatuhan terhadap aturan, tanggung jawab dalam menjalankan peran, partisipasi aktif dalam kegiatan, serta rasa memiliki yang kuat terhadap organisasi. Meskipun terdapat hambatan berupa kurangnya respons di media digital dan keterbatasan waktu anggota, ketua mampu mengantisipasinya dengan pendekatan personal dan fleksibilitas dalam pembagian peran.

Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa komunikasi yang empatik dan adaptif menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan organisasi kepemudaan. Bagi praktisi organisasi, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi agar strategi komunikasi tidak hanya terfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada membangun kedekatan emosional. Bagi akademisi, penelitian ini menambah literatur tentang komunikasi organisasi berbasis komunitas di tingkat lokal. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian pada perbandingan strategi komunikasi antar unit Karang Taruna atau organisasi pemuda lainnya

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulisan jurnal dengan judul “*Strategi Komunikasi Organisasi Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota*” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

(1) Bapak/Ibu dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. (2) Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih, Saudara Hendi Yuliawan, beserta seluruh anggota yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga dalam proses penelitian. (3) Pihak Universitas Bina Sarana Informatika yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. (4) Rekan-rekan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi organisasi dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Abijaya, S., Wildanu, E., & Jamalud, A. (2021). Peranan kepemimpinan dalam organisasi (Studi kasus peran pimpinan dalam menjaga soliditas karyawan di PT. Nippon Indosari Corpindo). *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.36787/jsi.v4i1.442>
- Al-Rosyid, M. H. (2020). Analisis komunikasi organisasi dalam membangun loyalitas mahasiswa guru Pondok Modern Darussalam Gontor Kampus 2. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 2(2), 221. <https://doi.org/10.21111/sjic.v2i2.3181>
- Asri, I. (2022). Strategi komunikasi organisasi dalam membangun semangat kerja pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI. *Ikon: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267–285. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615>
- Budi Mulia, J., & Maharani, D. (2023). Pola komunikasi organisasi Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Palembang dalam membangun loyalitas anggota. *Wardah*, 24(2), 92–104. <https://doi.org/10.19109/wardah.v24i2.19279>
- Fadhl, M. N. (2021). Strategi komunikasi organisasi di MIS Azzaky Medan. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 2(2), 8–21. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jesa/article/view/139>
- Fithriyyah, M. U. (2021). *Dasar-dasar teori organisasi*. Irdev. <https://repository.uin-suska.ac.id/59799/1/Dasar-Dasar%20Teori%20Organisasi.pdf>

- Gunawan, S. (2021). *Strategi komunikasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program aplikasi Si-Eka* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Harahap, S. M., Sri Rizky, J. W., & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi komunikasi organisasi* (First). Prenada.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>
- Hemeto, A. O., Ratnasari, D., & Saputra, A. (2023). Aktivitas komunikasi organisasi dalam mempertahankan solidaritas organisasi HMP-IK Universitas Ichsan Gorontalo. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 129–140. <https://doi.org/10.59713/jipik.v2i2.642>
- Karyati, S., Indrawati, N., Janah, R. R., & Suwandi. (2025). Implementasi teori organisasi dalam pengelolaan klinik pelita: Pendekatan multidimensi. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1151–1161. <https://doi.org/10.63822/rkvnrf69>
- Putra, H. R. (2020). Bentuk komunikasi organisasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 68–79. <https://doi.org/10.35308/source.v5i2.1714>
- Rakista, P. M. (2024). Analisis teori organisasi post-modern dalam organisasi privat (Studi kasus perusahaan Traveloka). *ACITYA: Jurnal Vokasi Bisnis Digital, Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah dan Usaha Perjalanan Wisata*, 2(2), 32–39. <https://doi.org/10.70871/acitya.v2i2.23>
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., & Arifudin, O. (2021). *Komunikasi organisasi* (First). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Suhardi, A., Ismilasari, I., & Jasman, J. (2021). Analisis pengaruh loyalitas dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1117–1124. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.421>