



POLA KOMUNIKASI ORGANISASI KESATUAN AKSI MAHASISWA MUSLIM INDONESIA (KAMMI) DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSINYA DI KOTA BEKASI

Siskamia Oktafiani¹, Budi Suswanto²

siskamia.oktafiani7@gmail.com¹, budisuswanto@ibm.ac.id² Program Studi Ilmu Komunikasi^{1,2} Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

Abstract

Organizational communication is the delivery of messages or information from one party to another within an organization to achieve certain goals. An organizational communication pattern is a method of communicating that involves conveying a message from the sender to the recipient in such a way that it can be understood. This research is motivated by thoughts related to communication phenomena that occur within the Indonesian Muslim Student Action Unit (KAMMI) organization and the researcher's desire to find out how the communication pattern used by KAMMI explains its existence in Bekasi City. The research method used in this study is a qualitative research method using an interpretive paradigm. Data collection was obtained through observation, interviews, and documentation. The results of this study are the communication pattern used by KAMMI Bekasi City, namely the organizational communication pattern run by KAMMI Bekasi City in accordance with Joseph A. Devito's theory, and several organizational activities that are able to support the existence of the Bekasi City KAMMI organization.

Keywords: *Communication, Communication Pattern, Organization Communication, National Front of Indonesian Muslim Students, Existence.*

PENDAHULUAN

Komunikasi dalam kehidupan manusia sangatlah penting dan harus terus dipelajari sehingga dapat melakukan komunikasi secara efektif demi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Penggunaan komunikasi terus menerus mengalami perubahan dan perkembangan seiring dengan berkembangnya teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi akan lebih mudah dalam mencapai berbagai tujuannya.

Komunikasi menurut Harold Lasswell dalam bukunya *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005:10) mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab sebagai berikut: “Siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa berpengaruh” atau “siapa menyampaikan apa yang disampaikan kepada siapa dan dengan akibat apa”. Hal ini menjelaskan adanya pesan yang disampaikan oleh individu, kelompok, organisasi dan masyarakat. Begitupun dengan si



penerima pesan dapat berupa seorang anggota organisasi, kelompok masyarakat, maupun anggota organisasi secara menyeluruh.

Seperti halnya salah satu organisasi eksternal kampus yang ada di Kota Bekasi yaitu organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI). KAMMI adalah salah satu organisasi di luar lingkungan kampus (eksternal). KAMMI yang merupakan persatuan dari mahasiswa muslim di Indonesia yang lahir di era reformasi yaitu tepatnya tanggal 29 Maret 1998 di Malang. KAMMI adalah organisasi ekstra kampus yang menghimpun mahasiswa muslim seluruh Indonesia secara lintas sektoral, suku, ras dan golongan. KAMMI menghimpun segenap mahasiswa muslim Indonesia yang bersedia bekerja sama membangun negara dan bangsa Indonesia. KAMMI berperan sebagai wadah dan mitra bagi mahasiswa Indonesia yang ingin menegakkan keadilan dan kebenaran dalam wadah negara hukum Indonesia melalui tahapan pembangunan nasional yang sehat dan bertanggung jawab.

Meski dengan ideologi yang mencakup keseluruhan lapisan, namun masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui keberadaan organisasi KAMMI di Kota Bekasi. KAMMI di Kota Bekasi sendiri memiliki dua komisariat yang menjadi pusat pergerakan paling dasar di dalam organisasi ini. Dua komisariat tersebut ditempatkan di dua lokasi yang berbeda, yakni di dua kampus ternama di Kota Bekasi. Komisariat pertama berada di kampus Bani Saleh dan yang kedua berada di kampus Universitas Islam '45 Bekasi (Unisma). Lalu dari masing-masing komisariat memiliki beberapa kampus yang dinaunginya, yang dapat termasuk kedalam komisariat Bansal maupun Unisma Bekasi.

Kedua komisariat ini, berada di bawah naungan dari Pengurus Daerah KAMMI Kota Bekasi. Sehingga seluruh aktifitas keorganisasian di tingkat komisariat akan selalu memiliki kolerasi dengan Pengurus Daerah KAMMI Kota Bekasi. Sehingga tujuan dalam organisasi KAMMI Kota Bekasi dapat terwujud dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang baik antara Pengurus Daerah dengan komisariat. Di dalam organisasi KAMMI Kota Bekasi terdapat kegiatan-kegiatan yang bersifat internal maupun eksternal. Hal ini berarti organisasi memiliki pola komunikasi organisasi dua arah, tidak hanya terjadi di internal organisasi saja namun terjadi ke eksternal organisasi KAMMI Kota Bekasi.

Begitupun dengan kenyataan bahwa eksistensi sebuah organisasi dapat dilihat dari banyaknya kader atau anggota yang setiap kali masa perekrutan/pengkaderan semakin meningkat. Namun sebaliknya jika jumlah kader atau anggota yang masuk semakin sedikit, maka dapat disimpulkan bahwa eksistensi sebuah organisasi tersebut mengalami penurunan.

Berikut data kader dari KAMMI Kota Bekasi 3 tahun terakhir:

1. Tahun 2019: 36 orang yang terdiri dari 16 orang laki-laki dan 20 orang perempuan.
2. Tahun 2020: 28 orang yang terdiri dari 11 laki-laki dan 7 orang perempuan.
3. Tahun 2021: 16 orang yang terdiri dari 10 laki-laki dan 6 orang perempuan.

Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi KAMMI Kota Bekasi mengalami penurunan di tiga tahun terakhir berdasarkan data kader yang masuk setiap tahunnya.



Melihat fenomena yang terjadi pada organisasi KAMMI Kota Bekasi tersebut, peneliti merasa tertarik melakukan suatu penelitian. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan perspektif komunikasi organisasi, peneliti menuangkan tema penelitian ke dalam sebuah skripsi dengan judul “Pola Komunikasi Organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) dalam Meningkatkan Eksistensinya di Kota Bekasi”

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang digunakan organisasi dan faktor pendukung organisasi KAMMI dalam rangka meningkatkan eksistensinya di Kota Bekasi.

Manfaat yang diharapkan secara akademis, menambah wawasan dan menambah ilmu tentang bagaimana membuat penelitian ilmiah yang baik dan benar. Serta menambah wawasan tentang pola komunikasi organisasi yang digunakan oleh organisasi eksternal kampus untuk meningkatkan eksistensinya khususnya di Kota Bekasi. Manfaat yang diharapkan bagi praktisi, penelitian ini diharapkan menjadi inspirasi bagi KAMMI Kota Bekasi sebagai tambahan referensi bahan pustaka dalam melakukan komunikasi organisasi untuk meningkatkan eksistensinya.

KAJIAN LITERATUR

Pola Komunikasi

Model komunikasi adalah bentuk atau cara di mana seseorang atau kelompok berkomunikasi. Model komunikasi dalam konsep ini adalah kegiatan suatu kelompok atau individu dalam berkomunikasi berdasarkan teori komunikasi untuk menyampaikan pesan atau mempengaruhi media agar tercapai tujuan yang disepakati.

Menurut De Vito (2007:30) Berbagai cara komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Model komunikasi primer adalah proses komunikasi dari medium ke medium dengan menggunakan simbol sebagai media atau saluran. Dalam model ini terbagi menjadi dua simbol, yaitu simbol verbal dan nonverbal.
2. Model komunikasi sekunder adalah suatu proses dimana suatu media menyampaikan pesan kepada media lain dengan menggunakan alat atau media sebagai media kedua setelah menggunakan simbol pada media pertama.
3. Pola komunikasi linier mencakup pengertian langsung, artinya berpindah dari satu titik ke titik lain dalam garis lurus, artinya pesan ditransmisikan dari medium ke medium sebagai titik akhir. Jadi proses komunikasi ini biasanya melibatkan komunikasi tatap muka, namun ada kalanya juga komunikasi dimediasi.
4. Pola komunikasi sirkuler secara harfiah sirkular artinya bulat, bulat atau melingkar. Umpan balik muncul dalam proses spiral, yaitu aliran dari medium ke medium, sebagai faktor utama keberhasilan komunikasi. Dalam model komunikasi ini, proses komunikasi terus berlanjut, yaitu. terjadi umpan balik antara komunikator dan komunikator.



Komunikasi Organisasi dan Fungsinya

Menurut Katz dan Robert Kahn (Rohim, 2016:124) “Komunikasi organisasi adalah pertukaran informasi dan simbol/makna dari individu ke individu lain atau ke individu dalam suatu organisasi.” Sementara itu, menurut Thayer (2016:124), “Komunikasi organisasi adalah arus informasi yang melayani proses komunikasi dan komunikasi organisasi dalam berbagai cara.” Thayer mengatakan organisasinya memiliki setidaknya tiga sistem komunikasi. Yang pertama mengacu pada pekerjaan organisasi, seperti tugas fungsional organisasi; yang kedua berkaitan dengan manajemen organisasi, seperti aturan, perintah dan kebijakan; ketiga terkait dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi, seperti B. Hubungan dengan individu dan kelompok kepentingan yang menjadi organisasi publik.

Kadri (dikutip dalam Rohim, 2016:126-128) baik dalam organisasi yang berorientasi komersial maupun sosial, komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi empat fungsi, yaitu fungsi informatif, regulasi, persuasif, dan integratif. Fungsi komunikasi dalam organisasi kemudian dijelaskan secara rinci sebagai berikut: a. fungsi informasi, b. fungsi pengaturan, c. fungsi persuasif, d. integratif

Jenis-Jenis Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan hal penting dalam pengelolaan suatu organisasi untuk mendukung berfungsinya sistem yang ada dalam organisasi tersebut. Ada dua jenis komunikasi organisasi, diantaranya:

1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah pertukaran pesan yang dilakukan oleh orang-orang dalam suatu organisasi, mis. B. Komunikasi antara manajer dan bawahan, bawahan. Komunikasi ini dapat berlangsung antar individu atau dalam bentuk komunikasi kelompok. Media massa dapat digunakan untuk komunikasi primer dan sekunder. Komunikasi internal dibagi menjadi dua bidang, yaitu komunikasi horizontal dan vertikal.

- 1) Komunikasi horizontal. Komunikasi horizontal adalah komunikasi antara fungsi-fungsi lain dalam organisasi, mis. B. Karyawan dengan karyawan, manajer dengan manajer. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang lebih formal, komunikasi horizontal kebanyakan bersifat informal.
- 2) Komunikasi vertikal. Komunikasi vertikal, mis. komunikasi dari atas ke bawah (down communication) dan dari bawah ke atas (up communication), komunikasi dari atasan ke bawahan dan dari bawahan ke atasan dua arah (two way communication). Dalam komunikasi vertikal, seorang pemimpin memberikan arahan, instruksi, informasi, dll kepada bawahan.

Komunikasi vertikal terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a) Komunikasi dari atas ke bawah (komunikasi ke bawah). Komunikasi dimulai dari tingkat atas manajemen organisasi dan kemudian ke bawah melalui rantai komando.



Komunikasi mengalir dari satu tingkat ke tingkat yang lebih rendah. Flippo (dalam Mangkunegara 2008:152) menyatakan bahwa komunikasi dari atasan ke bawahan adalah “pesanan berantai, pemberitahuan dinding dan poster, majalah perusahaan, surat karyawan, buku pegangan karyawan, papan buletin, sistem telepon umum, laporan tahunan, rapat kelompok atau departemen”.

- b) Komunikasi Ke Bawah (Upward Communication). Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan ke atasan atau dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Tujuan dari pemberitahuan ini adalah untuk memberikan komentar, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ke atas membantu karyawan menangani masalah pekerjaan mereka dan meningkatkan keterlibatan mereka dalam pekerjaan dan organisasi mereka (Harriman, 1974).

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Dalam organisasi besar, komunikasi ini sebagian besar ditangani oleh manajer PR dan bukan oleh manajer itu sendiri. Sesuatu yang membuat manajemen terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting.

Eksistensi

Menurut Sjafirah dan Prasant (2016:3-4), keberadaan diartikan sebagai keberadaan. Eksistensi yang relevan adalah adanya efek pada kehadiran atau ketidakhadiran kita. Keberadaan ini harus "diberikan" kepada kita oleh orang lain, karena justru melalui reaksi orang-orang di sekitar kita membuktikan keberadaan atau pengakuan kita. Masalah nilai-nilai yang ada sangat penting, karena menyangkut bukti kerja atau aktivitas di lingkungan. Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa:“Keberadaan berarti keberadaan, ruang, keberadaan” (Idrus, 1996:95).

Loren Bagus (1996:183), eksistensi berasal dari kata eksistensi, yang berasal dari kata latin *existere*, yang berarti tampak, ada, timbul atau benar-benar ada. Eksistensi sendiri berasal dari kata *ex* artinya di luar dan *sister* artinya muncul atau muncul. Ada beberapa konsep keberadaan yang dijelaskan dalam empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah yang ada. Kedua, eksistensi adalah yang memiliki realitas. Ketiga, eksistensi adalah semua yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.

METODE PENELITIAN

Lokasi atau tempat dilaksanakannya proses penelitian adalah Sekretariat KAMMI Kota Bekasi. Dan yang menjadi objek penelitiannya adalah organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) itu sendiri serta waktu yang ditentukan untuk penelitian ini mengacu pada jadwal yang ditetapkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi yaitu sejak Bulan Mei sampai September 2022.



Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan informasi ataupun fakta yang ditemukan di lapangan secara mendalam. Dan untuk pendekatan penelitian, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Fenomenologi dan pendekatan Psikologis.

Peneliti juga memilih narasumber dengan menentukan Informan dan Key Informan yang dapat melengkapi informasi yang dibutuhkan penelitian ini. Dalam hal ini Key Informan terdiri dari ketua KAMMI Kota Bekasi dan informan terdiri dari anggota KAMMI Kota Bekasi. Serta terdapat juga validitas narasumber yaitu anggota GMNI Kota Bekasi.. Total narasumber dalam penelitian ini berjumlah tujuh narasumber dengan ketentuan enam orang pengurus Organisasi KAMMI Kota Bekasi dan satu orang dari selaku validitas narasumber.

Dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara: Observasi, dalam kegiatan observasi ini peneliti langsung terjun ke dalam kegiatan organisasi KAMMI Kota Bekasi untuk dapat mengetahui secara langsung bagaimana proses komunikasi yang terjadi di dalam organisasi tersebut. Wawancara, dalam kegiatan ini peneliti melakukan wawancara terhadap Ketua dan pengurus KAMMI Kota Bekasi untuk mendapatkan informasi valid yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pola Komunikasi Organisasi

Pola Komunikasi Primer, yang merupakan proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol/lambang sebagai media atau saluran. Dan pada pola ini terbagi menjadi dua lambang, yaitu lambang verbal dan nonverbal. Hal ini diperjelas oleh Rahmad Dani sebagai Ketua Umum KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa di dalam organisasi KAMMI, beliau sebagai Ketum melakukan komunikasi kepada anggota menggunakan bahasa Indonesia pada umumnya dan tentu saat penyampaian pesan itu, harus dibarengi dengan kontak mata, bahasa tubuh juga harus digunakan. Karena agar apa yang disampaikan akan sampai dengan baik kepada para anggota.

Pola Komunikasi Sekunder, proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media. Penjelasan tersebut diperkuat oleh penjelasan Iip Supriatna selaku Kabid. Pembinaan Kader KAMMI Kota Bekasi, menyatakan dalam berkomunikasi KAMMI Kota Bekasi biasanya pakai hp melalui WA group ataupun WA pribadi. Karena mungkin ada pesan yang belum sempat tersampaikan secara langsung saat rapat atau syuro.

Pola Komunikasi Linear, mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik yang lain secara lurus yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya komunikasi ini berlangsung hanya komunikasi satu arah saja karena tidak ada timbal balik dari komunikator. Hal tersebut diperkuat oleh penjelasan dari Amalia Nur Rahmawati selaku Kabid. Ekososmas KAMMI Kota Bekasi, menyatakan



bahwa komunikasi semacam ini, biasanya ada saat acara formal. Seperti pidato atau sambutan yang biasanya dilakukan oleh Ketum ataupun anggota lain saat acara.

Pola Komunikasi Sirkular, dalam proses komunikasi sirkular terjadi feedback atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Penjelasan tersebut diperkuat oleh penjelasan dari Iffah Fithriyyah, selaku Sekretaris Jendral Bidang Kebijakan Publik KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa pada pola komunikasi ini di KAMMI Kota Bekasi biasanya ada pada saat sidang/musyawarah berlangsung. Dimana pasti terjadi komunikasi dua arah saat membuat mufakat dalam musyawarah yang dipimpin oleh pimpinan sidang, ketua umum dengan anggota yang lain.

Komunikasi Organisasi

Fungsi Komunikasi Organisasi menurut Dr. Kadri (dikutip dalam Rohim, 2016:126-128) dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi empat fungsi, yaitu fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Rahmad Dani, selaku Ketua Umum KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa komunikasi di KAMMI memiliki fungsi keempatnya yaitu fungsi informatif, regulatif, persuasif dan integratif. Karena KAMMI bisa mempengaruhi orang lain agar sependapat dengan marwah cita-cita perbaikan yang ditawarkan, melalui penawaran ide atau gagasan yang ditawarkan oleh organisasi dalam menyatukan seluruh elemen mahasiswa dan masyarakat untuk mencapai masyarakat yang madani dan rabbani.

Komunikasi Internal, sebagai pertukaran pesan yang dilakukan oleh orang-orang di dalam sebuah organisasi, seperti komunikasi antara pemimpin dengan bawahan, bawahan dengan sesamanya. Penjelasan tersebut diperkuat oleh Saprian Dani, selaku Kabid. Pengembangan Komisariat KAMMI Kota Bekasi, yang menyatakan bahwa selalu ada komunikasi internal yang dilakukan, karena menjadi hal yang wajib dalam organisasi. Kalau tidak ada komunikasi internal, maka organisasi tidak akan berjalan baik. Namun jika komunikasinya lewat WA group masih banyak yang slow respon atau tidak respon, hal tersebut yang menjadikan komunikasinya terhambat.

Komunikasi Horizontal, yaitu komunikasi antara sesama jabatan dalam sebuah organisasi seperti karyawan dengan karyawan, pemimpin dengan pemimpin. Dalam hal ini diperjelas oleh pernyataan dari Iffah Fithriyyah, selaku Sekretaris Jendral Bidang Kebijakan Publik KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa beliau biasanya melakukan komunikasi dengan sesama teman di bidang/departemennya atau dengan anggota bidang lain untuk membicarakan soal proker, kegiatan mendatang dan lainnya.

Komunikasi Vertikal, yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*), adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik (*two-way traffic communication*). Hal ini diperjelas oleh Rahmad Dani, selaku Ketua Umum KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa di KAMMI Kota Bekasi beliau sebagai ketua biasanya memberikan



intruksi kepada bidang-bidang lain untuk melakukan proker ataupun kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan. Dan selain itu mereka para anggota tidak segan untuk bertanya kepada beliau tentang hal yang ingin ditanyakan mengenai informasi yang di sampaikan.

Komunikasi Eksternal, ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi seperti komunikasi dengan pimpinan organisasi lain, lembaga dan masyarakat lainnya. Penjelasan tersebut didukung oleh pernyataan dari informan, Fajar Febriyandi, selaku Ketua GMNI Unisma Bekasi, menyatakan bahwa Ketua KAMMI Kota Bekasi terkadang menghubungi untuk mendiskusikan persoalan/isu yang tengah terjadi, ajakan kerjasama atau kolaborasi kegiatan lainnya.

Media Komunikasi

Dalam sebuah proses komunikasi tidak terlepas dari sarana dan media yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah proses komunikasi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan pihak KAMMI Kota Bekasi, dalam berkomunikasi senantiasa menggunakan beberapa media sebagai sarana atau alat pendukung proses komunikasi. Hal tersebut dikemukakan oleh Iffah Fithriyyah, selaku Sekretaris Jendral Kebijakan Publik KAMMI Kota Bekasi mengatakan bahwa selain berkomunikasi secara langsung KAMMI Kota Bekasi juga menggunakan beberapa media untuk berkomunikasi. Ada WA group, instgram, facebook dan website. Ada juga atribut-atribut KAMMI seperti bendera, baju PDL, Kaos, masker dan pin KAMMI. Selain itu juga kami menggunakan media seperti banner, pamflet, brosur yang biasanya digunakan saat ada acara-acara besar. Dengan atribut-atribut itu pun secara tidak langsung berperan dalam eksistensi KAMMI.

Eksistensi

Menurut teori Loren Bagus (1996: 183), eksistensi berasal dari kata *existence* yang berasal dari Bahasa Latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, atau memiliki keberadaan aktual. *Existere* sendiri berasal dari kata *ex* yang berarti keluar dan *sister* yang berarti tampil atau muncul. Penjelasan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Lunika Fadluraby, selaku Sekretaris Jendral Bidang KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa KAMMI cukup terkenal dan eksis di lembaga pemerintahan karena sudah sering melakukan kolaborasi khususnya di tingkat daerah. Dan kurang, pada para mahasiswa karena gaya hidup mahasiswa yang lebih berorientasi pada kegiatan dalam kampus saja yang menjadikan eksistensi gerakan eksternal kampus seperti KAMMI kurang bahkan meredup. Dan masih banyak PR untuk masalah tersebut.

Kontribusi KAMMI Kota Bekasi, dalam upaya untuk meningkatkan eksistensi KAMMI di Kota Bekasi adalah dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan baik secara individu, setiap bidang maupun kerjasama antar bidang organisasi hingga kolaborasi dengan element masyarakat lainnya. Karena KAMMI Kota Bekasi memiliki program kerja yang ditujukan untuk internal dan eksternal organisasi. Seperti kegiatan Madrasah KAMMI, Dauroh KAMMI, dan kegiatan suplemen lainnya untuk internal organisasi. Sedangkan untuk kegiatan eksternalnya, seperti Rumah Pintar KAMMI, Diskusi Publik, kolaborasi bersama RKP dan



dengan elemen masyarakat lainnya. Hal tersebut diperjelas oleh Rahmad Dani, selaku Ketua KAMMI Kota Bekasi, menyatakan bahwa KAMMI Kota Bekasi melakukan berbagai kegiatan yang mendukung eksistensi KAMMI terus ada dan bisa meningkat. Kami melakukan berbagai kegiatan, seperti kegiatan Rumah KAMMI Pintar di Bantargebang, ikut terlibat dengan di acara lingkungan RT/RW sekitar sekretariat, diskusi-diskusi dengan tokoh masyarakat dan pemerintah, dan juga baru-baru ini KAMMI menjalin kerjasama dengan bawaslu Kota Bekasi untuk ikut serta mensukseskan pemilu yang akan diselenggarakan di Kota Bekasi.

KESIMPULAN

1. Pola komunikasi yang digunakan oleh organisasi KAMMI Kota Bekasi sesuai dengan teori pola komunikasi DeVito.
2. KAMMI Kota Bekasi melakukan komunikasi organisasi internal dan eksternal, dengan menjalankan berbagai fungsi komunikasi organisasi didalamnya.
3. KAMMI Kota Bekasi menggunakan berbagai media komunikasi dalam melakukan komunikasi organisasi dan sebagai bentuk upaya meningkatkan eksistensinya.
4. KAMMI Kota Bekasi memiliki eksistensi cukup baik di lingkungan pemerintahan, namun di lingkungan kemahasiswaan masih cukup rendah. Hal itu dikarenakan KAMMI Kota Bekasi telah melakukan banyak kolaborasi dengan elemen pemerintahan, sedangkan di lingkungan kampus terdapat kendala karena banyak organisasi internal kampus yang lebih diminati oleh mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Devito, Joseph. 1997. Komunikasi Antar Manusia. Jakarta: Professional Books.
- Gunawan, Imam. 2017. Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara
- Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta
- Muhamad Mufid. 2015. Etika dan Filsafat Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Stanley J. Baran. 2012. Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Alwi, Sufiyan. 2019. Pola Komunikasi Organisasi di Balai Pendidikan Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Diakses pada Juli 2022. Tersedia pada: <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/6385/>
- Arselan, F. (2021) Pola Komunikasi Komunitas Beatboys Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Kota Bandung. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia Bandung. Diakses pada Januari 2022. Tersedia pada: https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5473/1/UNIKOM_41817028_Fasya%20Fadilah%20Arselan_Cover.pdf
- Fia, Ismatul Aulia. 2021. Pola Komunikasi Organisasi Gerakan Pemuda Ansor (GP Ansor) Ranting Desa Pruwatan Dalam Membina Organisasi. Skripsi thesis, IAIN Purwokerto. Diakses pada Agustus 2022. Tersedia pada: <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9789/>



- Prasetya, A. (2019) Pola Komunikasi dalam Organisasi Ikatan Pelajar Mahasiswa Sumbawa Yogyakarta mempengaruhi minat mahasiswa berorganisasi. Skripsi. Yogyakarta. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa (APMD) Yogyakarta. Diakses pada Januari 2022. Tersedia pada: <http://repo.apmd.ac.id/910/>
- Ramadhani, Winda Devi. 2021. "Pola Komunikasi Organisasi dalam Membuat Karya Sastra pada Komunitas Ruang Sastra Universitas Negeri Medan." Medan: Universitas Negeri Medan. Diakses pada Agustus 2022. Tersedia Pada: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16913>
- Widianingsih, E. (2021) Pola Komunikasi Komunitas Badass Voice Over Indoneisa dalam Pengembangan Kemampuan Anggotanya di Bidang Sulih Suara. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia Bandung. Diakses pada November 202. Tersedia pada: [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5497/7/UNIKOM_41817151_Imas%20Widianingsih_BAB%](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5497/7/UNIKOM_41817151_Imas%20Widianingsih_BAB%20)