

STRATEGI KOMUNIKASI ORMAS PEMUDA PANCASILA JAKARTA SELATAN DALAM MEMPERBAIKI CITRA

COMMUNICATION STRATEGY JAKARTA SELATAN PEMUDA PANCASILA COMMUNITY ORGANIZATION IN IMPORVING IMAGES

Aldo Pardede¹, Yuliani Rachma Putri, S. Ip., MM²

^{1,2}Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹Aldopardede99@gmail.com , ²Yuliani.nurrahman@gmail.com

ABSTRAK

Berjalan dengan baik atau tidaknya kegiatan organisasi sebagian besar ditentukan oleh bagaimana Strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi, salah satunya dengan bagaimana cara organisasi tersebut mengkomunikasikan informasi-informasi dan kegiatan positif terkait dengan seperti apa sebenarnya organisasi tersebut dipandang masyarakat sehingga dapat merubah pandangan masyarakat terhadap pandangan buruk suatu organisasi. Pemuda Pancasila merupakan salah satu organisasi masyarakat nasional yang ada di Indonesia, dalam mencapai visi dan misi yang dimiliki Pemuda Pancasila. Pemuda Pancasila memiliki berbagai cabang yang ada di Indonesia agar visi dan misi dapat terlaksana secara menyeluruh, salah satunya adalah Pemuda Pancasila cabang Jakarta Selatan. Pandangan masyarakat terhadap Pemuda Pancasila Jakarta Selatan buruk dikarenakan kasus-kasus yang menimpa Pemuda Pancasila Jakarta Selatan sendiri selama 5 tahun terbelakang. Pemuda Pancasila memiliki strategi komunikasi tersendiri untuk mengubah paradigma masyarakat melalui berbagai macam cara yang positif agar dapat meruba pandangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pemuda Pancasila Jakarta Selatan dalam memperbaiki citra buruk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif berdasarkan pandangan post-positivisme. Dalam mengumpulkan data, penelitian dilakukan dengan Teknik Wawancara secara mendalam dan Observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemuda Pancasila Jakarta Selatan melakukan strategi komunikasi dengan baik, adapun langkah strategi komunikasinya melalui beberapa tahap, yaitu tahap perumusan masalah, tahap penetapan strategi komunikasi, tahapan strategi komunikasi, dan tahap evaluasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Citra, Komunikasi Organisasi, Pemuda Pancasila

ABSTRACT

Running well or not, organizational activities are largely determined by how the communication strategy used by the organization, one of them is how the organization communicates information and positive activities related to what the organization actually looks at so that it can change people's views of bad views an organization. Pemuda Pancasila is one of the national community organizations in Indonesia, in achieving the vision and mission of the Pancasila Youth. Pemuda Pancasila has various branches in Indonesia so that the vision and

mission can be carried out thoroughly, one of which is Pemuda Pancasila, South Jakarta branch. The public's view of Pemuda Pancasila South Jakarta is bad because of the cases that have befallen Pemuda Pancasila South Jakarta itself for 5 years backward. Pemuda Pancasila has its own communication strategy to change the paradigm of society in a variety of positive ways so that it can change people's views. This study aims to find out how the communication strategy of Pemuda Pancasila South Jakarta in improving bad image. This study uses a qualitative approach using qualitative research methods based on post-positivism views. In collecting data, research is conducted with in-depth interview techniques and observation. The results of this study indicate that the South Jakarta Youth Pancasila carries out a communication strategy well, as for the communication strategy steps through several stages, namely the problem formulation stage, the communication strategy determination stage, the communication strategy stage, and the evaluation phase.

keywords: *Communication Strategy, Image, Organizational Communication, Pemuda Pancasila*



PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk hidup yang tidak bisa hidup sendiri. Saat menjalankan kehidupan sehari-hari yang manusia butuhkan adalah Organisasi

Indonesia memiliki 34 Provinsi dan merupakan negara kepulauan terluas di Asia tenggara. Indonesia memiliki banyak budaya dan memiliki slogan Bhineka Tunggal Ika yang artinya berbeda-beda namun tetap satu. Setelah melihat sedikit fakta tentang Indonesia. Masyarakat yang tinggal didalam negara ini terbilang banyak dan memiliki kebudayaan yang berbeda-beda. Setelah melihat fakta-fakta diatas dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia hidup berkelompok. Organisasi Masyarakat adalah sekumpulan orang untuk mencapai tujuan dan memiliki sistem organisasi yang terstruktur

Pada tahun 2012 Menteri . Hal tersebut diungkapkannya ketika dikonfirmasi mengenai artikel yang ditulis Wall Street Journal tentang maraknya aksi kekerasan didaerah Indonesia

Setelah itu Pada tanggal 30 April 2018, kericuhan kembali terjadi tentang demonstrasi ganti presiden 2019 minggu pagi di CFD bundaran HI. Pada hari sabtu 29 april 2019 sebelum CFD terjadi Koordinator Forum Jihad Umat Islam (Forjuis) Kecamatan Setia Budi, Slamet Rujito, menyatakan kaus #Ganti Presiden 2019 akan ada di area ‘Car Free Day’

Peneliti telah merangkum beberapa Ormas yang mempunyai sedikit pendirian yang keras sehingga dapat menyebabkan ketidak sepehaman dengan ormas lain dan menyebabkan konflik yang berujung menjadi kericuhan antar ormas tersebut sehingga merugikan bagi ormas itu sendiri, lingkungan sekitar. Ormas yang penulis rangkum juga memiliki jaringan yang luas di wilayah Jakarta dalam bentuk tabel sebagai berikut:

No	Nama Ormas	Tanggal Organisasi di didirikan	Gambar Logo Ormas	Sumber
1	PP (Pemuda Pancasila)	28 Oktober 1959		Wikipedia.org (diakses pada tanggal 10 september 2018 pada pukul 16.00 WIB).
2	FBR (Forum Betawi Rempug)	Minggu Legi,8 Rabiul Tsani 1422 Hijiriah/ tanggal 29 juli 2001		http://rebutjakarta.blogspot.com/p/sejarah-berdirinya-forum-betawi-rempug.html (diakses pada tanggal 10 september 2018 pada pukul 16.05 WIB).
3	FPI (Front Pembela Islam)	Pada tanggal 17 agustus tahun 1998		https://id.wikipedia.org/wiki/Front_Pembela_Islam (diakses pada tanggal 10 september 2018 pukul 16.10 WIB).

(Sumber: Hasil olahan Peneliti)

Ketika Citra dikaitkan dengan masyarakat maka sistem organisasi yang terjadi pada Organisasi Masyarakat akan bekerja dengan baik. Karena citra didalam Organisasi Masyarakat dapat menjadi batu loncatan untuk mendapatkan simpati dari masyarakat yang bertujuan melaksanakan visi dan misi dari Organisasi masyarakat tersebut

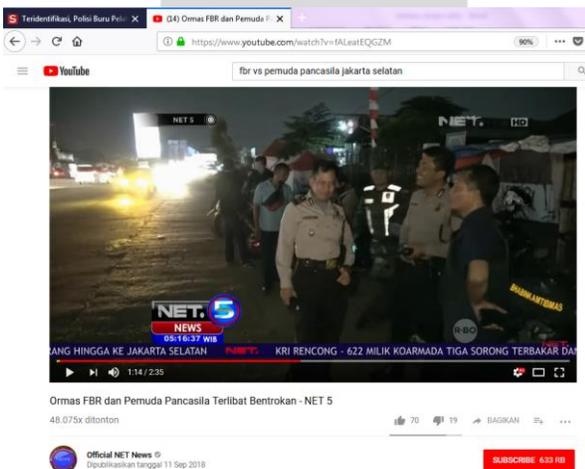
Pemuda Pancasila (PP) adalah satu dari beberapa Organisasi Masyarakat yang sudah terkenal dikalangan Masyarakat Indonesia. Pemuda Pancasila berdiri pada Tahun 28 Oktober 1959 didirikan oleh Jendral Abdul Haris Nasution. kantor Pusat Pemuda Pancasila adalah di DKI Jakarta pada Jl. Sahajo no 88, Jakarta Selatan. Pemuda Pancasila mempunyai tujuan Untuk melestarikan dan weujudkan Negara kesatuan republik untuk melestarikan dan mewujudkan Negara Kesatuan Republik Indonesia menjadi masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Tidak hanya menjadi pusat dari Pemuda Pancasila seluruh Indonesia. Wilayah

Pemuda Pancasila Jakarta Selatan tergolong luas dan memiliki berbagai anak cabang.

Dari Liputan media dan catatan kepolisian terjadi beberapa kasus yang menyebabkan suatu konflik antar ormas terjadi diantaranya sebagai berikut Berawal pada tahun 2014 Pihak Kepolisian resor Jakarta Selatan mengusut kasus perselisihan antar Ormas Forum Betawi Rempug (FBR) dan Pemuda Pancasila (PP) di mampang, Jakarta Selatan

Namun pada tahun 2018 ada kasus yang menimpa Pemuda Pancasila dibagian Jakarta Selatan kembali terjadi lagi sehingga menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap Ormas tersebut. Kasus yang dialami Pemuda Pancasila adalah pertikaian dengan Ormas FBR yang dimulai dari daerah Tangerang yang berkelanjutan sampai daerah Jakarta Selatan,

Tidak hanya pada media massa, kejadian ini tersebar luas melalui media sosial, seperti Youtube. Salah satu video yang diunggah oleh Official Net News tentang kejadian Bentrok antar kedua Ormas tersebut, Video yang berdurasi selama dua menit 35 detik, dan Dipublikasikan pada tanggal 11 Sep 2018 tersebut telah di tonton sekitar 48.000 kali.



(Sumber: Youtube.com)

Peneliti melihat pada video tersebut banyak tanggapan-tanggapan negatif yang diberikan oleh netizen perihal dengan kasus tersebut

Setelah melihat dua kejadian diatas penulis melihat citra yang buruk dimiliki oleh Pemuda Pancasila dilihat dari berita-berita yang sangat merugikan berbagai pihak, tidak hanya itu Pada kolom komentar Youtube banyak yang tidak menyukai adanya Pemuda Pancasila tersebut dan ingin Organisasi Masyarakat tersebut untuk dibubarkan. Ada beberapa faktor yang dapat merubah citra buruk, salah satunya adalah dengan Strategi komunikasi yang benar. Strategi komunikasi adalah suatu manajemen perencanaan yang menyeluruh dalam sebuah komunikasi untuk mencapai dampak yang diinginkan. Dampak dalam komunikasi dari suatu pembangunan didefinisikan sebagai kondisi komunikasi yang kemungkinan akan muncul pemikiran yang baik dari masyarakat secara sukarela, kritis, sadar, dan bertanggung jawab (Hamijoyo, 2001).

Setiap organisasi tentunya memiliki strategi komunikasi yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan, baik itu komunikasi internal maupun eksternal. Strategi komunikasi ini merupakan penentu efektif dan tepat saran atau tidak cara memperbaiki citra suatu organisasi. Oleh karena itu Peneliti tertarik untuk meneliti menganalisis “Strategi Komunikasi Ormas (Organisasi Masyarakat) PP (pemuda Pancasila) Jakarta Selatan dalam memperbaiki Citra”.

DASAR TEORI

Model Komunikasi

model komunikasi merupakan gambaran ideal dari proses komunikasi secara sederhana. Salah satu model komunikasi yang sering dikutip oleh ilmuwan lain adalah model komunikasi yang dibuat oleh Harrold Laswell dalam (Muhammad,2002: 5-7) menyatakan bahwa ada 5 komponen dalam terjadinya proses suatu komunikasi terjadi melalui tahapan pertama *who* (siapa), kedua *say what* (mengatakan apa), ketiga *In which medium* (dalam media apa), keempat kepada siapa (*to whom*), dan yang terakhir merupakan *what effect* (efek yang ditimbulkan).

Penjelasan dari model komunikasi menurut Laswell adalah:

1. *Who* (siapa) Pembicara yang ingin menginformasikan suatu hal dalam berbagai bentuk Komunikator (orang yang memberi informasi).
2. *Say What* (mengatakan apa) maksud dari kalimat ini adalah isi dari komunikasi atau pesan yang disampaikan pembicara.
3. *In Which Medium* (dalam media apa) melalui media apa pesan tersebut disampaikan yang dimaksud dengan media disini adalah alat komunikasi dapat berupa Komunikasi Verbal dan Non verbal serta penyebarluasan seperti melalui media massa.
4. *To Whom* (kepada siapa) maksudnya dari kalimat ini adalah kepada siapa komunikasi dan informasi yang telah pembicara sampaikan.

Strategi Komunikasi

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A dalam bukunya, mengemukakan bahwa Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan organisasi (Effendy,2009:32). Menurut Lasswell dalam (Effendy,2009: 10) Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media yang mengakibatkan efek tertentu kepada komunikan. Jika dikaitkan strategi dan komunikasi adalah melakukan perencanaan dalam menyampaikan pesan. Strategi Komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.(Effendy,2009: 32).

Tahap perumusan masalah

Perumusan tujuan komunikasi dalam melakukan analisis masalah, perhatian harus terarah pada faktor-faktor penyebab perbedaan perilaku khalayak sasaran terhadap hal-hal yang diinginkan atau yang hendak dituju. Hal tersebut menyebabkan perumusan masalah harus bisa menjelaskan beberapa hal krusial seperti metode, objek, hubungan antarvariabel, dan tujuan dibuatnya strategi komunikasi. Perumusan masalah merupakan titik tolak

sebuah proses yang menentukan strategi komunikasi

Perumusan tujuan komunikasi dalam melakukan analisis masalah, perhatian harus terarah pada faktor-faktor penyebab perbedaan perilaku khalayak sasaran terhadap hal-hal yang diinginkan atau yang hendak dituju. Hal tersebut menyebabkan perumusan masalah harus bisa menjelaskan beberapa hal krusial seperti metode, objek, hubungan antarvariabel, dan tujuan dibuatnya strategi komunikasi. Perumusan masalah merupakan titik tolak sebuah proses yang menentukan strategi komunikasi

Penetapan Strategi Komunikasi

Penetapan strategi merupakan langkah yang penting. dalam memilih strategi agar berjalan efektif dan tepat akan sasaran,perlu dilakukan analisis untuk menetapkan strategi (Cangara,2013: 103-106).

a. Analisis SWOT

Teknik analisis yang digunakan untuk mengukur S: *Strengths* kekuatan atau kelebihan yang dimiliki. W:*Weakness* kelemahan/kekurangan yang dimiliki. O:*Opportunities* Peluang yang dimiliki. T:*Threaten* Ancaman yang dimiliki.

b. Analisis Akar Masalah(*Root Cause Analysis=RCA*)

Teknik analisis yang berfokus pada penyebab masalah terjadi. Tidak hanya melihat gejala suatu masalah. Tujuan analisis akar masalah adalah apa sebenarnya masalah yang terjadi, mengapa masalah tersebut bisa terjadi, dan apa yang bisa dilakukan untuk menghindari masalah tersebut

Tahapan Strategi Komunikasi

Menurut (Cangra, 2013: 108-150) strategi komunikasi strategi memiliki beberapa tahapan yaitu:

a. Menentukan Komunikator

Dalam berbagai analisis komunikasi, komunikator sebagai sumber dan pemegang kendali seluruh aktivitas komunikasi. Karena itu bila proses kegiatan komunikasi tidak berhasil

dengan baik, maka dampak dari kesalahan utama berasal dari seorang komunikator, karena komunikator belum sepenuhnya memahami penyusunan pesan, pemilihan media yang tepat, dan penyampaian yang kurang jelas mengenai informasi kepada penerima yang menjadi target sasaran.

b. Menetapkan Target Penerima pesan / audience

Dalam studi komunikasi masyarakat dapat disebut dengan khalayak (*audience*).Memahami khalayak sangat lah penting karena semua aktivitas komunikasi mengarah kepada khalayak, karena Mereka yang memastikan suatu program berhasil atau tidak, bagaimana pun pesan dikemas, jika khalayak tidak tertarik dengan aktifitas maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan dianggap sia-sia atau tidak berguna.

c. Menyusun pesan yang akan dikomunikasikan

Menyusun pesan adalah hal yang berguna agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh komunikan secara jelas. Sifat pesan juga dibahas dalam teknik penyampaian pesan, sifat pesan ada tiga yaitu, informatif adalah pesan yang berisi fakta-fakta yang ada, edukatif pesan yang bertujuan untuk memberikan didikan yang bertujuan untuk perubahan, dan persuasif pesan yang disusun untuk mengubah pandangan, sikap, tingkah laku, pengetahuan. Menurut (Cangra, 2013:115) ada dua teknik pesan yaitu *one-side Issue* dan *two-side Issue*. *One side issue* adalah teknik penyampaian pesan yang hanya menonjolkan satu sisi kebaikan atau keburukan. Artinya komunikator dalam menyampaikan pesan harus memberi tekanan pada kebaikan maupun keburukan. Sedangkan *two-side Issue*, yaitu teknik penyampaian pesan dimana komunikator selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik.

d. Memilih Saluran dan Media Komunikasi

Dalam penggunaan sarana media komunikasi harus dilakukan pemilihan yang tepat dimulai melihat ulang karakteristik isi dan tujuan dari sebuah pesan yang akan disampaikan, dan media yang digunakan serta

dimiliki oleh masyarakat secara luas setiap harinya. Yang dimaksud isi dari sebuah pesan adalah seperti apa pesan dikemas lalu diarahkan kepada masyarakat secara luas dan kemasan pesan untuk kelompok serta organisasi yang khusus dan berbeda dari yang lain.

Evaluasi

Menurut (Cangara,2013: 148) evaluasi dapat diartikan cara penilaian serta pengkajian berhasil apa tidaknya strategi komunikasi yang dilakukan saat kegiatan telah berlangsung, untuk fokus dalam hal perbaikan serta peningkatan berhasil atau tidak target yang telah terlaksana sebelumnya. Evaluasi juga digunakan sebagai alat ukur sampai titik apa kegagalan dan keberhasilan pada suatu kegiatan.

Evaluasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu Evaluasi Programm, Evaluasi Manajemen

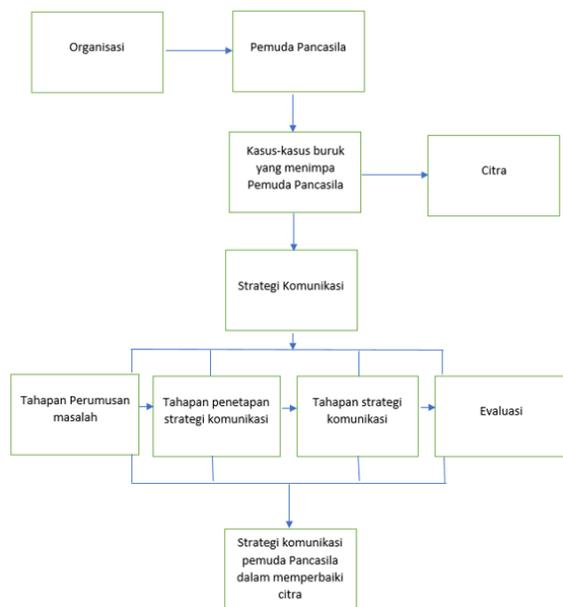
Organisasi

Schein (1982) dalam Muhammad (2002: 23) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa organisasi yaitu kegiatan untuk mencapai beberapa tujuan umum dan fungsi melalui pembagian pekerjaan dan tanggung jawabnya. Selajutnya menurut Kocther (1976) dalam Muhammad (2002: 23) Organisasi yaitu untuk mencapai tujuan tertentu dengan mengkoordinasikan usaha kelompok dengan sebuah sistem hubungan yang terstruktur.

Citra

Citra adalah *a picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang terdapat di dalam pikiran seseorang. Menurut Holt, Runehart, dan Winston dalam Syarifuddin dan Suryanto (2016 :156). Sedangkan menurut Bill Canton dalam S. Soemirat dan Adrianto (2007:111) Citra adalah kesan, perasaan dan gambaran diri public terhadap perusahaan. Menurut Frank jefkins dalam S. Soemirat dan Adrianto (2007: 114) Citra adalah pendapat individu mengenai sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Setelah mendapat pengertian dari berbagai ahli tentang citra dapat disimpulkan citra adalah gambaran terhadap suatu objek didalam pesan maupun kesan.

KERANGKA PEMIKIRAN



Pak Musta'in, dan informan pendukung kedua pak Yoga Budi. Sedangkan Data Sekunder yang digunakan peneliti adalah Internet, Surat Kabar, dan Buku

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, peneliti dapat memaparkan dan menganalisis segala bentuk data yang didapatkan pada saat wawancara mengenai strategi komunikasi Ormas Pemuda Pancasila Jakarta Selatan Dalam memperbaiki citra.

Tahapan perumusan masalah

Perumusan masalah merupakan hal awal yang dilakukan dalam menentukan strategi komunikasi. Masalah adalah selisih antara harapan dan kenyataan untuk menemukan suatu masalah maka diperlukan fakta (Cangara,2013: 102). Pada Pemuda Pancasila sendiri masalah yang dihadapi adalah pandangan yang buruk tentang Pemuda Pancasila seperti sikap Premanisme, dan kegiatan-kegiatan yang dinilai haram oleh masyarakat. Setelah melihat masalah dari Pemuda Pancasila, maka Pemuda Pancasila membuat Strategi komunikasi dengan tujuan memperbaiki pandangan masyarakat terhadap Pemuda Pancasila itu sendiri.

Tahapan penetapan strategi komunikasi

Peneliti telah melihat Pemuda Pancasila Jakarta Selatan sendiri telah menggunakan dua teknik analisis penetapan Strategi Komunikasi yang ada yaitu analisis SWOT dan analisis akar masalah. Analisis SWOT adalah analisis yang melihat kekuatan atau kelebihan yang dimiliki Pemuda Pancasila. melihat kelemahan/kekurangan yang dimiliki Pemuda Pancasila. Peluang yang dimiliki Pemuda Pancasila, serta ancaman yang dimiliki pihak Pemuda Pancasila pada pihak eksternal maupun pihak internal. Setelah melakukan Wawancara terhadap informan peneliti mendapat hasil bahwa kelebihan (*strength*) yang dimiliki Pemuda Pancasila di masyarakat terdiri dari berbagai macam hal seperti, Pemuda Pancasila merupakan Organisasi masyarakat Nasional yang berada di seluruh wilayah Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang menimbulkan penemuan-penemuan yang tidak tercapai dengan memanfaatkan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi (Ghony & Almanshur, 2012:25)Subjek dalam penelitian ini adalah seseorang ataupun hal yang diperoleh keterangan informasi tentang suatu kejadian. Berdasarkan penjelasan tersebut (Amirin,1989) , maka subjek penelitian adalah Ormas(Organisasi) Pemuda Pancasila Jakarta Selatan

Objek penelitian adalah strategi komunikasi Pemuda Pancasila yang digunakan untuk memperbaiki Citra. Peneliti berikut ini mempelajari tentang penggunaan strategi oleh Pemuda Pancasila Regional Jakarta Selatan dalam memperbaiki citra mereka melalui proses, Penetapan strategi komunikasi, tahapan strategi komunikasi, Pelaksanaan strategi komunikasi dan evaluasi. Sumber data yang digunakan yaitu dengan cara mencari informasi dalam menyelesaikan sebuah masalah (Djamal, 2015:63). Data yang digunakan peneliti adalah data primer dan sekunder. Data Primer terdiri dari tiga informan, yaitu informan kunci yaitu Pak Dody Toisuta, informan pendukung pertama

Analisis akar masalah adalah Teknik analisis yang berfokus pada penyebab masalah terjadi. Tidak hanya melihat gejala suatu masalah. Tujuan analisis akar masalah adalah apa sebenarnya masalah yang terjadi (Cangara, 2013: 103-106).

Setelah melakukan pertanyaan kepada seluruh informan peneliti mendapatkan hasil bahwa awal akar masalah dari Pemuda Pancasila sendiri adalah perbedaan pemikiran yang sering terjadi terhadap Organisasi masyarakat lain yang akhirnya menyebabkan konflik serta pertikaian yang berkelanjutan hingga menyebabkan baku hantam antar Organisasi Masyarakat yang merugikan

Kekurangan yang dimiliki Pemuda Pancasila terdiri dari SDM yang kurang profesional dan berpendidikan, Pemetaan wilayah yang berarti kurangnya pengetahuan seputar lokasi. Berikutnya peneliti merangkum tentang peluang Pemuda Pancasila merubah pandangan masyarakat terhadap Pemuda Pancasila dimulai dari, menciptakan peluang-peluang pekerjaan untuk para anggota yang bekerja sama, bekerja sama dengan Pemprov, dan melakukan kegiatan sosial

Tahapan strategi komunikasi

A. Menentukan Komunikator

Pemilihan komunikator yang dilakukan melibatkan semua anggota Pemuda Pancasila untuk menjadi komunikator. Pada Pemuda Pancasila sendiri tidak setiap anggotanya menjadi Komunikator secara menyeluruh melainkan setiap anggota biasa hanya mengikuti arahan yang dibuat oleh atasan, namun untuk klarifikasi tingkat nasional seperti jumpa pers yang akan turun adalah Humas dari Pemuda Pancasila serta orang-orang yang berkaitan terhadap kasus seperti MPC majelis pimpinan cabang), PAC (pimpinan anak cabang).

B. Menetapkan target penerima pesan

Pemuda Pancasila memilih untuk fokus hanya di daerah Jakarta Selatan karena, Daerah Jakarta Selatan merupakan pusat dari Pemuda Pancasila, dimulai dari MPN (Majelis Pimpinan

Nasional), MPW (Majelis Pimpinan Wilayah) berada di Jakarta Selatan.

C. Menyusun Pesan

Menyusun pesan merupakan hal yang membantu komunikator dalam menyampaikan informasi agar lebih efektif dan efisien, pesan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh masyarakat secara luas dan memiliki banyak makna. (Cangara, 2013: 113). Pesan yang digunakan Pemuda Pancasila dalam memperbaiki citra bersifat Edukatif, dan persuasive. Teknik Penyusunan pesan yang digunakan adalah *One-side Issue*.

D. Memilih media

Memilih media komunikasi harus melihat karakteristik dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Menurut UNESCO dalam Cangara (2013: 121). Pemilihan media dikalangan masyarakat sasaran Pemuda Pancasila. Pada pemilihan media Pemuda Pancasila menguatkan pemberian informasi melalui media lama berupa saluran komunikasi kelompok yaitu menggunakan anggota Pemuda Pancasila dalam menyampaikan informasi terkait dengan citra-citra yang ingin dirubah oleh Pemuda Pancasila, dan Pemuda Pancasila sendiri memfokuskan nya kepada kegiatan sosial, setelah itu Pemuda Pancasila memiliki media luar ruang, Saluran Komunikasi Publik pun digunakan oleh Pemuda Pancasila

Selain itu Pemuda Pancasila menggunakan beberapa *tool new media* seperti, Media Sosial Pemuda

Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi juga dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya (Cangara, 2013: 148). Pemuda Pancasila selalu mengadakan evaluasi setiap kegiatan telah dilaksanakan adapun pembahasan tentang

evaluasi Pemuda Pancasila terkait dengan sejauh mana kegiatan yang dilakukan Pemuda Pancasila dapat diterima di masyarakat

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak Pemuda Pancasila Jakarta selatan berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari strategi komunikasi Pemuda Pancasila Jakarta selatan sesuai dengan pendapat Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* yang menyebutkan bahwa hal penting yang dilakukan sebelum melaksanakan strategi komunikasi hal yang pertama dilakukan adalah perumusan masalah Pemuda Pancasila telah membuat rumusan masalah terkait dengan Citra buruk yang menimpa Pemuda Pancasila sendiri. Setelah itu hal yang dilakukan adalah penetapan strategi Pemuda Pancasila sendiri menggunakan dua model analisis dalam penetapan Strategi komunikasi yaitu analisis SWOT, dan analisis akar masalah. Setelah itu pada tahapan Strategi komunikasi cara Pemuda Pancasila menentukan komunikator adalah mengajak seluruh anggota menjadi komunikator namun untuk porsi yang lebih seperti jumpa pers, klarifikasi media akan ditanggung jawabkan oleh petinggi-petinggi di setiap wilayah, setelah menentukan komunikator Pemuda Pancasila menetapkan target penerima pesan, target penerima pesan yang ditetapkan oleh Pemuda Pancasila ialah seluruh masyarakat yang berada di Jakarta Selatan.

Cara penyusunan pesan yang dilakukan Pemuda Pancasila adalah Teknik *one-side Issue* yaitu hanya menunjukkan kebaikan dan kelebihan Pemuda Pancasila sifat pesan yang digunakan adalah edukatif, dan persuasif dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan Pemuda Pancasila seperti kegiatan sosial, agama, dan kerja sama dengan Lembaga pemerintah secara langsung Pemuda Pancasila ikut terlibat. Media yang digunakan Pemuda Pancasila lebih melalui saluran komunikasi kecil, saluran komunikasi publik, kegiatan sosial, media luar ruang. Sedangkan untuk new media Pemuda Pancasila lebih menggunakan media sosial seperti

Instagram, dan Port berita online. Setelah itu tahapan terakhir adalah evaluasi, evaluasi yang dilakukan Pemuda Pancasila dapat dibilang evaluasi yang baik karena evaluasi selalu diadakan setiap kegiatan selesai, tidak hanya itu kemajuan dari strategi komunikasi sudah terjadi namun belum merata keseluruh wilayah Jakarta Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Arni Muhammad (2002). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
 Almanshur Fauzan, Ghony Djunaidi (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

Cangara, H. Hafied. (2013) *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Djamil, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
 Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi teori dan praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Hamijoyo S. (2001). *Konflik Sosial dengan Tindak Kekerasan dan Peranan Komunikasi*. Jurnal Mediator Volume 2 Nomor 1. Bandung.

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung, Rosdakarya.

www.youtube.com