

Strategi Komunikasi Komunitas Generasi Baru Indonesia (Genbi) Dalam Membangun Solidaritas Anggota

Ady Bagoes Jagat Satria Vandea¹, Muhammad Alwan², Dony Rano Virdaus³

^{1,2,3} **Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo**

adyvandea26@gmail.com , donyranovirdaus@uinponorogo.ac.id

Abstrak

Komunikasi merupakan aktivitas fundamental yang mendasari setiap interaksi manusia, baik dalam konteks personal maupun keorganisasian. Keberhasilan dalam menjalin hubungan yang harmonis sangat ditentukan oleh pola komunikasi yang dibangun. Oleh karena itu, strategi komunikasi menuntut pemahaman mendalam mengenai tujuan penyampaian pesan, pemilihan media yang tepat, dan pengukuran tingkat efektivitasnya secara berkelanjutan. Pentingnya sebuah organisasi yang dilandasi kerja sama yang baik bersumber dari kesatuan seluruh komponen dalam lembaga tersebut. Hal ini menjadi relevan ketika melihat dinamika yang terjadi di dalam Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI). GenBI merupakan komunitas mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia yang memegang posisi strategis sebagai perpanjangan tangan dalam mendukung masyarakat terkait kebijakan terbaru instansi tersebut. Secara spesifik, Komunitas GenBI Komisariat Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo (UIN Ponorogo) periode 2025 dihadapkan pada tantangan keberagaman latar belakang anggotanya. Anggota komunitas ini berasal dari empat fakultas yang berbeda. Kondisi multikultural akademik ini, meskipun potensial, berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi dalam operasional organisasi dan berisiko melemahkan ikatan solidaritas yang menjadi fondasi pergerakan mereka.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, GenBI, Solidaritas

Abstract

Communication is a fundamental activity that underlies every human interaction, both in personal and organizational contexts. Success in building harmonious relationships is largely determined by the communication patterns established. Therefore, a communication strategy demands a deep understanding of the objectives behind message delivery, the selection of appropriate media, and the continuous measurement of its effectiveness. The significance of an organization grounded in solid cooperation stems from the unity of all components within the institution. This becomes particularly relevant when observing the dynamics within the Generasi Baru Indonesia (GenBI) Community. GenBI is a community of Bank Indonesia scholarship recipient students who hold a strategic position as an extension of the institution in educating the public about its latest policies. Specifically, the GenBI Community of UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo (UIN Ponorogo) Commissariat for the 2025 period is faced with the challenge of its members' diverse backgrounds. The members of this community originate from four different faculties. This academic multicultural condition, while offering potential, also poses a risk of creating communication barriers in organizational operations and weakening the bonds of solidarity that serve as the foundation of their movement.

Keywords: *Communication Strategy, GenBI, Solidarity*

Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari memang tidak bisa terlepas dari yang namanya komunikasi. Karena manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan. Adapun istilah yang sangat familier dalam dunia komunikasi yaitu *We cannot not communication*, “kita tidak dapat tidak berkomunikasi”. Hal tersebut, berarti semua perilaku yang kita lakukan adalah komunikasi¹. Menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid, komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Sehingga dalam proses komunikasi tentu ada unsur-unsur yang terkait

¹ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 9

satu dengan yang lain yang tidak dapat dipisahkan. Hal tersebut dikarenakan jika salah satu unsur hilang maka kemungkinan tujuan komunikasi akan terhambat². Dalam garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahami³

Komunikasi merupakan aktivitas fundamental yang mendasari setiap interaksi manusia. Keberhasilan dalam menjalin hubungan sangat ditentukan oleh pola komunikasi yang dibangun, baik dalam konteks individu maupun organisasi. Penguasaan strategi komunikasi menjadi sebuah keniscayaan karena tujuan komunikasi adalah untuk memengaruhi orang lain agar memiliki kesamaan afektif, kognitif, maupun perilaku. Strategi komunikasi merupakan manajerial operasional yang dirancang untuk menjamin keberhasilan komunikasi, menuntut pemahaman mengenai tujuan, pemilihan media, dan pengukuran tingkat efektivitasnya.^{4/5/6}

Komunikasi merupakan nafas dari keberlangsungan sebuah organisasi. Suatu organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya komunikasi. Hal tersebut yang melatarbelakangi studi mengenai komunikasi organisasi. Secara konseptual, komunikasi organisasi adalah komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama sehingga terciptanya saling pengertian (mutual understanding) dan persamaan pola pikir (mindset). Komunikasi organisasi digunakan untuk menjalin hubungan antara pemimpin dan anggota dalam organisasi untuk

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), Hal. 20

³ H.A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), Cet, 1-6, Hal. 8

⁴ Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 65

⁵ Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada. 56

⁶ Deddy Mulyana. (2010) *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya, , 4.

melaksanakan peran masing-masing dalam organisasi⁷. Komunikasi organisasi sendiri merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lainnya dalam konteks organisasi. Dalam sebuah organisasi di dalamnya terdiri atas orang-orang (organ) yang memiliki tugas masing-masing serta saling berkaitan satu sama lain. Sebagai suatu sistem tentu memerlukan komunikasi yang baik, agar kinerja organisasi berjalan dengan baik pula, sehingga apa yang menjadi tujuannya dapat tercapai

Strategi komunikasi organisasi berperan sebagai kompas yang memandu informasi agar dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat. Dalam konteks mahasiswa, komunikasi yang baik menjadi kunci untuk membangun citra positif mereka sebagai agen perubahan. Namun, di lapangan, terdapat berbagai isu yang menunjukkan adanya kesenjangan antara peran ideal mahasiswa dan persepsi masyarakat terhadap mereka. Salah satu masalah yang sering muncul adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang kontribusi mahasiswa dalam kegiatan sosial, seperti Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) atau program pemberdayaan desa. Banyak masyarakat menganggap kegiatan tersebut hanya formalitas akademik tanpa dampak nyata bagi kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa belum mampu menjelaskan tujuan dan manfaat dari kegiatan tersebut secara jelas dan terarah⁸

Organisasi generasi baru Indonesia (GenBI) hadir sebagai salah satu komunitas mahasiswa yang berupaya mengubah persepsi negatif ini melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat dan strategi komunikasi yang terarah. GenBI merupakan organisasi penerima Beasiswa Bank Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Di beberapa daerah, GenBI telah menunjukkan kontribusi nyata dalam membangun hubungan positif antara mahasiswa dan masyarakat melalui

⁷ R. Wayne Pace, & Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), Hal.5

⁸ Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat," *Jurnal Pendidikan* 10 (2023): 112-120.

program-program seperti kegiatan sosial, edukasi keuangan, pelatihan kewirausahaan, hingga pengabdian masyarakat berbasis teknologi

Generasi Baru Indonesia (GenBI) adalah komunitas mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia yang memegang posisi strategis sebagai perpanjangan tangan dalam mengedukasi masyarakat terkait kebijakan terbaru Bank Indonesia. Komunitas GenBI Kediri Komisariat UIN Ponorogo 2025 terdiri atas 50 anggota aktif yang mencakup 8 jurusan prioritas lintas fakultas. Keberagaman latar belakang anggota dari berbagai fakultas ini berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi, seperti perbedaan cara berpikir dan pola koordinasi yang dapat memengaruhi roda organisasi. Berdasarkan penelitian terdahulu seperti Sumiati (2020) dan Yeyen Nisa (2020), pengaplikasian strategi komunikasi yang buruk berpotensi menurunkan partisipasi dan melemahkan ikatan solidaritas yang menjadi fondasi utama kegiatan organisasi.⁹¹⁰¹¹¹²

Meskipun memiliki potensi hambatan, para anggota Komunitas GenBI Komisariat UIN Ponorogo 2025 justru memiliki semangat dan tingkat partisipasi yang tinggi dalam mengikuti 38 program kerja yang dilaksanakan selama satu kepengurusan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi hambatan komunikasi dengan realitas solidaritas yang tetap terjaga. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan, bentuk-bentuk komunikasi yang diterapkan, serta implikasi strategi tersebut terhadap nilai solidaritas anggota GenBI Komisariat UIN Ponorogo 2025.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan menggambarkan dan menginterpretasikan objek secara tepat sesuai apa adanya. Subjek penelitian adalah Komunitas

⁹ Sumiati (2020). *Strategi Komunikasi UKM UKI Ulin Nuha Dalam Memotivasi Semangat Berorganisasi (Studi Kasus Kepengurusan Tahun 2019/2020)*. Skripsi Thesis, IAIN Ponorogo

¹⁰ Hanifah, Yeyen Nisa Nur (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENJAGA LOYALITAS KARYAWAN DI BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH PURWOKERTO*. Skripsi thesis, IAIN Purwokerto.

¹¹Arni Muhammad (2009), *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara 6-7

¹² GenBI IAIN Ponorogo (2023), *Buku Tahunan Generasi Baru Indonesia*, Ponorogo: GenBI. 6.

Generasi Baru Indonesia (GenBI) Komisariat UIN Ponorogo 2025, dengan objek strategi komunikasi komunitas tersebut dalam membangun solidaritas anggota.¹³

Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan 3 Badan Pengurus Harian (BPH), 2 Coordinator Divisi, dan 4 Anggota Aktif. Data sekunder bersumber dari draf laporan dan arsip dokumentasi kegiatan komunitas. Teknik pengumpulan data dilakukan secara komprehensif melalui observasi kegiatan digital, wawancara tatap muka, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan yang berlangsung bersamaan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dipastikan menggunakan metode triangulasi sumber.¹⁴

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Komunitas GenBI Komisariat UIN Ponorogo 2025

Strategi komunikasi GenBI Komisariat UIN Ponorogo 2025 disusun menggunakan kerangka Lasswell yang sistematis. *Pertama*, menetapkan komunikator yang berpusat pada Badan Pengurus Harian (BPH) dan Coordinator Divisi (CO). Pemusatan pada BPH dilakukan agar arus informasi berjalan lebih terarah dan meminimalisasi kesalahpahaman, sementara CO berperan sebagai penghubung operasional divisi. *Kedua*, menetapkan target sasaran komunikasi berdasarkan pemetaan latar belakang jurusan anggota. Segmentasi ini memastikan pesan dikemas sesuai dengan "bahasa" dan karakteristik berpikir setiap anggota, dari yang analitis hingga yang responsif terhadap nilai kebersamaan.¹⁵ *Ketiga*, menyusun pesan yang memadukan unsur informatif, persuasif, dan edukatif. Pesan edukatif secara khusus menanamkan nilai identitas bahwa anggota memiliki misi sosial sebagai perpanjangan tangan Bank

¹³ Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 47

¹⁴ Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications. 28

¹⁵ Nurani Soyomukti. (2010), *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta:Ar-Ruzz Media. 135

Indonesia, yang berhasil menumbuhkan alasan intrinsik anggota untuk berpartisipasi. Keempat, menetapkan media komunikasi menggunakan platform WhatsApp untuk koordinasi harian cepat dan grup divisi, serta Google Meet untuk pertemuan virtual mendalam. Kelima dan keenam, pengurus melakukan analisis efek komunikasi melalui observasi perilaku partisipasi anggota dan menjalankan evaluasi rutin setiap bulan untuk memperbaiki kelemahan koordinasi.¹⁶

Tabel 1. Program Kerja Divisi GenBI Komisariat UIN Ponorogo 2025

BPH	SOSIAL	BI CORNER	KWU	PSDA	PUBLIC RELATION
Pembuatan PDH	GenBI Goes To School	GenBI Shine	Workshop Berdikari	GenTing	Foto ID Card
Rapat Kerja		Gen News	Gelarutin	GenTing Show	Genap (GenBI Persona Project)
Malam Keakraban					
Evaluasi Bulanan					
Clean UP Base Camp					
Muskom					

¹⁶ Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada. 77

Bentuk-Bentuk Komunikasi

Komunitas GenBI menerapkan dua bentuk komunikasi yang saling melengkapi. Komunikasi formal meliputi komunikasi ke atas (pelaporan kendala dari anggota ke CO), komunikasi ke bawah (instruksi berjenjang dari BPH ke CO, dan CO ke anggota), serta komunikasi horizontal (interaksi antaranggota setara baik dalam divisi maupun lintas divisi). Komunikasi informal hadir sebagai pelengkap yang krusial untuk memperkuat dimensi emosional solidaritas. Komunikasi informal ini difasilitasi melalui interaksi spontan di grup WhatsApp "Rill GenBIers 2025" dan sesi berkumpul bebas di luar agenda resmi, yang menghilangkan sekat hierarkis organisasi.^{17/18}

Implikasi Strategi Komunikasi Terhadap Nilai Solidaritas

Implikasi nyata dari perpaduan strategi komunikasi ini adalah terbentuknya solidaritas organik, merujuk pada konsep Émile Durkheim. Solidaritas organik dalam GenBI lahir dari perbedaan peran dan spesialisasi enam divisi yang saling bergantung (interdependensi) dalam menjalankan program kerja. Kesadaran akan ketergantungan ini merangsang tanggung jawab kolektif yang kuat yang melampaui batasan deskripsi tugas formal. Indikator keberhasilan ini tercermin pada tingginya partisipasi anggota dalam 38 program kerja, keterbukaan pada rapat evaluasi yang berbasis solusi tanpa saling menyalahkan, serta rasa kepemilikan dan identitas bersama yang mendalam.^{19/20/21}

¹⁷ Pace, R. W., & Faules, D. F. (2013). *Komunikasi organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 133

¹⁸ Nurani Soyomukti. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 135

¹⁹ Durkheim, É. (1895). *The rules of sociological method*. New York: Free Press.

²⁰ Durkheim, É. (n.d.). *Division of labour in society*. New York: Free Press.

²¹ Izah, N. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Lombok Timur Dalam Meningkatkan Pengunjung. *Al-Ittisholi: Jurnal Komunikasi Islam*, 2(1), 42-56.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi GenBI Komisariat UIN Ponorogo 2025 diimplementasikan secara sistematis melalui integrasi enam komponen model Harold Lasswell, termasuk penetapan BPH dan CO sebagai komunikator otoritatif, segmentasi sasaran adaptif, serta formulasi pesan informatif-persuasif-edukatif. Bentuk komunikasi yang diterapkan memadukan komunikasi formal (ke atas, ke bawah, horizontal) dan komunikasi informal secara simultan guna mereduksi kekakuan birokratis. Implikasi dari strategi ini secara signifikan berhasil menstimulasi pembentukan solidaritas organik di mana perbedaan latar belakang anggota ditransformasikan menjadi kesadaran akan interdependensi fungsional antar-divisi. Saran bagi pengurus GenBI adalah terus mempertahankan efektivitas komunikasi dan melengkapi evaluasi dengan instrumen survei kepuasan. Anggota aktif diharapkan menjaga inisiatif dan kesadaran peran kolektif mereka. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode campuran guna mendapatkan data kuantitatif terkait tingkat solidaritas serta melakukan studi komparatif dengan komunitas serupa di perguruan tinggi lain

Daftar Pustaka

- Arni Muhammad (2009), *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara 6-7
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 65
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.56
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications. 28
- Deddy Mulyana. (2010) *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 4.
- Durkheim, É. (1895). *The rules of sociological method*. New York: Free Press.
- Durkheim, É. (n.d.). *Division of labour in society*. New York: Free Press.

- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 77
- GenBI IAIN Ponorogo (2023), *Buku Tahunan Generasi Baru Indonesia*, Ponorogo: GenBI. 6.
- Hanifah, Yeyen Nisa Nur (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENJAGA LOYALITAS KARYAWAN DI BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH PURWOKERTO*. Skripsi thesis, IAIN Purwokerto.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), Hal. 20
- H.A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), Cet, 1-6, Hal. 8
- Izah, N. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Lombok Timur Dalam Meningkatkan Pengunjung. *Al-Ittisholi: Jurnal Komunikasi Islam* , 2(1), 42-56.
- Nurani Soyomukti. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media,. 135
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2013). *Komunikasi organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 133
- R. Wayne Pace, & Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), Hal.5
- Sumiati (2020). *Strategi Komunikasi UKM UKI Ulin Nuha Dalam Memotivasi Semangat Berorganisasi (Studi Kasus Kepengurusan Tahun 2019/2020)*. Skripsi Thesis, IAIN Ponorogo
- Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 9