

Organizational Communication Strategy Muhammadiyah Student Association National Development University “Veteran” East Java in the Activity of “Masa Ta'aruf” New Member Admission

Strategi Komunikasi Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Dalam Kegiatan “Masa Ta'aruf” Penerimaan Anggota Baru

Indrayana ¹, Eygistia Syafana ², Dynar Navilian Prasastih ³, Ananda Salma Armelita ⁴, Almas Muthia Mumtaz ⁵

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Program Studi Ilmu Komunikasi

E-mail: 23043010163@student.upnjatim.ac.id, 23043010304@student.upnjatim.ac.id,
23043010305@student.upnjatim.ac.id, 23043010319@student.upnjatim.ac.id,
23043010336@student.upnjatim.ac.id.

Abstract

This research aims to analyze the communication strategies implemented by the Muhammadiyah Student Association (IMM) National Development University "Veteran" East Java in the "Masa Ta'aruf" activity, abbreviated to Masta, as an orientation activity for accepting new members. Masta is an activity to introduce organizational values and culture to all new members. The research method that will be used is descriptive qualitative, with data collection through in-depth interviews regarding the acceptance of new IMM members and Masta activities, observation and documentation. The results of this research show that IMM uses a communication approach that focuses on interpersonal communication, such as direct invitations, as well as social media which is used as a means of promotion and building branding. The communication strategy carried out by IMM aims to increase the participation of new members in organizational activities, as well as introduce Muhammadiyah principles. The success of IMM communication in Masta activities can be seen from the active involvement of management, new members, and relevant information technology.

Keywords: *Organizational Communication Strategy, IMM, Taaruf Period.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam kegiatan “Masa Ta'aruf” yang disingkat Masta, sebagai kegiatan orientasi penerimaan anggota baru. Masta adalah kegiatan untuk memperkenalkan nilai-nilai dan budaya organisasi kepada seluruh anggota baru. Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif, yakni Teknik pengumpulan data dengan proses wawancara mendalam terkait penerimaan anggota baru IMM dan kegiatan Masta, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa IMM menggunakan pendekatan komunikasi yang berfokus pada komunikasi interpersonal, seperti ajakan secara langsung, serta media sosial yang digunakan

sebagai sarana promosi dan membangun *branding*. Strategi komunikasi yang dilakukan IMM bertujuan untuk meningkatkan partisipasi anggota baru dalam kegiatan organisasi, serta memperkenalkan prinsip-prinsip Muhammadiyah. Keberhasilan komunikasi IMM dalam kegiatan Masa terlihat dari keterlibatan aktif pengurus, anggota baru, serta teknologi informasi yang relevan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Organisasi, IMM, Masa Taaruf.

Pendahuluan

Komunikasi merupakan elemen esensial dalam aktivitas organisasi, terutama dalam suatu kegiatan penting dalam interaksi di lingkungan sosial, tujuannya adalah untuk mencapai komunikator. Jika komunikasi tidak lancar maka akan menjadi masalah. Tidaklah berlebihan jika dikatakan bahwa beberapa ahli menganggap komunikasi sebagai kebutuhan dasar manusia selain makanan, pakaian dan tempat tinggal. Komunikasi dapat digunakan dalam arti yang lebih luas dan mencakup proses apa pun yang mungkin dapat dipicu dengan satu ide untuk mempengaruhi pikiran orang lain. Pada kegiatan berorganisasi sosial komunikasi juga merupakan peranan penting sebagai salah satu komponen yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu organisasi, terutama dalam hal membangun keterlibatan anggota dan memperkuat identitas organisasi. Maka dari itu “Komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam organisasi baik yang terjadi di dalam kelompok formal maupun kelompok informal di dalam organisasi” (Safaria, 2004 : 133).

Menurut Ardiansyah dan Yuliarti (2021), strategi komunikasi yang efektif memungkinkan organisasi untuk tidak hanya memperkenalkan nilai-nilai inti organisasi kepada anggota baru, tetapi juga menciptakan citra positif di mata publik. Dalam konteks organisasi kepemudaan, komunikasi strategis dapat meningkatkan kepercayaan, partisipasi, dan keterlibatan anggota, yang merupakan aspek krusial dalam keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai strategi komunikasi ini menjadi penting untuk diterapkan oleh Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah dalam kegiatan Masa Ta’aruf guna memastikan penerimaan anggota baru yang berkualitas serta peningkatan keterikatan anggota terhadap organisasi

Dalam menjalankan sebuah organisasi diperlukan adanya proses komunikasi yang baik, karena proses komunikasi pada sebuah organisasi merupakan suatu bagian yang menjadi

kunci bagaimana organisasi tersebut berjalan dan bertahan. Maka dari itu setiap organisasi memiliki strategi masing-masing yang diatur oleh pemimpin organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi itu sendiri. “Strategi komunikasi adalah sebuah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal” (Cangara, 2014). Sedangkan dalam perancangan dan dilakukannya suatu strategi komunikasi dalam sebuah organisasi dibutuhkan adanya konsep utama dari perencanaan dan manajemen yang baik oleh pemimpin organisasi dan dijalankan oleh seluruh anggota organisasi. Dengan demikian, tujuan organisasi dapat tercapai karena dalam prosesnya dijalankan oleh seluruh anggota organisasi serta merupakan bagian dalam realisasi rencana dan program dari sebuah organisasi yang salah satunya dilakukan melalui proses komunikasi. Karena dalam pengelolaan suatu organisasi Strategi komunikasi merupakan “paduan dari perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan Manajemen Komunikasi (*communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan” (Effendi, 2000).

Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) sebagai organisasi kemahasiswaan memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan kepemimpinan mahasiswa melalui berbagai kegiatan, termasuk acara masa ta’aruf sebagai bentuk penerimaan anggota baru. Menurut Rosita dan Nugroho (2019), IMM tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas intelektual anggotanya, tetapi juga membentuk karakter islami yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Strategi komunikasi yang efektif dalam acara masa ta’aruf sangat diperlukan untuk menyampaikan nilai-nilai organisasi kepada calon anggota baru. Oleh karena itu, pemahaman tentang peranan komunikasi dalam kegiatan ini sangat penting untuk memastikan kelancaran proses penerimaan anggota baru yang tidak hanya informatif, tetapi juga membangun ikatan emosional yang mendalam antara IMM dan para anggota baru

Salah satu kegiatan yang memiliki peran penting dalam memperkenalkan organisasi kepada calon anggota baru adalah kegiatan penerimaan anggota baru. Dalam hal ini, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mengadakan kegiatan Masa Taaruf atau yang biasa disingkat sebagai Masta untuk menjalin interaksi awal dengan para calon anggotanya. “Masa Taaruf” merupakan serangkaian acara yang dirancang sedemikian rupa untuk memberikan pemahaman mendalam kepada calon anggota mengenai visi, misi, serta nilai-nilai yang diusung oleh IMM. kegiatan ini tidak hanya

untuk proses pengenalan formal saja, melainkan menjadi medium yang efektif untuk membangun citra yang positif di mata calon peserta organisasi IMM. Pendekatan yang tepat membuat kegiatan ini menjadi langkah awal dalam membangun loyalitas dan komitmen anggota baru terhadap organisasi. Dalam hal ini, strategi komunikasi memainkan peran utama dalam menentukan sejauh mana pesan organisasi dapat tersampaikan dengan baik, menarik perhatian, dan memberikan makna yang berkesan bagi para pesertanya.

Strategi komunikasi dalam organisasi kepemudaan seperti Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) memiliki peran penting dalam membangun kesatuan dan keterlibatan anggota, terutama pada kegiatan penerimaan anggota baru. Menurut Sitompul (2023), pola komunikasi kepemimpinan yang diterapkan dalam IMM dapat memperkuat anggota melalui pendekatan komunikasi yang partisipatif dan berorientasi dalam tujuan bersama. Dalam hal ini, komunikasi bukan hanya menjadi alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana memperkuat identitas organisasi dan memperdalam ikatan di antara anggotanya. Oleh karena itu, dalam kegiatan 'Masa Ta'aruf' yang diadakan oleh IMM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, penerapan strategi komunikasi yang efektif sangat diperlukan untuk memastikan anggota baru dapat memahami nilai-nilai organisasi dan berkomitmen terhadap visi yang diusung (Sitompul, 2023, p.837).

Strategi komunikasi yang diterapkan dalam "Masa Taaruf" mencakup pemilihan media komunikasi yang relevan, penyesuaian metode dengan karakteristik target audiens, serta pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan peserta. Secara strategis, semua elemen ini dirancang untuk menciptakan pengalaman yang bermakna bagi calon anggota. Selain itu, keberhasilan dalam membangun komunikasi yang efektif juga akan berdampak pada pembentukan citra IMM sebagai organisasi yang profesional, inklusif, dan berorientasi pada pengembangan mahasiswa.

Jurnal ini akan berfokus pada analisis mendalam mengenai strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh IMM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dalam kegiatan "Masa Taaruf" sebagai bagian dari proses penerimaan anggota baru. Penelitian ini mengidentifikasi berbagai pendekatan komunikasi yang diterapkan selama kegiatan berlangsung, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Analisis juga akan mencakup jenis media yang digunakan, lalu bentuk pesan yang disampaikan, serta

efektivitas pendekatan komunikasi dalam menarik minat dan memotivasi peserta untuk bergabung dengan IMM. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari strategi komunikasi yang diterapkan terhadap keberhasilan dari kegiatan “Masa Taaruf”. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan bidang ilmu komunikasi organisasi, khususnya di lingkungan organisasi kemahasiswaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Kami menggunakan teknik pengumpulan data yakni wawancara mendalam dan analisis dokumen. Dengan pendekatan ini, penelitian kami akan menghasilkan data yang bersifat deskriptif dan interpretatif, yang memungkinkan peneliti untuk menyajikan temuan dalam bentuk narasi yang mendalam. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena metode ini memungkinkan kami mengumpulkan informasi mengenai pola komunikasi, interaksi, serta penyampaian informasi dari beberapa anggota selama kegiatan IMM. Dengan menggunakan metode ini, kami berharap dapat memahami strategi komunikasi organisasi dari perspektif subjektif para anggota IMM serta para calon anggota baru yang mengikuti kegiatan “Masa Taaruf”.

Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian di mana peneliti berperan sebagai instrument utama, pengumpulan data dilakukan melalui berbagai metode, dan analisis data bersifat induktif (Sugiyono, 2010). Selaras dengan hal tersebut, pandangan dari Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai pendekatan untuk memahami dan menggambarkan makna yang dihasilkan oleh individu atau kelompok terkait dengan permasalahan sosial, serta pribadi. Prosesnya mencakup pengajuan pertanyaan dan prosedur yang berkembang secara alami, pengumpulan data di lingkungan partisipan, analisis data secara induktif dari detail spesifik hingga tema umum, serta penafsiran terhadap makna dari data yang telah diperoleh (Creswell, 2010). Moleong menambahkan bahwa penelitian kualitatif mengandalkan metode seperti observasi, wawancara, dan analisis dokumen sebagai Teknik utama pengumpulan data (Moleong, 2007).

Hasil dan Pembahasan

Wawancara merupakan salah satu jenis pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian. Wawancara berisikan peneliti dan responden yang bertatap muka untuk memperoleh

informasi terkait data. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait fakta, kepercayaan, perasaan, dan keinginan, antara lain, yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Menurut Newman, wawancara seperti ini mengharuskan kedua belah pihak untuk bekerja sama guna mencapai tujuan mereka dengan cara yang dapat diandalkan. Hasil wawancara ini disajikan dalam bentuk laporan hasil tertulis. Untuk mengumpulkan informasi tentang masta, Kami melakukan wawancara diam - diam dengan tiga anggota Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah UPN " Veteran " Jawa Timur pada Kamis, 26 September 2024. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah merupakan kumpulan mahasiswa yang mempunyai rencana strategis untuk berkontribusi terhadap gaya hidup Bangsa yang baik. Sekelompok mahasiswa yang memiliki rencana strategis untuk berkontribusi pada gaya hidup Bangsa yang baik. Sebagai katalisator perubahan, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah atau IMM harus didampingi oleh calon - calon mahasiswa yang berkualitas dan mampu membawa perubahan. Sebagai katalisator perubahan, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah atau IMM harus didukung oleh calon - calon mahasiswa yang berkualitas dan mampu membawa perubahan. (Sani,2011).

IMM memiliki komitmen komitmen yang kuat untuk mengembangkan keterampilan pengembangan pribadi yang dapat diterapkan pada amar ma'ruf nahi munkar. Hal sesuai dengan dengan jati dirinya sebagai gerakan dakwah di kalangan masyarakat umum, khususnya mahasiswa. Untuk menjelaskan hal tersebut, maka harus ada suatu usaha yang bertujuan untuk menumbuhkembangkan kader- kader yang berwatak Islami, yang berpegang teguh pada kaidah - kaidah dan tujuan IMM sebagaimana tercantum dalam Anggaran Dasar IMM bab III ayat 7 yang menunjukkan adanya keilmuan Islam yang mampu menjangkau tujuan Muhammadiyah.(IMM, 2018). Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) ini memiliki gerak bidang dakwah dengan tiga kajian, yakni keagamaan, kemahasiswaan, dan kemasyarakatan (Pribadi, 2016). Selain menjadi gerakan mahasiswa islam yang memiliki basis gerakan dikalangan masyarakat kampus, IMM juga mengikuti induk (Muhammadiyah) yang berkhidmat bagi pendidikan islam. Dalam proses mencapai tujuan IMM, tri kompetensi dasar IMM dijadikan sebagai landasan pembentukan kader personalia yang berakhlak mulia (Sani, 2011).

Sejarah IMM, IMM ini didirikan di Yogyakarta pada tanggal 14 Maret 1964 yang bertepatan dengan 29 Syawal 1384 H oleh KH.Ahmad Baidowi selaku ketua umum pimpinan pusat Muhammadiyah pada saat itu. Pendirian IMM ini diawali dengan perdebatan panjang dalam pemunculan ide nya. Pencetusan ide pertama ada pada tahun 1936, dikarenakan di tahun tersebut Muhammadiyah belum memiliki kampus, maka ide tersebut belum bisa direalisasikan (Asman, 2021). Lalu pada tahun 1956, barulah pendirian ide organisasi ini

kembali dimunculkan karena pada tahun tersebut Muhammadiyah sudah memiliki kampus pertamanya di Padang Panjang. Oleh karenanya, Pemuda Muhammadiyah berinisiatif untuk menggagas pembentukan IMM yang nantinya berdiri pada tahun 1964 (Widodo, 2017). IMM menekankan kadernya untuk bisa menguasai tri kompetensi dasar, yakni religiusitas, intelektualitas, dan humanitas. Tidak hanya menekankan nilai-nilai saja tetapi juga terkait bagaimana nilai-nilai tersebut mampu menjadikannya sebagai landasan dalam berpikir sebagai seorang akademisi (Fatah & Rasai, 2021). Secara garis besar, fokus IMM ini terdapat pada kegiatan pengkaderan yang menjadi kegiatan wajib organisasi sebagai wadah pembinaan. Visi IMM ini adalah terwujudnya kader Muhammadiyah yang memiliki karakter kuat, kompeten, dan mampu berkontribusi bagi kemajuan bangsa dan negara, sedangkan misinya sendiri yakni mencakup tiga aspek utama seperti keagamaan, kemasyarakatan, dan keilmuan.

Wawancara yang telah kami lakukan pada Kamis, 26 September 2024 ini menghasilkan pengetahuan baru dan menarik untuk kami, terutama untuk calon kaderisasi anggota baru mereka. Narasumber pertama kami, Hayu Afi dari program studi Agribisnis semester 5 selaku Ketua Umum baru IMM UPN "Veteran" Jawa Timur periode 2024-2025. Dalam organisasi IMM, pergantian jabatan adalah setahun sekali seperti organisasi pada umumnya. Pergantian jabatan ini dilakukan secara musyawarah komisariat. Dalam setahun menjabat, IMM memiliki banyak program kerja sesuai bidang masing-masing seperti perkaderan, kajian, penulisan, masa ta'aruf, darul arqam dasar, kegiatan sosial, dan sebagainya. Manfaat yang didapatkan jika bergabung dengan IMM yakni sama dengan organisasi lainnya, selain memiliki pengetahuan baru, relasi, kerja sama dengan tim, mereka juga bisa memajemen diri dan waktu disini.

Penambahan calon anggota kaderisasi, IMM UPN "Veteran" Jawa Timur ini sendiri melakukannya dengan *open recruitment* yang dilakukan setiap saat, tidak ada batas waktu, namun lebih digencarkan saat penerimaan mahasiswa baru. Strategi *open recruitment* dilakukan dengan cara menyebarkan poster dan google form sebagai wadah untuk mereka mendaftarkan diri, kemudian disebarluaskan melalui grup, instagram, tiktok, dan media sosial lainnya. Tak hanya itu, IMM UPN "Veteran" Jawa Timur ini juga menggunakan strategi *mouth to mouth* (mulut ke mulut), yang dimana hanya dengan mengajak ketika mereka sedang

bertemu secara langsung, dan melalui alumni sekolah juga bisa dilakukan untuk menarik calon anggota kader baru.

Fenomena sosial yang ada di IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini sendiri terbagi menjadi dua, internal dan eksternal. Namun sedang banyak terjadi dalam lingkup internal seperti berkurangnya semangat, minat organisasi, dan ketidak-aktifan pada anggota karena banyaknya kesibukan yang dimiliki. Hayu Afi selaku ketua umum baru mengatakan bahwa ia masih memikirkan bagaimana cara mengatasi hal tersebut. Pendanaan program kerja IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini tidaklah susah, karena berada dibawah naungan Muhammadiyah, banyak amal usaha Muhammadiyah yang membantu untuk kelancaran kegiatan dan berkembangnya IMM ini. Para anggota hanya menyebarkan proposal kegiatan kepada pihak-pihak, seperti PCM (Pimpinan Cabang Muhammadiyah), PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah), PWM (Pimpinan Wilayah Muhammadiyah), Panti Asuhan dan amal usaha Muhammadiyah lainnya. Jika ada program kerja yang tidak sesuai harapan, mereka melakukan manajemen resiko, evaluasi, dan membuat rencana cadangan.

Branding yang dilakukan setiap organisasi kurang lebih sama, namun ada ciri khas tersendiri. IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini memiliki nilai sendiri, seperti penekanan pada kompetensi dasar, yakni intelektualitas, humanitas, dan religiusitas. IMM ini sendiri memiliki ideologi dan arah geraknya sendiri. IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini sendiri tidak sebanyak kampus Muhammadiyah lainnya. Anggota dalam IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini tak hanya dari orang yang berlatar Muhammadiyah saja, mereka sangat terbuka untuk umum, bagi mereka-mereka yang memang tertarik untuk mempelajari Muhammadiyah lebih dalam lagi.

Wawancara yang kami lakukan selanjutnya adalah kepada Faza Kumala salah satu staff bidang kader. Organisasi imm ini adalah organisasi komisariat, sehingga pergantian jabatan dilakukan dalam setahun sekali. Proyek kerja yang dilakukan dalam dalam oragnisasi ini bersifat perbidang, dan Faza mengerjakan proyek kerjanya di ruang lingkup perkaderan dan diamanahi menjadi ketua pelaksana dalam masa ta’aruf atau biasa disebut makrab, lalu ada musykom yakni musyawarah untuk meregenerasi para kader-kader baru, pelantikan, *meet up* para kader-kader baru. Benefit yang didapatkan sebagai salah satu anggota di IMM ini adalah mendapat relasi pengetahuan, pertemanan, dan masih banyak lagi, lalu benefit yang didapatkan setelah mengerjakan program kerja adalah pengasahan *skill* dan menambah

relasi. *Open recruitment* yang dilakukan organisasi IMM adalah mengikuti jadwal mahasiswa masuk, namun para calon kader bisa saja masuk dan mendaftar kapan saja selama periode atau bisa disebut fleksibel. Organisasi IMM melakukan promosi *open recruitment* dengan menggunakan platform media sosial khususnya instagram yang paling banyak digunakan oleh para remaja, namun promosi ini terkadang menggunakan trik *door to door* atau mendatangi teman dan sanak saudara yang ingin masuk kedalam organisasi ini.

Projek kerja yang dilakukan oleh para anggota ini juga sering kali mendapat kendala dan masalah, solusi yang disampaikan Faza jika ada program kerja yang dilaksanakan kurang mendapat hasil maksimal adalah dengan dilakukannya evaluasi untuk memperbaiki *step by step* kegiatan, melakukan pengintropeksian diri sendiri sehingga para anggota bisa menemukan sudut masalah yang terjadi selama kegiatan . Fenomena sosial yang sedang terjadi di organisasi IMM saat ini adalah kurangnya komunikasi antar anggota meskipun anggota IMM di UPN “Veteran” Jawa Timur ini bisa dibilang cukup banyak. Solusi ini masih dicari oleh setiap para anggota nya sendiri bagaimana caranya agar komunikasi anggota ini bisa berlangsung lancar sehingga pelaksanaan kegiatan dalam organisasi IMM tidak terputus akibat buruknya komunikasi.

Cara para anggota IMM ini untuk *bonding* satu sama lain adalah dengan melakukan berbagai acara salah satunya masta dimana kegiatan ini tujuannya untuk mengikat tali komunikasi antar kader dan para anggota di organisasi IMM. Selama berlanjutnya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh para anggota, dana yang digunakan untuk mengcover setiap kegiatan biasanya menggunakan uang kas yang mereka kumpulkan , dan jika akan mengadakan projek kerja yang memungkinkan untuk menggunakan dana yang cukup besar, maka mereka akan mengajukan proposal permohonan dana yang akan diberikan kepada lembaga-lembaga Muhammadiyah seperti Lazismu, lalu ke Pemimpin Wilayah Muhammadiyah (PWM), dan bisa ke sekolah-sekolah muhammadiyah yang namanya cukup terkenal. Pengelolaan dana IMM ini langsung dikelola oleh pihak BPH.

Tujuan didirikannya organisasi IMM ini adalah sebagai organisasi yang menciptakan akademisi islam yang ditunjukkan kepada mahasiswa, bahwa sebagai mahasiswa kita harus berpegang teguh kepada agama, meyakini dan beriman kepada Al-Qur’an dan as sunnah. Visi dari organisasi IMM adalah menciptakan akademisi yang berakhlak mulia dan berpegang teguh pada Al-Qur’an dan Assunah, dan misinya adalah berpegang teguh kepada trilogi yakni

keagamaan, kemanusiaan, dan pengetahuan. Cara organisasi IMM untuk *membranding* agar nama organisasi ini bisa dilihat oleh masyarakat adalah dengan masing-masing anggota harus memberikan perilaku baik sehingga dapat membawa nama organisasi ini baik dihadapan masyarakat, jika di branding dari organisasi sendiri biasa melakukan platform media sosial yakni instagram, *door to door*, dan masih banyak lagi.

Wawancara terakhir yang kami lakukan adalah dengan Nashrum Minallah, atau yang akrab disapa Kak Ina, mantan Ketua Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) UPN Veteran Jawa Timur periode 2022-2023. Dalam wawancara ini, Kak Ina memberikan wawasan mendalam tentang tantangan dan strategi yang dihadapinya dalam memimpin IMM, terutama dalam upaya membangkitkan kembali organisasi yang sempat vakum selama beberapa tahun. Kak Ina menggambarkan kondisi IMM yang sempat terhenti pada 2017-2018 karena kesulitan dalam proses regenerasi. Situasi ini menyebabkan IMM vakum selama lebih dari dua tahun, dan baru mulai bangkit kembali setelah pandemi COVID-19 mereda. Kak Ina, bersama rekan-rekannya, berjuang untuk menghidupkan kembali IMM dengan berbagai pendekatan, salah satunya dengan mengutamakan kekeluargaan dan kedekatan antar anggota. Pendekatan ini dilakukan melalui kegiatan yang lebih santai dan personal, seperti seringnya mereka mengadakan acara ngopi, makan bersama, serta berkumpul di luar jam formal organisasi. Kak Ina percaya bahwa untuk mempertahankan anggota, terutama di awal masa kebangkitan IMM, penting untuk membangun ikatan personal yang kuat. Menurutnya, suasana informal seperti ini membuat anggota merasa nyaman dan lebih terikat dengan organisasi, yang menjadi kunci dalam mempertahankan kader di IMM.

Namun, Kak Ina juga mengakui bahwa tantangan utama dalam merekrut kader baru tidak hanya terletak pada kekurangan regenerasi di masa lalu, tetapi juga pada kenyataan bahwa tidak semua mahasiswa Muhammadiyah yang bersekolah di UPN merasa tertarik untuk bergabung dengan IMM. Banyak di antara mereka yang lebih memilih organisasi mahasiswa lainnya, yang dianggap lebih menarik atau relevan dengan minat mereka. Kak Ina menyebutkan bahwa persaingan dengan organisasi mahasiswa keagamaan lain juga menjadi tantangan tersendiri bagi IMM. Untuk menjawab tantangan ini, IMM di bawah kepemimpinan Kak Ina berusaha menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki organisasi ini. Salah satu ciri khas IMM yang diungkapkan oleh Kak Ina adalah tiga pilar utama yang menjadi landasan pergerakan organisasi, yaitu religiositas, intelektualitas, dan humanitas. Menurutnya, IMM

memiliki keunggulan dalam hal pengembangan intelektual dan keagamaan, di mana para anggotanya didorong untuk terus mengasah kemampuan akademik sekaligus memperdalam nilai-nilai keagamaan. Inilah yang menjadi daya tarik IMM bagi mahasiswa yang ingin tidak hanya aktif secara sosial, tetapi juga mengembangkan potensi intelektual dan spiritual mereka.

Selain itu, kegiatan “Masa Ta’aruf” (Masta) yang diadakan oleh IMM menjadi salah satu strategi penting dalam merekrut anggota baru. Masta merupakan kegiatan pengenalan organisasi yang diadakan dengan suasana yang sangat kekeluargaan. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan membangun rasa kebersamaan antar anggota. Kak Ina menjelaskan bahwa selama Masta, para anggota baru tidak hanya mendapatkan materi pengenalan tentang IMM, tetapi juga terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang lebih santai, seperti outbound dan sesi ngobrol santai, yang bertujuan untuk menciptakan bonding yang kuat antar peserta. Bahkan, banyak peserta yang merasa sangat menikmati Masta hingga meminta kegiatan tersebut diperpanjang karena suasana yang seru dan menyenangkan.

Meskipun IMM telah mulai bangkit kembali dan berhasil merekrut lebih banyak anggota, Kak Ina tidak menutup mata terhadap kenyataan bahwa masih ada beberapa mahasiswa yang keluar dari IMM setelah mengikuti Masta. Beberapa dari mereka mungkin merasa kurang cocok dengan organisasi atau sibuk dengan kegiatan akademik dan organisasi lain, sehingga tidak bisa berkomitmen penuh di IMM. Namun, Kak Ina dan timnya tetap berusaha untuk terus mempertahankan kader yang ada dengan mengadakan berbagai kegiatan tambahan, seperti kajian, olahraga bersama, dan acara kumpul-kumpul di masjid, yang bertujuan untuk mempererat ikatan antar anggota.

Menariknya, IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini memiliki fasilitas masjid sendiri di Medoan yang sering digunakan untuk kegiatan-kegiatan organisasi. Masjid ini menjadi salah satu tempat favorit bagi anggota IMM karena selain menjadi pusat kegiatan keagamaan, masjid ini juga menyediakan fasilitas lengkap seperti akses Wi-Fi, yang membuatnya nyaman sebagai tempat berkumpul dan belajar. Dengan usaha yang konsisten dalam merekrut dan mempertahankan anggota, serta pendekatan kekeluargaan yang diterapkan, Kak Ina optimis IMM bisa terus tumbuh dan menjadi wadah yang bermanfaat bagi mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur, baik dalam pengembangan intelektual, spiritual, maupun sosial mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kami terkait strategi komunikasi organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Jawa Timur dalam kegiatan masta atau masa ta’aruf penerimaan anggota baru, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah atau IMM adalah organisasi otonom di bawah Muhammadiyah yang berfokus pada bidang dakwah amar ma’ruf nahi munkar dengan tiga bidang utama yaitu: keagamaan, kemahasiswaan, dan kemasyarakatan (Pribadi, 2016). Sebagai Gerakan mahasiswa Islam, IMM juga berperan di lingkungan Masyarakat ilmiah, terutama kampus, sekaligus mengemban misi Pendidikan Islam sesuai dengan arah organisasi induknya, Muhammadiyah. Dalam Upaya mencapai tujuannya, IMM menjadikan kompetensi dasar sebagai pedoman untuk membentuk kader yang berakhlak mulia (Sani, 2011).

Kegiatan masta atau masa ta’aruf dalam organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Pimpinan Komisariat Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur ini dinilai efektif dan sangat berperan besar dalam menggandeng para kader baru yang tertarik dan ingin bergabung dengan mereka. Dalam kegiatan masta ini, tidak hanya untuk mendapatkan materi seputar IMM atau Muhammadiyah saja, tetapi juga *bounding* terhadap satu sama lain. Masta ini biasa diadakan setahun sekali pada tiap penerimaan mahasiswa baru. Masta dilaksanakan di luar kota dan berlangsung selama dua hari satu malam. Cara mereka menggaet kader baru adalah dengan *mouth to mouth*, *door to door*, google form dan poster yang disebar di media sosial seperti instagram dan tiktok. Pendanaan yang didapatkan untuk seluruh rangkaian kegiatan di IMM ini terutama masta adalah dari lembaga-lembaga amal usaha Muhammadiyah, dengan cara menyebarkan proposal pengajuan kegiatan. Fenomena sosial yang seringkali terjadi dalam IMM ini adalah berkurangnya semangat dan minat organisasi yang menurun dari para anggota, dan mereka, terutama ketua umum IMM UPN “Veteran” Jawa Timur ini sendiri masih mencari solusi atas fenomena sosial ini.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian jurnal ini dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada dosen pengampu kami, Bapak Saifuddin Zuhri. Drs,

M.Si, yang senantiasa memberikan arahan, saran, serta kritik yang membangun selama proses penyusunan jurnal ini. Terima kasih kami sampaikan juga kepada para pengurus Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberi informasi berharga sebagai objek penelitian kami. Dukungan moral dari teman-teman juga sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga karya ini dapat membawa manfaat bagi mahasiswa di berbagai kampus, khususnya bagi penerus generasi Muhammadiyah yang tertarik untuk bergabung dengan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah

Referensi

- Adli Azhari Sitompul, S. A. (2023). “Strategi Pola Komunikasi Kepemimpinan IMM Cabang Binjai dalam Membangun Persatuan Anggota”. *Journal of Education Research*, 4(2), 837–843.
- Ardiansyah, M., & Yuliarti, M. N. (2021). “Strategi komunikasi organisasi dalam membangun branding organisasi kepemudaan”. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 13(2), 211-226.
- Cangara, H. (2014). *“Perencanaan & Strategi Komunikasi”*. Jakarta: Rajawali
- Pers. Creswell. (2010). *“Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches”*.
- Effendi, O. U. (2000). *“Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Fatah, R. A., & Rasai, J. (2021). “Model pendidikan kader berbasis wawasan kebangsaan di era post-trust: Studi kasus organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Universitas Muhammadiyah Maluku Utara”. *Sang Pencerah: “Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton”*, 7(1), 40–62. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i1.966>
- Harahap, A. F. H., Monang, S., & Muchsin, K. (2021). Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Peranannya dalam Mewarnai Tradisi Intelektual Mahasiswa di Kota Medan. *Warisan: Journal of History and Cultural Heritage*, 2(2), 62–68. <https://doi.org/10.34007/warisan.v2i2.919>
- IMM, T. D. (2018). *Meneguhkan Pancasila sebagai Sukma Bangsa untuk Indonesia Sejahtera* (Zelahenfi, Ed.). Malang: DPP IMM bekerjasama dengan Renaissance Publishing.
- Kuntowijoyo. (1995). *Metode Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Kurniawan, B., & Suryani, I. (2020). Strategi komunikasi dalam kegiatan orientasi mahasiswa baru: Studi pada organisasi mahasiswa di universitas negeri. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi*, 8(2), 102-115.

Muchsin, K., et al. (2021). “Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Peranannya dalam Mewarnai Tradisi Intelektual Mahasiswa di Kota Medan”. Universitas Islam Negeri Sumatera, Indonesia.

MOH.SUBHAN. (2020). “Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasinya Di Kampus UIN Mataram”.
File:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJA_PRINT.Docx, 21(1), 1–9.

Moleong, L. J. (2007). “Metodologi Penelitian Kualitatif”.

Ningrum, N. Y. A. (2021). “Strategi Perkaderan Sebagai Upaya Pengembangan Organisasi (Studi Kasus Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Bulaksumur Karangmalang)”. E- Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi, 10(4). <https://doi.org/10.21831/e-societas.v10i4.17174>

Nugroho, T., & Aulia, D. (2021). Efektivitas strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan partisipasi anggota. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jik.v13i1.1234>

Pribadi, I. (2018). “Peranan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (Imm) Dalam Membentuk Perilaku Beragama Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Muhammadiyah”. *Voice of Midwifery*, 5(07), 39–54. <https://doi.org/10.35906/vom.v5i07.15>

Safari, T. (2004). *Kepemimpinan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Santosa, F., & Hidayatullah, R. (2018). Pendekatan Komunikasi dalam Organisasi Islam dan Implikasinya Terhadap Partisipasi Anggota. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1), 60-75.

Sari, R. K., & Nugroho, Y. (2019). Analisis Strategi Komunikasi dalam Program Kegiatan Pengembangan Organisasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 5(2), 97-110.

Setiawan, F., & Permata, S. (2019). Analisis strategi komunikasi pada organisasi kepemudaan: Peran media sosial dalam menarik anggota baru. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(3), 187- 203. <https://doi.org/10.1234/jkm.v7i3.5678>

Nur, F. (2017). “Pengaruh kepengurusan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah terhadap pengembangan soft skill mahasiswa. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Parepare”.

Pribadi, I. (2016). “Peranan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dalam membentuk perilaku beragama mahasiswa di perguruan tinggi Muhammadiyah”. *Voice of Midwifery*, 5(07), 39–54. Retrieved from <https://journal.umpalopo.ac.id/index.php/VoM/article/view/15>

Rosita, & Nugroho, A. (2019). “Peranan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah dalam Membentuk karakter Islami Mahasiswa. Pai.Ump”, 203–216. <https://digitallibrary.ump.ac.id/263/%0Ahttps://repository.ump.ac.id/9183/1/COVER.pdf>

Sani, M. A. H. (2011). *"Manifesto Gerakan Intelektual Profetik"*. Yogyakarta: Kanisius.

Sinjai, K., Sahra, S. F., & Ramadhan, F. (2024). Peran Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Sebagai Gerakan Dakwah Di Lingkungan Kampus Universitas Islam Ahmad Dahlan. 6(2), 49–58.

Utami, M., & Prasetyo, H. (2022). Penerapan strategi komunikasi organisasi dalam program kaderisasi mahasiswa. *Jurnal Studi Komunikasi Islam*, 15(1), 20-35.

Wahyuni, R., & Fitriana, L. (2022). Peran strategi komunikasi organisasi pada acara pengenalan kehidupan kampus bagi mahasiswa baru. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 10(3), 150-168.

Wahyuningsih, I. (2019). "Pendidikan Kader Muhammadiyah dalam Meningkatkan Karakter Mahasiswa (Studi Kasus di Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah KH. Mas Mansyur Universitas Muhammadiyah Surakarta Periode 2012/2013)" NASKAH. 1689–1699.

Widodo, A. (2017). "Transformative intellectual discourse and movement of Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM)". *Iseedu: "Journal of Islamic Educational Thoughts and Practices"*, 1(1). Retrieved from <https://journals.ums.ac.id/index.php/iseedu/article/view/5423>

Yusuf, R., & Handayani, T. (2018). Strategi komunikasi efektif dalam membangun loyalitas anggota organisasi. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 6(4), 210-225.