

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang dilakukan di dalam sebuah organisasi, baik dilakukan oleh bawahan kepada bawahan, atasan kepada atasan, atasan dengan atasan dan atasan kepada bawahan. Ciri-ciri dari komunikasi organisasi adalah terstruktur dengan jelas adanya dengan adanya batasan-batasan dalam proses komunikasi.¹ Dalam proses komunikasi organisasi mencakup komunikasi formal melalui saluran resmi seperti pelaksanaan rapat dan laporan, serta komunikasi informal seperti terjadinya interaksi sehari-hari antar anggota organisasi.

Komunikasi organisasi sangat penting untuk dipelajari karena sekarang ini banyak orang memanfaatkannya untuk mencapai dan mewujudkan tujuan organisasi, baik organisasi komersial seperti lembaga bisnis dan industri atau organisasi sosial seperti rumah sakit dan pendidikan.² Komunikasi organisasi merupakan suatu fondasi dalam menjalankan operasional organisasi dalam mencapai tujuannya, pemahaman tentang komunikasi organisasi yang mendalam adalah dapat membantu setiap anggota organisasi dalam menyampaikan pesan secara tepat dan efektif.

¹ Irene Silviani, *Komunikasi Organisasi* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020), 97.

² Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi: sebuah pendekatan kritis dan komprehensif* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 140.

Dalam organisasi kemampuan para pemimpin untuk menggerakkan dan memberdayakan karyawan akan berpengaruh pada kinerja karyawan.³ Dalam organisasi manajemen sumber daya manusia merupakan aset utama yang menggerakkan serta mengatur semua faktor yang diperlukan dalam mencapai tujuan dari organisasi atau perusahaan. Dengan kata lain sumber daya manusia tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana tugas, tetapi juga sebagai pengelola sumber daya yang lainnya, seperti strategi dan inovasi. Tanpa sumber daya manusia yang efektif dan efisien, organisasi akan mengalami kesulitan untuk beroperasi dalam mencapai target atau tujuannya, hal ini menunjukkan bahwa betapa sangat pentingnya sumber daya manusia dalam mengontrol bahwa tenaga kerja yang dikelola dengan cara yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan organisasi.

Dalam sebuah organisasi setiap pimpinan perlu untuk mengkoordinasikan kegiatan kepada anggota organisasi yang diberikan dalam menyelesaikan tugas.⁴ Dalam konteks kepemimpinan pada suatu organisasi, koordinasi kegiatan tetap menjadi aspek kunci dan menjadi peran penting dalam menentukan komponen menuju pencapaiannya. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa setiap pimpinan dalam sebuah organisasi mempunyai tanggung jawab mengorganisir dan mengkoordinasikan kegiatan yang direncanakan agar dapat terselesaikan dengan baik. Dalam proses koordinasi melibatkan beberapa

³ Herlinda, "Kompetisi Kepemimpinan Global Dalam Konteks Komunikasi Organisasi," *MEDIAKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no 1 (Juni 2019): 47, <https://dx.doi.org/10.35760/mkm.2019v3i1.1981>.

⁴ Tasrif, Irham, Sri Marni "Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Perekonomian Masyarakat Di Desa Lanta Barat Kecamatan Lambu Kabupaten Bima," *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan* 9, no 2 (November 2022): 47, <https://doi.org/10.59050/jkk.v9i2.192>.

langkah kritis, termasuk juga proses penyampaian informasi dengan jelas, pembagian pekerjaan kepada bawahan, dan komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi menjadi sangat penting, karena akan berpengaruh pada pencapaian organisasi.⁵ Strategi komunikasi menjadi peran yang sangat vital dalam kesuksesan sebuah organisasi. Hal ini karena strategi komunikasi yang baik dapat dipastikan bahwa informasi yang relevan disampaikan dengan jelas kepada semua pihak yang terkait. Maka dengan demikian, komunikasi dapat meningkatkan daya koordinasi antar anggota tim, memperkuat hubungan, dan mengurangi kesalah pahaman dengan pemangku kepentinya yang lainnya. maka sebaliknya, jika ada kekurangan dalam strategi komunikasi akan menimbulkan kebingungan, ketidak pastian, bahkan menimbulkan konflik antar sesama tim sehingga menghambat pencapaian tujuan organisasi dan merugikan reputasi organisasi. oleh karena itu, sangat penting bagi organisasi untuk mengembangkan dan dan membangun strategi komunikasi yang kokoh untuk menjaga reputasi organisasi dan untuk menjaga pencapaian jangka panjang.

Melalui strategi yang komunikasi yang efektif ini, organisasi berharap dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif, mempromosikan kesadaran yang lebih besar, dan menghasilkan dampak yang baik dalam membentuk persepsi publik dan menggerakkan perubahan sosial.

Dalam membangun citra positif di masyarakat, mereka berkomitmen untuk menyelenggarakan program-program dan layanan berkualitas tinggi yang dapat

⁵ Soraya Firdausi dan Ibnul Qayyim, *Strategi Komunikasi Digital Balai pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan Meningkatkan Kunjungan Wisata* (Makassar: CV. Tohar Media, 2013), 15.

memberikan manfaat langsung bagi masyarakat.⁶ Hal ini mencerminkan bahwa reputasi yang baik dan persepsi dari masyarakat tidak hanya terbentuk melalui promosi atau komunikasi semata, melainkan lebih penting lagi dengan tindakan yang kongkret dan dampak yang nyata yang langsung dirasakan oleh masyarakat. Dengan menyediakan layanan program yang bermanfaat, organisasi tidak hanya menunjukkan tanggung jawab sosialnya tetapi juga memperkuat hubungan kepercayaan dan simpati dari masyarakat, sehingga bisa membangun fondasi yang kuat untuk citra positif organisasi. Pendekatan seperti ini menjadi kunci utama dalam membangun dan menjaga nilai citra yang diinginkan dalam organisasi.

Pada era milenial ini, organisasi pemuda sering mendapatkan citra yang negatif dari masyarakat karena keterlibatan anggota organisasi dalam tindakan yang tidak memberikan kenyamanan bahkan menimbulkan tindakan kriminal seperti kekerasan.⁷ Seperti halnya organisasi atau komunitas pemuda yaitu PKD yang ada di desa Pakamban Daya. PKD ini sering dipandang negatif oleh masyarakat karena seringkali muncul akibat persepsi bahwa kelompok-kelompok pemuda menjadi sumber keresahan dan gangguan terhadap ketertiban umum. Persepsi ini berawal dari keterlibatan organisasi pemuda dalam berbagai kerusuhan dan aksi yang cenderung disruptif, yang tidak hanya menciptakan rasa tidak nyaman di kalangan masyarakat, tetapi juga kerap menimbulkan kerugian material. Kegiatan-kegiatan yang bersifat konfrontatif atau meresahkan ini, meskipun mungkin dijalankan dengan tujuan tertentu oleh organisasi tersebut,

⁶ April Laksana, Riska Ferdiana, Miftahul Falah, "Strategi Komunikasi Organisasi Motor XTC dalam Membangun Citra Positif di Masyarakat Kota Serang," *ANTASENA* 1, no 2 (2023): 64-65., <https://doi.org/10.61332/antasena.v1i2.116>.

⁷ *Ibid*, 63.

namun pada akhirnya menumbuhkan rasa skeptif dan penolakan dari masyarakat luas terhadap organisasi atau sekelompok pemuda tersebut.

Maka dari itu, dari beberapa fenomena buruk pandangan masyarakat terhadap organisasi pemuda sehingga lahirlah organisasi KOMPAK'15. Seiring berjalannya waktu Organisasi KOMPAK'15 mendapatkan pandangan yang positif dari masyarakat, karena dipandang sebagai entitas yang berbeda dari organisasi-organisasi pemuda lainnya. Hal ini dikarenakan kontribusi signifikan yang mereka berikan kepada organisasi, yang mencerminkan komitmen kuat terhadap kesejahteraan dan pengembangan masyarakat dibandingkan organisasi yang lain yang mungkin dilihat sebagai sumber keresahan.⁸

Tujuan berdirinya organisasi KOMPAK'15, yaitu memberi naungan kepada pemuda agar tidak terjerumus ke dalam pergaulan bebas seperti kasus-kasus yang beredar di media sosial. Menariknya, organisasi tersebut tidak hanya terdiri dari para pemuda sebagai anggotanya yang menjadi objek utama dari berdirinya organisasi, namun juga mendapatkan respon positif dari masyarakat dan tokoh agama. Sehingga juga tertarik untuk berada di dalam organisasi KOMPAK'15.⁹

Namun, dinamika komunikasi organisasi yang digunakan KOMPAK'15 di Desa Pakamban Daya tidak selalu berjalan dengan mulus. Ada tantangan yang harus dihadapi seperti perbedaan kultur antar masyarakat, hambatan teknologi yang mengganggu tersampainya informasi kepada masyarakat. Dalam konteks internal, diperlukan adanya hubungan yang baik antar anggota melalui pertemuan rutin. Sementara untuk ranah eksternal, harus direncanakan dengan strategis

⁸ Homaidi, Anggota Organisasi KOMPAK'15, *Wawancara Langsung* (25 Maret 2024).

⁹ Ach. Faidi, Anggota Organisasi KOMPAK'15, *Wawancara Langsung* (25 Maret 2024).

dalam memastikan mengenai informasi organisasi tersampaikan dengan efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Dari penjelasan di atas, organisasi membutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun citra positif di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, pembahasan ini ingin mengungkap sejauh mana strategi komunikasi organisasi KOMPAK'15 berhasil membangun citra positif pada masyarakat Desa Pakamban Daya. KOMPAK'15 berdiri sejak 2017, terbentuknya KOMPAK'15 berawal dari inisiatif salah satu pemerintah desa yang melihat pemuda di Desa Pakamban Daya tidak memiliki wadah yang jelas.

Komunikasi organisasi menepati peranan yang sangat penting dalam membangun citra positif. sebagai organisasi kepemudaan, maka anggota organisasi harus meningkatkan kesejahteraan dengan masyarakat, KOMPAK'15 harus memanfaatkan komunikasi dalam menjalin hubungan dengan masyarakat Desa Pakamban Daya. Dalam menjalankan kegiatan sosial, KOMPAK'15 harus mampu menyampaikan informasi dengan jelas sehingga dapat menantukan tingkat partisipasi dari masyarakat.

Fenomena yang melatarbelakangi penyusunan skripsi ini, yaitu fokus pada bagaimana bagaimana mengimplementasikan strategi komunikasi organisasi dalam membangun citra positif dan meningkatkan efektivitas komunikasi antara sesama anggota organisasi serta komunikasi dengan masyarakat. Dalam konteks organisasi sosial seperti organisasi KOMPAK'15, keberhasilan suatu program atau kegiatan sangat bergantung pada bagaimana organisasi tersebut mampu menerapkan strategi komunikasi, karena kegagalan dalam mengelola komunikasi

seringkali berakhir dengan miskomunikasi, persepsi negatif, dan kurangnya keterlibatan anggota dan dukungan dari masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini disusun untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi internal dan eksternal yang diterapkan organisasi KOMPAK'15 dalam membangun citra positif di desa Pakamban Daya dan bagaimana penggunaan media sosial yang diterapkan organisasi KOMPAK'15 dalam membangun citra positif di Desa Pakamban Daya. Maka berdasarkan latar belakang yang tertulis, peneliti mengambil keputusan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Organisasi KOMPAK'15 dalam Membangun Citra Positif di Desa Pakamban Daya”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi internal dan eksternal yang diterapkan organisasi KOMPAK'15 dalam membangun citra positif di desa Pakamban Daya?
2. Bagaimana penggunaan media sosial yang diterapkan organisasi KOMPAK'15 dalam membangun citra positif di Desa Pakamban Daya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi internal dan eksternal yang diterapkan organisasi KOMPAK'15 dalam membangun citra positif di desa Pakamban Daya.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana efektifitas penggunaan media sosial yang diterapkan organisasi KOMPAK'15 dalam membangun citra positif di Desa Pakamban Daya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

a. Bagi Sivitas Akademika Institut Agama Islam Negeri Madura

Bagi IAIN Madura, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu dan dapat dijadikan bahan rujukan oleh mahasiswa selanjutnya yang juga akan meneliti tentang bagaimana penerapan strategi komunikasi kepada masyarakat di Desa Pakamban Daya dalam membangun citra positif organisasi.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan untuk mengasah dan memperluas wawasan, menciptakan sinergi antara teori akademik dan praktik sosial yang diamati. Ini akan menjadi jembatan antara pengetahuan yang didapat di bangku kuliah dengan fenomena di lapangan, menghasilkan insight yang berharga dan aplikatif. Juga diharapkan, hasil dari penelitian ini tidak hanya memberikan dampak positif dalam ranah akademik tetapi juga menjadi sumber referensi penting bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang berkeinginan untuk meneliti.

2. Secara Praktis

a. Bagi Anggota Organisasi KOMPAK'15

Penelitian ini sangat diharapkan untuk bisa menambah wawasan dan juga pemahan bagi para anggota organisasi KOMPAK'15. Dan dapat

dijadika sumber acuan mengenai bagaimana strategi komunikasi dalam membangun citra positif organisasi di masyarakat.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan terhadap masyarakat mengenai organisasi KOMPAK'15, dan menjadikan organisasi KOMPAK'15 sebagai sarana pengetahuan sosial.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah di sini berguna sebagai fondasi yang menjelaskan mengenai pemahaman tentang istilah dan kunci yang digunakan dalam penelitian. Dengan menyajikan definisi yang benar dan tepat, peneliti memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam penelitian memiliki pemahaman yang seragam mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian tersebut.

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi yang efektif dan efisien akan melibatkan media dan metode penelitian dalam proses penyampaian pesan.

Maka, dengan demikian strategi komunikasi memungkinkan organisasi atau individu untuk berkomunikasi dengan lebih efektif dan efisien, membangun hubungandengan baik terhadap audiens, dan pada akhirnya mencapai hasil yang diinginkan.

2. Organisasi

Organisasi adalah sekumpulan individu yang dibentuk kelompok untuk mencapai tujuan bersama melalui struktur yang teratur. Ada dua bentuk organisasi, yaitu organisasi formal dan organisasi informal dan berfungsi sebagai wadah bagi anggota untuk bekerja sama dalam menjalankan tanggung jawab, dengan pembagian peran dan wewenang yang jelas.

Organisasi adalah kesatuan susunan yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang dapat dicapai secara efektif dan efisien melalui tindakan secara bersama-sama, dimana dalam melakukan tindakan itu ada pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab bagi tiap-tiap personal yang terlibat didalamnya untuk mencapai tujuan organisasi.

3. Kompak'15

Kompak'15 merupakan organisasi pemuda yang baru berdiri di Desa Pakamban Daya, tujuan dari berdirinya organisasi Kompak'15 adalah memperkuat peran pemuda dalam mengabdikan diri kepada masyarakat. Dengan didirikannya organisasi ini, diharapkan untuk bisa menciptakan platform bagi pemuda untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan budaya yang nantinya dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat desa. Maka dari itu, Kompak mendapatkan respon yang positif dari masyarakat dan diharapkan menjadi wadah agen perubahan yang signifikan dalam membangun kesejahteraan masyarakat.

4. Citra Positif

Citra positif adalah pandangan baik yang dimiliki oleh individu atau kelompok terhadap organisasi atau lembaga. Citra positif terbentuk dari apa yang menjadi pengalaman seseorang dan informasi mengenai organisasi atau lembaga tersebut. Citra positif mencerminkan kepercayaan dan apresiasi guna meningkatkan reputasi terhadap publik.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan merupakan hasil penelitian terdahulu dan menjadi landasan untuk menganalisis lebih lanjut dalam kerangka teoritis yang dibangun, Serta membedakan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Sungsi dari kajian penelitian terdahulu adalah menetapkan posisi penelitian baru dalam konteks persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya.¹⁰

Pertama, penelitian terdahulu dilakukan oleh Anisatul Maghfiroh dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi HIKMAH TV dalam Mempertahankan Eksistensi Pemberitaan” dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi organisasi HIKMAH TV dalam mempertahankan eksistensi pemberitaannya. Dengan memeriksa strategi komunikasi yang digunakan oleh HIKMAH TV, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana menjaga relevansi dan keberlanjutan dalam menyampaikan berita. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi factor-faktor yang mempengaruhi eksistensi pemberitaan,

¹⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Pamekasan, 2020), 20.

maka studi ini memberikan pemahaman terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi oleh stasiun televisi dalam menjaga integritas dan kualitas kontennya.¹¹

Hasil penelitian dari skripsi yang ditulis oleh Anisatul Maghfiroh dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi HIKMAH TV dalam Mempertahankan Eksistensi Pemberitaan” adalah:

1. Strategi Komunikasi Internal
 - a. Perencanaan program
 - b. Evaluasi
2. Strategi Komunikasi Eksternal
 - a. Update berita
 - b. Kerja sama dengan instansi
3. Faktor Pendukung
 - a. Kelengkapan alat
 - b. Penyediaan layanan
 - c. Upgrade channel
4. Faktor Penghambat
 - a. Sumber daya manusia
 - b. Keterlambatan tayang

Persamaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang bagaimana strategi komunikasi dalam sebuah organisasi dalam mencapai tujuan yang

¹¹ Anisatul Maghfiroh, “Strategi Komunikasi Organisasi HIKMAH TV dalam Mempertahankan Eksistensi Pemberitaan” (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2022), 6.

ditargetkan. Metode penelitian yang digunakan juga sama menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan dengan Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Sumber data yang diperoleh melalui data primer dan data sekunder.

Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti terdahulu fokus pada analisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh stasiun televisi (HIKMAH TV) dalam mempertahankan eksistensi beritanya.

Kedua. Penelitian yang dilakukan oleh Isqi Karomah Kusuma Ayu Laelia dengan judul “Strategi Komunikasi Humas dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kabupaten Tegal” tujuan penelitian ini yaitu untuk mengungkap strategi komunikasi humas yang diterapkan dalam membangun citra positif pemerintah kabupaten tegal. Fokusnya adalah untuk menyelidiki pendekatan-pendekatan komunikasi yang digunakan oleh humas dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemerintah daerah tersebut. Maka dengan memahami strategi-strategi yang digunakan, peneliti bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi komunikasi sebagai alat yang efektif dalam membangun citra positif Lembaga pemerintah. Selain itu, peneliti juga bertujuan untuk mengidentifikasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan sikap terhadap objek sosial dan isu-isu yang berdampak pada strategi komunikasi humas dalam membangun strategi komunikasi yang efektif. Fokus dari tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui tentang dinamika sosial yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap Lembaga pemerintah maupun organisasi. Dengan penelitian ini

diharapkan bisa memberikan wawasan yang lebih dalam tentang perencanaan strategi komunikasi dalam membangun citra positif atau menghadapi tantangan yang muncul dari perubahan sikap terhadap objek sosial.¹²

Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Tegal dalam membangun citra positif adalah:

1. Mengoptimalkan Media Sosial, dalam hal ini humas menggunakan berbagai platform media sosial dalam menyampaikan informasi, merespon publik, dan mengoreksi pemberitaan guna menjaga citra positif pemerintah.
2. Faktor yang mempengaruhi perubahan sikap. Dalam hal ini ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi perubahan sikap, yaitu *Faktor Komunikasi*, efektifitas komunikasi humas dalam menyampaikan pesan dan merespon isu-isu yang muncul. *Faktor Pendidikan*, tingkat pendidikan masyarakat yang mempengaruhi pemahaman mereka terhadap informasi yang disampaikan. *Komponen Kognitif, Afektif, dan Konatif*, yaitu sikap dipengaruhi oleh aspek pengetahuan, perasaan dan kecenderungan prilaku yang juga dipengaruhi oleh keterlibatan ego.

Persamaan dari peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah terletak pada pembahasan tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk sebuah tujuan yang sama, yaitu membangun citra positif pada suatu lembaga pemerintah maupun organisasi KOMPAK'15. Keduanya

¹² Isqi Karomah Kusuma Ayu Laelia, "Strategi Komunikasi Humas dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kabupaten Tegal" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2022), 10.

juga mengarah pada pemahaman bagaimana komunikasi dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap objek yang diteliti, baik itu pemerintah maupun organisasi masyarakat. Kedua penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan Wawancara, Observasi dan Dokumentasi.

Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian tersebut adalah objek dan lingkungan penelitian, penelitian terdahulu fokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas pemerintah di Kabupaten Tegal. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan fokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh organisasi di desa Pakamban Daya, selain itu konteks sosial di kedua wilayah penelitian juga berbeda, yang dapat mempengaruhi strategi komunikasi yang digunakan oleh masing-masing entitas.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Yunita Sari dan Ali dengan judul “Strategi Komunikasi Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas (KPPIP) dalam Membangun Citra Positif”¹³ tujuan dari penelitian ini adalah berfokus pada bagaimana analisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas (KPPIP) dalam upayanya membentuk citra positif lembaga. Dengan memperhatikan aspek ini, peneliti akan menggali lebih dalam lagi mengenai bagaimana taktik penerapannya guna mencapai tujuan yang disepakati, dan juga mengidentifikasi bagaimana kendala-kendala yang muncul dalam mengaplikasikan strategi komunikasi KPPIP dalam mencapai tujuannya.

¹³ Yunita Sari dan Ali, “strategi komunikasi komite percepatan penyediaan Infrastruktur Prioritas (KPPIP) dalam Membangun Citra Positif” *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 7, No 1 (2021): 1, <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/dinamika>.

Hasil penelitian dari jurnal yang ditulis oleh Yunita Sari dan Ali dengan judul “Strategi Komunikasi Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas (KPPIP) dalam Membangun Citra Positif” adalah:

1. Strategi Komunikasi KPPIP dalam Membangun Citra Positif:
 - a. Membangun relationship dengan stakeholder.
 - b. Membangun hubungan baik dengan media massa.
 - c. Membangun hubungan baik dengan publik eksternal.
2. Taktik yang Diterapkan oleh KPPIP:
 - a. Membentuk agenda media.
 - b. Menyiapkan data yang berkaitan dengan infrastruktur.
 - c. Memperluas informasi positif.
3. Hambatan dalam Menerapkan Strategi Komunikasi:
 - a. Persepsi negatif dari warga yang lahannya terdampak pengusuran.
 - b. Ego sektoral antar lembaga kementerian.
 - c. Keterbatasan anggaran untuk kegiatan sosialisasi dan penyelenggaraan event.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keduanya juga sama-sama membahas bagaimana strategi komunikasi dalam membangun citra positif dalam suatu organisasi maupun lembaga.

Perbedaan antara kedua penelitian tersebut terletak pada skala yang berbeda, penelitian terdahulu focus pada tingkat nasional yaitu KPPIP, sedangkan penelitian yang akan dilakukan focus pada organisasi tingkat desa

yaitu KOMPAK'15. Konteks kedua penelitian ini menjadi perbedaan yang juga mempengaruhi bagaimana strategi komunikasi dilakukan untuk mencapai tujuan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan datadialisis secara kualitatif menggunakan konsep dari Miles dan Huberman.