

## **A. PENDAHULUAN**

Komunikasi merupakan unsur penting dalam keberlangsungan sebuah organisasi, terutama organisasi berbasis komunitas dan relawan. Melalui komunikasi, organisasi dapat menyampaikan informasi, menyatukan pemahaman, serta mengkoordinasikan kegiatan antar anggota agar tujuan organisasi dapat tercapai.

Penelitian (Hutagalung dan Ritonga, 2020) menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap komitmen anggota, karena komunikasi yang terbuka dan jelas mampu membangun rasa keterlibatan serta tanggung jawab individu terhadap organisasi. Selain itu, (Setiawan dan Viviani, 2021) menegaskan bahwa komunikasi organisasi yang efektif berperan dalam meningkatkan keterlibatan anggota melalui penyampaian pesan yang terstruktur dan mudah dipahami.

Dalam organisasi berbasis relawan, komunikasi menjadi semakin krusial karena keterlibatan anggota tidak didorong oleh ikatan kerja formal, melainkan oleh kesadaran dan komitmen pribadi. Oleh karena itu, organisasi perlu membangun pola komunikasi yang mampu memelihara motivasi dan loyalitas anggota.

Penelitian (Sugianto, Murtiadi, dan Arista 2024) menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh pimpinan organisasi sosial berpengaruh terhadap loyalitas dan keaktifan anggota. Sejalan dengan itu, (Fajar Banowo, dan Mulyadi, 2022), menemukan bahwa komunikasi internal dan eksternal yang baik mampu memperkuat hubungan antar anggota serta meminimalkan kesalahpahaman dalam organisasi komunitas.

Strategi komunikasi organisasi penting untuk mengelola hubungan anggota, menyampaikan visi-misi, dan mengarahkan perilaku agar selaras dengan tujuan. Strategi yang terencana membantu mensosialisasikan nilai, visi, dan misi secara efektif (Rahmawati, 2024), sementara lemahnya strategi komunikasi dapat menghambat pengkaderan dan menurunkan partisipasi anggota (Laviyona & Yuliana, 2023).

JBZ (Jabar Bergerak Zillenial) Kota Bekasi merupakan komunitas kemanusiaan di bidang sosial dan pendidikan yang melibatkan relawan dengan

latar belakang beragam, sehingga membutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk mendukung koordinasi dan kolaborasi. Penelitian Fauzan dan Yahya (2023) serta Sugianto et al. (2024) menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang terstruktur dan strategi komunikasi internal yang baik berperan penting dalam menjaga sinergi, motivasi, dan loyalitas anggota komunitas.

Meskipun JBZ Kota Bekasi telah memiliki struktur organisasi dan berbagai program sosial yang aktif, dalam praktiknya masih ditemukan sejumlah persoalan komunikasi internal yang berdampak pada komitmen anggota. Beberapa anggota menunjukkan penurunan intensitas kehadiran dalam rapat, rendahnya keterlibatan dalam kegiatan, serta kurangnya respons terhadap informasi yang disampaikan melalui media komunikasi komunitas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pesan organisasi belum sepenuhnya dipahami, dimaknai, dan diinternalisasi secara merata oleh seluruh anggota. Pola komunikasi yang cenderung bersifat satu arah, minim umpan balik, serta kurangnya ruang dialog antara pengurus dan anggota berpotensi menimbulkan kesenjangan informasi dan menurunkan rasa memiliki terhadap komunitas.

Apabila kondisi tersebut dibiarkan, komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif anggota JBZ Kota Bekasi berpotensi menurun sehingga mengganggu keberlangsungan organisasi. Dalam komunitas relawan, lemahnya komitmen tidak hanya mempengaruhi pelaksanaan program, tetapi juga stabilitas organisasi. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai strategi komunikasi organisasi yang diterapkan pengurus untuk membangun pemahaman, memperkuat keterikatan emosional, dan mendorong partisipasi aktif anggota secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji strategi komunikasi efektif dalam mempertahankan komitmen anggota Komunitas JBZ Kota Bekasi, guna memberikan kontribusi teoritis bagi kajian komunikasi organisasi serta rekomendasi praktis bagi pengelolaan komunikasi komunitas relawan.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan komunikasi internal di Komunitas JBZ Kota Bekasi, khususnya penurunan kehadiran rapat dan rendahnya partisipasi anggota, menjadi isu penting untuk dikaji. Pola komunikasi yang cenderung satu arah berpengaruh terhadap keterlibatan dan komitmen

anggota. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada kajian strategi dan proses komunikasi organisasi JBZ Kota Bekasi dalam memperkuat komitmen anggota.

Fenomena komunikasi internal di Komunitas JBZ Kota Bekasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi berperan penting dalam membangun komitmen anggota. Penurunan partisipasi, kehadiran rapat, dan respons terhadap informasi organisasi mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap proses komunikasi yang berlangsung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan JBZ Kota Bekasi dalam memperkuat komitmen anggota serta kontribusinya terhadap pembentukan komitmen yang efektif.

Sejalan dengan fokus permasalahan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh komunitas JBZ Kota Bekasi dalam memperkuat komitmen anggotanya. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami proses komunikasi organisasi di JBZ yang mencakup penyampaian pesan, menggunakan media komunikasi, serta pola komunikasi internal dalam membangun keterlibatan anggota sebagai upaya memperkuat komitmen terhadap organisasi.

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya komunikasi organisasi, maka melalui pengembangan dan pemahaman terkait strategi komunikasi yang efektif dalam membangun dan mempertahankan komitmen anggota pada sebuah organisasi berbasis komunitas, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji tema yang sama.

Adapun secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pengurus komunitas JBZ Kota Bekasi dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi organisasi yang lebih efektif guna untuk meningkatkan komitmen anggota, loyalitas, dan keterlibatan anggota, maka di samping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi organisasi lain.