

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki dorongan alami untuk membangun hubungan sesama. Keinginan untuk memahami lingkungan, orang lain, maupun diri sendiri, mendorong individu untuk melakukan komunikasi.¹ Komunikasi merupakan bagian yang esensial dalam kehidupan sehari-hari, yang dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun melalui bantuan media atau teknologi. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, mengekspresikan pikiran dan perasaan, serta membangun hubungan sosial yang bermakna.

Komunikasi dapat bersifat interaktif, transaksional, memiliki tujuan tertentu, atau berlangsung tanpa tujuan khusus. Melalui komunikasi, kita dapat memahami perilaku, perasaan, dan pikiran orang lain atau kelompok. Seiring perkembangan teknologi, seperti radio, televisi, ponsel, dan internet, komunikasi menjadi semakin kompleks dan penting untuk dipelajari. Meskipun media komunikasi terus berkembang, elemen pokoknya selalu mencakup dua pihak, yaitu pengirim pesan (komunikator) serta penerima pesan (komunikan).²

¹ Asriadi, “*Komunikasi Efektif Dalam Organisasi*”, Retorika. Vol 2. No. 1 2020, hal. 36.

² Robert Tua Siregar, dkk, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Widha Bakti Persada Bandung, 2021), hal. 1.

Dr. Everett Kleinjan dari *East West Center* Hawaii, menyatakan bahwa komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana udara untuk bernapas selama kita hidup. Seiring perjalanan hidup manusia, ia akan selalu membutuhkan komunikasi, dinamika kerja sama, serta menjembatani tujuan organisasi dengan partisipasi individu di dalamnya.³

Al-Qur'an menegaskan bahwa komunikasi merupakan satu manusia⁴, sebagaimana dijelaskan dalam surah Ar-Rahman ayat 1-4 berikut;

الرَّحْمَنُ . عَلَّمَ الْقُرْآنَ . خَلَقَ الْإِنْسَانَ . عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Artinya: Tuhan Yang Maha Pemurah. Yang telah mengajarkan Alquran. Dia menciptakan manusia. Mengajarnya pandai berbicara. (QS. Ar-Rahman:55/1-4).⁵

Al-Syaukani dalam kitab tafsirnya yang berjudul *Fath al-Qadîr* menerangkan bahwa "البَيَان" dalam ayat tersebut sebagai kemampuan berkomunikasi.⁶ Selain itu, ayat tersebut memberi petunjuk bahwa Allah menciptakan umat manusia dan mengajari apa yang terlintas dalam hatinya dan terbetik dalam sanubarinya.

Oleh karena itu, manusia sebagai makhluk sosial secara kodrat tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan kehidupan bersama dengan sesamanya. Untuk

³ Asriadi, "Komunikasi Efektif Dalam Organisasi", Retorika. Vol 2. No. 1 2020, hal. 36.

⁴ Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan, 1992), hal. 76.

⁵ Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya* (Semarang: Toha Putra, 1989), hal. 885.

⁶ Jalaluddin Rahmat, op. cit., hal. 77.

itu, bahasa diperlukan sebagai alat untuk saling memahami dan berkomunikasi. Selain itu, bahasa juga berfungsi untuk melestarikan ilmu dan pengetahuan dari generasi terdahulu agar dapat dimanfaatkan oleh generasi berikutnya.⁷

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang mencakup informasi dan makna. Menurut Guffey, komunikasi terjadi ketika individu atau kelompok sebagai pengirim menyampaikan informasi kepada pihak lain sebagai penerima. Komunikasi dianggap berhasil jika pesan dipahami oleh penerima sesuai dengan maksud pengirim. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses pemindahan dan pemahaman makna. Jika pesan belum tersampaikan atau belum dipahami, maka komunikasi belum terjadi.⁸

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih, dengan tujuan mencapai pemahaman bersama. Komunikasi dapat berlangsung secara lisan, tulisan, maupun melalui isyarat nonverbal, asalkan terjadi perpindahan makna dan pemahaman di antara pihak-pihak yang terlibat.

Dalam sebuah organisasi, komunikasi berperan penting sebagai alat penghubung dan pembangkit motivasi antar anggota. Komunikasi yang efektif menjadi syarat utama terjalannya kerja sama dalam mencapai tujuan organisasi. Organisasi dan komunikasi adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena

⁷ Ahmad Mushthafa al-Marâgiy, *Tafsîr al-Marâgiy* (Mesir: Mushthafa al Bâby al-Halabiy, 1972), hal. 188.

⁸ Robert Tua Siregar, dkk, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Widha Bakti Persada Bandung, 2021), hal. 2.

saling berkaitan. Organisasi merupakan seni mengatur berbagai unsur untuk mencapai tujuan, sedangkan komunikasi menjadi sarana utama dalam menyampaikan maksud dan arah organisasi.⁹

Organisasi dapat dipahami sebagai sistem individu yang bekerja sama secara terstruktur dan relatif stabil untuk mencapai tujuan bersama. Hubungan antaranggota yang dibangun melalui struktur hierarki dan pembagian kerja memungkinkan terciptanya pola komunikasi yang terarah dan efisien. Stabilitas dalam susunan organisasi mendukung terciptanya koordinasi yang baik, sehingga tujuan organisasi lebih mudah dicapai.¹⁰

Secara operasional, hubungan antara organisasi dan komunikasi tampak jelas dalam praktik manajerial dan kerja sistemik. Sebagai sistem, organisasi menerima masukan dari lingkungan, mengolahnya secara internal, lalu mengembalikannya ke lingkungan dalam bentuk hasil kerja. Proses ini berlangsung melalui komunikasi timbal balik yang melibatkan seluruh bagian organisasi. Komunikasi fungsional antar bagian sangat penting untuk memastikan kelancaran proses produksi dan pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.¹¹

Komunikasi bukan sekadar pertukaran informasi, melainkan proses kompleks yang memerlukan perencanaan dan pendekatan strategis. Dalam

⁹ Juni Iswanto, Nuril Lailiyah, Qurotul A'yuni, "*Komunikasi dan Organisasi Pendidikan*", *Cermin Jurnal*. Vol 3. No. 1, November 2023, hal. 47.

¹⁰ Asriadi, "*Komunikasi Efektif Dalam Organisasi*", *Retorika*. Vol 2. No. 1, 2020, hal. 37.

¹¹ Riinawati, *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*, (Banjarmasin: Pustaka Baru Press, 2019), hal. 15.

konteks organisasi, strategi komunikasi sangat penting karena dapat membentuk persepsi, mempengaruhi sikap, dan mengarahkan perilaku anggota menuju pencapaian tujuan bersama. Hal ini menjadi krusial, terutama dalam organisasi yang melibatkan banyak individu dengan latar belakang, kepentingan, dan motivasi beragam.

Strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai perencanaan dan manajemen komunikasi yang terarah dan sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Lebih dari sekadar peta jalan, strategi ini juga mencakup taktik operasional yang menjelaskan bagaimana tujuan akan dicapai. Menyusun strategi komunikasi merupakan sebuah seni yang menggabungkan berbagai pendekatan, namun harus didasarkan pada teori-teori yang valid, baik melalui pengalaman maupun pengujian ilmiah.¹²

Dalam praktiknya, strategi komunikasi organisasi mencakup serangkaian aktivitas untuk menjamin kelancaran arus informasi di seluruh bagian organisasi. Pace dan Faules menekankan bahwa tantangan terbesar dalam komunikasi organisasi adalah menyampaikan informasi secara efektif ke semua bagian, serta menerima umpan balik dari seluruh elemen organisasi.¹³ Oleh karena itu, strategi komunikasi yang baik harus mempertimbangkan siapa audiensnya, apa pesan

¹² Ispawati Asri, “*Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI*”, *Ikon Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol XXVII No.3, Desember 2023, hal. 274.

¹³ *Ibid*, h. 269.

utamanya, melalui saluran apa pesan disampaikan, dan bagaimana cara mempertahankan respons atau perilaku yang diharapkan.¹⁴

Setiap organisasi membutuhkan strategi komunikasi yang spesifik dan relevan dengan visi, misi, serta tujuan yang ingin dicapai. Strategi bukanlah tujuan akhir, melainkan alat untuk mencapai tujuan secara lebih efektif. Sebelum menetapkan strategi, pelaku komunikasi harus memahami arah organisasi dan merancang pendekatan yang sesuai. Pelibatan seluruh stakeholder sangat penting untuk menciptakan kebersamaan, konsistensi, dan komitmen dalam menjalankan strategi yang telah disusun.¹⁵

Gerakan Pramuka adalah organisasi pendidikan kepanduan di Indonesia yang ditujukan bagi anak-anak dan pemuda, warga negara Republik Indonesia. Organisasi ini bertujuan membentuk karakter, watak, dan kepribadian generasi muda melalui berbagai kegiatan edukatif dan menyenangkan.¹⁶ Lebih dari sekedar aktivitas luar ruang, Gerakan Pramuka merupakan wadah pembinaan yang berlandaskan nilai-nilai kebangsaan dan moral.

Sebagai bentuk permainan yang menyenangkan di alam terbuka, kegiatan pramuka melibatkan interaksi antara orang dewasa dan anak-anak dalam suasana persaudaraan, layaknya kakak beradik. Aktivitas seperti pengembaraan, pelatihan keterampilan, serta kegiatan sosial dirancang untuk menumbuhkan kesehatan

¹⁴ *Ibid*, h. 275.

¹⁵ M. Nurul Fadhli, "Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan", Journal Ability. Vol 2, Issue 2, April 2021, hal. 9-10.

¹⁶ Nadia Salsabila Putri, Nadilla Indriani, Dinda Adila, "Sejarah Gerakan Pramuka", Al Ittihadu. Vol 2, No. 2, 2024, hal. 125-128.

jasmani, kebahagiaan, keterampilan hidup, serta kesediaan menolong sesama. Pramuka menjadi sarana efektif dalam membentuk mental, moral, dan tanggung jawab sosial peserta didiknya.¹⁷

Gerakan Pramuka bersifat non politik, nonsectarian, dan terbuka untuk semua kalangan. Organisasi ini bertujuan membina anggotanya agar menjadi pribadi yang mandiri, disiplin, bertanggung jawab, dan memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat. Kegiatan seperti perkemahan, pelatihan kepemimpinan, dan pengembangan keterampilan hidup menjadi metode utama dalam pendidikan luar kelas yang menyenangkan namun bermakna.¹⁸

Struktur kepengurusan Gerakan Pramuka terbagi dalam sejumlah tingkatan, dari level cabang, ranting, sampai tingkat nasional, yang masing-masing memegang tugas dan kewajiban dalam pelaksanaan kegiatan kepramukaan. Keterlibatan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat, menjadikan gerakan pramuka semakin kuat dalam mewujudkan tujuan pendidikannya secara menyeluruh.¹⁹

Dengan program-program yang terus berkembang sesuai zaman, Gerakan Pramuka berperan krusial dalam pengembangan pemuda. Selain itu, pramuka tidak hanya mengajarkan kemampuan praktis, melainkan juga menanamkan

¹⁷ Arman Munadi, *“Peran Pendidikan Gerakan Pramuka Dalam Pembentukan Karakter Kepemimpinan Peserta Didik (Studi di MAN 1 Kota Cilegon-Banten)”*, Adz Zikri, 2020, hal. 57-58.

¹⁸ Estiva, *Peranan Gerakan Pramuka Terhadap Peningkatan Kesadaran Bela Negara Pada Siswa SMP Negeri 5 Anggaraja Kabupaten Enrekang*, (Makasar: Universitas Negeri Makasar, 2012), hal. 6.

¹⁹ Zuli Agus Firmansyah, *Panduan Resmi Pramuka Satyaku Kudarmakan Darmaku Kubaktikan*, (Jakarta Selatan: Wahyumedia, 2015), hal. 15.

nilai-nilai kebangsaan dan moralitas. Sebab itulah, pramuka terus menjadi sarana pembelajaran yang berdampak positif dalam menyiapkan generasi penerus menghadapi tantangan masa depan.²⁰

Loyalitas adalah bentuk kesetiaan atau komitmen kuat seseorang terhadap suatu objek, seperti organisasi, pekerjaan atau kelompok tertentu. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) loyalitas didefinisikan sebagai kesetiaan maupun kepatuhan.²¹ Lebih dari sekedar kesetiaan pasif, loyalitas mencerminkan komitmen aktif melalui konsistensi tindakan dan keyakinan kuat terhadap objek loyalitas, yang berkontribusi pada kemajuan organisasi.

Loyalitas tiap orang bisa diilustrasikan sebagai kebiasaan yang melambangkan komitmen terhadap organisasi sehingga menciptakan citra positif di mata pihak luar. Menurut Hasibuan, loyalitas merupakan salah satu unsur penting dalam penilaian terhadap anggota. Loyalitas ini mencakup kesetiaan terhadap pekerjaan, jabatan, serta terhadap organisasi secara keseluruhan. Bentuk kesetiaan tersebut tercermin dari kemauan anggota untuk menjaga, membela, dan melindungi organisasi, baik di dalam maupun di luar lingkungan kerja, dari berbagai pihak yang tidak bertanggung jawab.²²

²⁰ Ali Ridho, *Buku Ajar Mata Kuliah Pendidikan Pramuka Untuk PGSD*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2024), hal. 50.

²¹ Setya Nugraha dan Maulina, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karina), hal. 381.

²² Malayu Hasibuan, *Manajemen Sumber daya Manusia*, Edisi Revisi (Jakarta, PT. Bumi Aksara: 2018), hal. 67.

Dalam konteks organisasi, loyalitas merujuk pada kesetiaan atau pengabdian anggota terhadap lembaga. Hal ini tercermin melalui ketaatan terhadap peraturan, pelaksanaan tugas dengan penuh tanggung jawab, serta partisipasi aktif dalam pencapaian tujuan bersama. Menurut Fathukorahmah, loyalitas anggota merupakan perwujudan dari kesetiaan, pengabdian, dan kepercayaan terhadap organisasi, yang tercermin melalui kesediaan anggota dalam mencurahkan kemampuan, keterampilan, pemikiran, serta waktu demi kemajuan dan keberlangsungan organisasi. Loyalitas juga berarti menjaga rahasia dan tidak melakukan tindakan yang merugikan organisasi, berlandaskan semangat pengabdian tanpa mengharapkan balasan.²³

Dalam organisasi seperti pramuka, loyalitas menjadi hal krusial karena keberadaan dan keberlangsungan program sangat bergantung pada partisipasi aktif anggotanya. Namun, di tengah berbagai pilihan aktivitas dan tantangan zaman yang dihadapi remaja saat ini, mempertahankan loyalitas anggota bukanlah hal yang mudah. Banyak organisasi kepemudaan menghadapi persoalan seperti menurunnya partisipasi, kurangnya antusiasme, serta meningkatnya angka keluar masuk anggota.

Di MAN 2 Kota Padang, situasi serupa terjadi, banyak anggota yang awalnya antusias bergabung, namun seiring waktu menunjukkan penurunan partisipasi dalam kegiatan Pramuka. Berdasarkan pengamatan awal, terjadi

²³ Fathukorahmah Fathukorahmah, Poerwanti Hadi Pratiwi, Aris Martiana, “*Manajemen Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Anggota Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Di Diy*”, Jurnal Kajian Sosiologi, Vol. 7, No. 2, Yogyakarta, hal. 53-67.

penurunan signifikan dalam tingkat partisipasi dan konsistensi kehadiran anggota. Fenomena ini tampak dari berkurangnya jumlah anggota aktif, rendahnya kehadiran dalam kegiatan rutin, serta menurunnya antusiasme terhadap program-program pramuka. Situasi ini tentu mengkhawatirkan, mengingat Pramuka adalah wadah strategis dalam pembentukan karakter, kepemimpinan, dan keterampilan sosial peserta didik.

Data dari Pusat Penelitian dan Pengembangan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka mencatat bahwa pada tahun 2020 terdapat 24.012.450 anggota muda dari berbagai golongan. Namun, hanya 88.707 orang yang berhasil mencapai tingkat Pramuka Garuda, yaitu pencapaian tertinggi dalam kepramukaan.²⁴ Ketimpangan ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah anggota besar, tingkat loyalitas dan pencapaian optimal masih tergolong rendah.

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, menunjukkan penurunan jumlah anggota Pramuka selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2023, tercatat 83 anggota, turun menjadi 72 anggota pada tahun 2024, dan kembali menurun menjadi 64 anggota pada 2025. Tren ini mencerminkan menurunnya minat dan partisipasi dalam kegiatan Pramuka setiap tahunnya.²⁵

Beberapa aspek yang diduga memicu turunnya loyalitas anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang antara lain adalah persaingan dengan ekstrakurikuler lain

²⁴ PusbangJusinfo, “Jumlah Anggota Gerakan Pramuka Berdasar Data Tahun 2020 Sebanyak 25 Juta, Ini Rinciannya”, PramukaDiy, 29 Desember 2021, <https://pramukadiy.or.id/jumlah-anggota-gerakan-pramuka-berdasar-data-tahun-2020-sebanyak-25-juta-ini-rinciannya/>

²⁵ Wawancara dengan Linggo, tanggal 23 Mei 2025, di Sanggar Pramuka MAN 2 Kota Padang

yang dipandang lebih menarik, beban akademik yang semakin tinggi, pergeseran minat generasi muda terhadap aktivitas konvensional, serta pengaruh teknologi dan media sosial yang mengubah pola interaksi sosial. Selain itu, aspek komunikasi dalam pengelolaan organisasi Pramuka diduga menjadi faktor krusial yang perlu mendapat perhatian serius.

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan Teori Strategi Komunikasi yang dikemukakan oleh Hafied Cangara, terdiri dari lima tahapan, yaitu Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada tiga tahapan, yakni Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Pemilihan tiga tahapan ini didasarkan pada keterbatasan ruang lingkup penelitian, di mana tahap Penelitian dan Pelaporan lebih relevan dilakukan pada ranah konseptual atau administratif, sedangkan fokus penelitian ini adalah menganalisis bagaimana strategi komunikasi organisasi Pramuka Penegak dijalankan dalam praktik nyata. Dengan demikian, tahap Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi dipandang paling sesuai untuk menggambarkan dinamika komunikasi organisasi dalam upaya mempertahankan loyalitas anggota.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan Model Komunikasi Berlo (SMCR) yang menekankan empat komponen utama: *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Model ini relevan karena dapat membantu menguraikan secara lebih sistematis proses komunikasi organisasi, mulai dari siapa yang menjadi sumber informasi, bagaimana pesan

disusun dan disampaikan, saluran apa yang dipilih, hingga bagaimana penerima merespons pesan tersebut. Integrasi teori strategi komunikasi dengan Model SMCR memberikan kerangka analisis yang lebih komprehensif, sehingga penelitian mampu menggambarkan strategi komunikasi organisasi secara utuh, baik dari sisi perencanaan hingga evaluasi, maupun dari perspektif unsur-unsur komunikasi yang terlibat.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mendalami hal ini dalam bentuk skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS ANGGOTA PRAMUKA DI MAN 2 KOTA PADANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, ringkas, dan tidak melebar ke hal-hal di luar fokus utama, peneliti merasa perlu untuk menetapkan batasan masalah. Pembatasan ini penting dilakukan guna menjaga konsistensi pembahasan agar tetap sesuai dengan topik yang telah ditetapkan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada:

1. Perencanaan Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang.
2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang.
3. Evaluasi Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah memberikan arah yang jelas dalam pelaksanaan penelitian, mengidentifikasi serta menggambarkan suatu konsep untuk menjelaskan atau memprediksi suatu situasi, dan menawarkan solusi terhadap permasalahan yang diteliti. Setiap penelitian tentu memiliki tujuan yang spesifik agar hasilnya dapat memberikan kontribusi ilmiah dan menjadi informasi yang bermanfaat bagi masyarakat serta pembaca. Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Perencanaan Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang.
2. Untuk mengetahui Pelaksanaan Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang.
3. Untuk mengetahui Evaluasi Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pramuka di MAN 2 Kota Padang.

E. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian idealnya memberikan manfaat yang nyata, baik secara ilmiah maupun praktis. Demikian pula dengan penelitian ini, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Studi ini ditujukan untuk memberikan wawasan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan pada organisasi Pramuka dapat membangun dan menjaga loyalitas anggotanya. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks upaya mempertahankan keterikatan anggota terhadap organisasi berbasis pendidikan non-formal.

Hasil penelitian ini diharapkan memperluas pemahaman terkait penerapan komunikasi efektif yang mampu memperkuat komitmen dan rasa memiliki anggota terhadap organisasi Pramuka. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan dalam perancangan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan loyalitas anggota, serta memperkaya literatur mengenai pola komunikasi dalam organisasi kemasyarakatan, terutama yang bergerak di bidang kependuan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini meliputi beberapa aspek berikut:

- a. Memberikan wawasan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam organisasi Pramuka di MAN 2 Kota Padang dapat berperan dalam mempertahankan loyalitas anggota, khususnya pada tingkat Penegak.
- b. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bentuk-bentuk strategi komunikasi yang digunakan oleh pembina dan pengurus dalam membina hubungan yang erat dengan anggota, serta efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan komitmen dan rasa memiliki terhadap organisasi.
- c. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan praktis bagi pengurus Pramuka pada institusi pendidikan, termasuk sekolah dan lembaga pendidikan lainnya, dalam merancang strategi komunikasi yang lebih tepat untuk menjaga keberlangsungan dan loyalitas keanggotaan.
- d. Melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

F. Penjelasan Judul

Strategi : Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi diartikan

sebagai ilmu dan seni dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh suatu bangsa guna melaksanakan kebijakan tertentu, serta sebagai suatu perencanaan yang matang terkait kegiatan untuk mencapai tujuan yang spesifik.

Secara umum, strategi dipahami sebagai sebuah rencana menyeluruh yang terintegrasi dan terpadu, yang mengaitkan keunggulan strategis organisasi dengan tantangan dari lingkungan eksternal, dan dirancang untuk memastikan tercapainya tujuan utama organisasi melalui pelaksanaan yang efektif dan efisien.

Komunikasi

: Istilah komunikasi (*communication* dalam bahasa Inggris) berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis*, yang berarti sama, dalam arti kesamaan makna antara pihak-pihak yang terlibat. Komunikasi

memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena menjadi sarana utama dalam pertukaran informasi dan pembentukan pemahaman bersama.

Menurut Harold D. Lasswell, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang bertujuan untuk menimbulkan efek tertentu pada penerimanya.

Loyalitas Anggota

: Kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan tercermin melalui kesiapan individu untuk mengalokasikan kemampuan, keterampilan, pikiran, serta waktu dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. Hal ini juga mencakup komitmen untuk menjaga kerahasiaan internal dan menghindari tindakan yang dapat

merugikan organisasi, yang dilandasi oleh semangat pengabdian tanpa pamrih terhadap kelompok atau organisasi tempatnya bernaung.

Pramuka : *Praja Moeda Karana* berasal dari bahasa Sansekerta, yang memiliki makna yaitu kata *praja* artinya warga, kata *moeda* artinya mereka yang berjiwa atau memiliki jiwa muda, dan kata *karana* artinya kesanggupan, kemampuan, dan keuletan dalam berkarya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun secara deskriptif untuk menjelaskan unsur-unsur utama yang akan disajikan. Secara garis besar, struktur penulisan terdiri atas tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Adapun isi skripsi ini dibagi ke dalam lima bab, yaitu:

BAB I : Dalam bab ini berisi Pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penjelasan Judul, dan Sistematika Penulisan

BAB II : Dalam bab ini terdiri dari Landasan Teoritik, bab ini terdiri dari beberapa sub bab, bab pertama membahas tentang Strategi, bab kedua membahas tentang Komunikasi, bab ketiga membahas tentang Strategi Komunikasi, bab keempat membahas tentang Loyalitas Anggota, dan bab kelima membahas tentang Pramuka.

BAB III : Dalam bab ini berisi Metodologi Penelitian, yang terdiri dari Metode Penelitian, Objek Penelitian, Teknik Pengumpulan data, Teknik Pengambilan Sampel, Sumber Data dan Validasi Data.

BAB IV : Dalam bab ini berupa Penyajian Data dan Analisis yang terdiri dari Gambaran Deskripsi Informan Penelitian, Temuan Penelitian, Pembahasan.

BAB V : Dalam bab ini berisi Penutup berupa Kesimpulan dan Saran.

UIN IMAM BONJOL
PADANG