

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikaji berdasarkan rumusan masalah, kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Pada Perencanaan Strategi Komunikasi yang diterapkan dalam upaya mempertahankan loyalitas anggota Pramuka, *source* (sumber), organisasi Pramuka menempatkan sumber komunikasi secara jelas dan terstruktur melalui peran Pradana, Dewan Ambalan, serta pembina. Kejelasan struktur ini menjamin arus informasi yang sah, teratur, dan konsisten. Di samping itu, komunikasi interpersonal yang akrab dan partisipasi anggota dalam perencanaan kegiatan menumbuhkan rasa dihargai dan memiliki, sehingga memperkuat loyalitas anggota. *Massage* (Pesan), pesan yang disusun tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mengandung motivasi, ajakan, dan simbol identitas. Fleksibilitas gaya komunikasi antara santai maupun formal serta penggunaan bahasa khas Pramuka menjadikan pesan efektif dalam membangun ikatan emosional, solidaritas, serta kebanggaan anggota terhadap organisasi. *Channel* (Saluran), strategi komunikasi menggunakan kombinasi saluran online dan tatap muka. Media sosial memudahkan efisiensi informasi, sementara pertemuan langsung memperkuat kebersamaan. Dukungan media

visual dan penghargaan simbolik semakin meningkatkan antusiasme, rasa bangga, dan pengakuan anggota terhadap kontribusi mereka. *Receiver* (Penerima), dewan Ambalan memperhatikan kemampuan anggota dalam memahami pesan melalui strategi komunikasi adaptif dan edukatif. Penyesuaian bahasa, pengulangan pesan, pemberian contoh, serta tambahan pelatihan memastikan tidak ada anggota yang tertinggal informasi. Dengan cara ini, anggota merasa diperhatikan, diberdayakan, dan lebih terlibat aktif.

2. Pada Pelaksanaan Strategi Komunikasi yang diterapkan dalam upaya mempertahankan loyalitas anggota Pramuka, *source* (sumber), pembina dan pengurus menerapkan pola komunikasi yang menggabungkan keramahan dan ketegasan. Sikap ramah menciptakan suasana akrab dan kebersamaan, sementara ketegasan menjaga kedisiplinan. Hubungan interpersonal yang persuasif dan kooperatif, baik antara pembina dengan anggota maupun antaranggota, berhasil menumbuhkan kenyamanan, motivasi, serta loyalitas terhadap organisasi. *Message* (Pesan), pesan yang disampaikan tidak hanya berupa instruksi, tetapi juga motivasi, cerita inspiratif, dan simbol-simbol khas Pramuka. Strategi naratif, instruktif, serta simbolik seperti yel-yel, isyarat tangan, dan kode khusus menjadi sarana membangun kebanggaan, solidaritas, dan identitas kelompok. Dengan demikian, pesan komunikasi berfungsi ganda: informatif sekaligus memperkuat ikatan emosional anggota. *Channel* (Saluran), komunikasi tatap muka menjadi saluran utama yang efektif karena memungkinkan interaksi langsung, dua arah, dan minim miskomunikasi. Di

samping itu, simbol fisik seperti Tanda Kecakapan Khusus (TKK), Tanda Kecakapan Umum (TKU), maupun tanda jabatan berfungsi sebagai media persuasif dan motivasional. Penyematan tanda tersebut tidak hanya sebagai bentuk penghargaan, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga dan semangat anggota untuk terus berprestasi. *Receiver* (Penerima), anggota menerima pesan komunikasi dalam suasana kebersamaan yang suportif. Dukungan emosional, teguran positif, serta ajakan kooperatif menciptakan proses internalisasi nilai secara bertahap. Komunikasi yang persuasif, suportif, dan edukatif membuat anggota merasa dihargai, didukung, serta dilibatkan aktif, sehingga meningkatkan rasa memiliki dan loyalitas terhadap organisasi.

3. Pada Evaluasi Strategi Komunikasi yang diterapkan dalam upaya mempertahankan loyalitas anggota Pramuka, *source* (sumber), pembina dan pengurus menerapkan komunikasi yang persuasif, suportif, dan partisipatif. Arahan teknis dipadukan dengan motivasi, humor ringan, serta suasana kekeluargaan yang hangat. Musyawarah yang melibatkan seluruh anggota memperkuat rasa memiliki dan meningkatkan keterikatan emosional terhadap organisasi. *Message* (Pesan), pesan komunikasi berisi motivasi, nasihat, serta ajakan yang menyentuh sisi emosional anggota. Penyampaian dilakukan melalui kata-kata penyemangat, simbol khas Pramuka seperti salam dan yel-yel, serta istilah khusus yang menumbuhkan identitas bersama. Strategi persuasif dan simbolik ini memperkuat solidaritas, kebanggaan, dan rasa memiliki, sehingga loyalitas anggota meningkat. *Channel* (Saluran),

komunikasi tatap muka menjadi saluran utama yang efektif karena memungkinkan interaksi langsung dan membangun kedekatan emosional. Selain itu, pemberian apresiasi berupa penghargaan simbolis (piagam, hadiah) berfungsi sebagai pengakuan dan motivasi. Kedua saluran ini mendorong anggota untuk semakin bersemangat serta setia terhadap organisasi. *Receiver* (Penerima), anggota menerima pesan komunikasi dalam iklim yang partisipatif dan demokratis. Mereka diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, belajar melalui praktik langsung, dan memperoleh pengalaman lapangan. Strategi ini membuat anggota merasa dihargai, termotivasi, serta merasakan manfaat nyata dari kegiatan Pramuka. Proses internalisasi nilai disiplin, kerja sama, dan tanggung jawab memperkuat loyalitas anggota terhadap organisasi.

B. Saran

1. Perencanaan Strategi Komunikasi dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggota Pramuka, dapat lebih dioptimalkan melalui beberapa hal. Pertama, memperkuat kejelasan struktur komunikasi dengan menempatkan Pradana, Dewan Ambalan, dan pembina sebagai sumber informasi yang konsisten dan terpercaya. Kedua, memperkaya pesan komunikasi dengan tidak hanya berfokus pada informasi teknis, tetapi juga motivasi, ajakan, serta penggunaan bahasa khas Pramuka sebagai simbol identitas kolektif. Ketiga, memadukan saluran komunikasi secara efektif, baik

melalui media online, tatap muka, media visual, maupun penghargaan simbolik agar pesan dapat tersampaikan secara merata dan menarik. Keempat, menyesuaikan penyampaian pesan dengan kemampuan penerima melalui strategi adaptif dan edukatif, sehingga seluruh anggota dapat memahami informasi dengan baik dan merasa dilibatkan. Dengan demikian, komunikasi organisasi dapat semakin mendukung terciptanya loyalitas anggota secara berkelanjutan.

2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggota Pramuka, dapat terus diperkuat dengan beberapa hal. Pertama, menjaga keseimbangan antara sikap ramah dan tegas agar kedisiplinan tetap terjaga, namun suasana kegiatan tetap menyenangkan. Kedua, memperkaya isi pesan dengan motivasi, arahan, serta penggunaan simbol khas Pramuka untuk memperkuat identitas dan semangat kebersamaan. Ketiga, mengoptimalkan komunikasi tatap muka dan simbol fisik seperti TKK, TKU, maupun tanda jabatan, karena terbukti efektif menumbuhkan rasa bangga dan loyalitas. Keempat, memperhatikan penerimaan pesan oleh anggota dengan pola komunikasi suportif, persuasif, dan edukatif, sehingga setiap individu merasa diterima, didukung, serta termotivasi untuk berkembang. Dengan konsistensi pelaksanaan strategi ini, loyalitas anggota dapat terus terjaga secara berkelanjutan.
3. Evaluasi Strategi Komunikasi dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggota Pramuka, perlu terus dipertahankan dan

ditingkatkan. Pembina dan Dewan Ambalan disarankan untuk tetap menggunakan gaya komunikasi yang ramah, persuasif, dan partisipatif agar anggota merasa dihargai sekaligus termotivasi. Pesan-pesan motivatif serta simbol khas Pramuka seperti salam, yel-yel, dan istilah kepramukaan sebaiknya terus diperkuat untuk menumbuhkan rasa kebersamaan dan identitas kolektif. Komunikasi tatap muka, apresiasi terhadap prestasi anggota, serta pembelajaran berbasis praktik perlu dijalankan secara konsisten karena terbukti efektif meningkatkan kedekatan emosional, rasa percaya diri, dan loyalitas anggota terhadap organisasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal.(2015).*Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*.(Bandung: Pustaka Setia)
- Afandi, Zaenal.(2019).*Startegi Pendidikan Entrepreneurship di Pesantren Al-Mawaddah Kudus Bisnis*.Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 7, No. 1 Aksara)
- Al-Marâgiy, Ahmad Musthafa.(1972).*Tafsîr al-Marâgiy*.(Mesir: Mushthafa al Bâby al-Halabiy)
- AloLiliweri.(2011).*Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*.(Jakarta: Kencana Prenada Media
- Ananda, Dimas Pola *Komunikasi Pembina Pramuka di SMA Negeri 1 Bulukumba Dalam Penerapan Kepramukaan Selama Covid-19*
- Anggito, Albi Johan Setiawan.(2018).*Metodologi Penelitian Kualitatif*.(Sukabumi: Jejak)
- Anwar Arifin, Anwar.(1884).*Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*.(Bandung: Amrico)
- Ardianto.(2011). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.(Bandung: Simbiosis Rekatama)
- Ardianto, Elvinaro.(2019).Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.(Bandung: Simbiosis Rektaman Media)
- Arni, Muhammad.(2004).*Komunikasi Organisasi. Cet. Ke 6*.(Jakarta: Bumi Aksara)
- Asri, Ispawati.(2023).*Strategi Komunikasi Oorganisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI*.Ikon Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol XXVII No.3
- Asriadi.(2020).*Komunikasi Efektif Dalam Organisasi*.Retorika. Vol 2. No. 1 2020
- Assauri, Sofjan.(2013).*Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*.(Jakarta : Rajawali Pers)
- Azrul, Azwar.(2012).*Mengenal Gerakan Pramuka*.(Jakarta: Erlangga)
- B, Bungin.(2005).*Metode Penelitian Kualitatif*.(Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Cangara, Hafied.(2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.(Jakarta: Rajawali Pers).
- Cangara, Hafield.(2013).*Perencanaan dan Strategi Komunikasi*.(Jakarta: PT Raja Grafindo)
- Damanik.(2014).*Pramuka Ekstrakurikuler di Sekolah*.Jurnal Ilmu Keolahragaan, Vol. 13, No. 2
- Darmawan, Audrey Zabrina Silas, Inri Inggrit Indrayati, Felicia Goenawan.(2022).*Strategi Komunikasi Amerta Land Dalam Mengimplementasikan Program "Member Get Member"*.Jurnal E-Komunikasi, Vol. 10, No. 2

- Departemen Agama RI.(1989).*Alquran dan Terjemahnya*.(Semarang: Toha Putra)
- Effemdy, Onong Uchjana.(2007).*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cet ke-21*.(Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Estiva.(2012).*Peranan Gerakan Pramuka Terhadap Peningkatan Kesadaran Bela Negara Pada Siswa SMP Negeri 5 Anggaraja Kabupaten Enrekang*.(Makasar: Universitas Negeri Makasar)
- Fadhli, M. Nurul.(2021).*Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan*.Journal Ability. Vol 2, Issue 2
- 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
- Firmansyah, Zuli Agus. (2015).*Panduan Resmi Pramuka Satyaku Kudarmakan Darmaku Kubaktikan*.(Jakarta Selatan: Wahyumedia)
- Halim, A, dkk.(2005).*Manajemen Pesantren*.(Bandung: PT LKIS Pelangi Aksara)
- Hariyanto, Didik.(2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.(Sidoarjo: Umsida Press)
- Harapan, Edi dan Syarwani Ahmad.(2016).*Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers)
- Hariadi, Bambang.(2005).*Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*.(Malang: Bayumedia Publishin)
- Hasibuan, Malayu. (2018).*Manajemen Sumber daya Manusia* Edisi Revisi.(Jakarta, PT. Bumi)
- Herlina, dkk.(2023).*Pengantar Ilmu Komunikasi*.(Solo: CV Basya Media Utama)
- Ilyas & Qoni.(2012).*Buku Pintar Pramuka*, (Yogyakarta: Familia)
- Iswanto, Juni, Nuril Lailiyah, Qurotul A'yuni.(2023).*Komunikasi dan Organisasi Pendidikan*.Cermin Jurnal. Vol 3. No. 1
- J, Meleong Lexy.(1989).*Metodologi Penelitian Kualitatif*.(Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Jayanti.(2006).*Buku Lengkap Pramuka*.(Yogyakarta: Media Ilmu Abadi)
- Kadri.(2022).*Komunikasi Manusia*. (Mataram: Alamtara Institute)
- Kalianda, Deri.(2018).*Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) dalam Mengimplementasikan Program Green City di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi*.Jom Fisip, Vol. 5 No. 1 Karina)
- Karyaningsih, Ponco Dewi.(2018).*Pengantar Ilmu Komunikasi*.(Yogyakarta: Samudra Biru)
- Kuswarno.(2008).*Etnografi Komunikasi*.(Bandung: Widya Padjajaran)
- Kristanto, Heru.(2009).*Kewirausahaan Enterpreneurshir: Pendekatan Manajemen dan Praktik*.(Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Kwartir Nasional Gerakan Pramuka.(2005).*Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Gerakan Pramuka*.(Kwarnas)
- Milyane, Tita Melia, dkk.(2022).*Pengantar Ilmu Komunika*s. (Bandung: Widina)

- Morissan.(2006). *Pengantar Public Relations Strategi Strategi Menjadi Humas Professional*.(Jakarta: Ramdina Prakasa)
- Muhammad, Febriansyah.*Strategi Komunikasi Persuasif Duta GenRe dalam Mensosialisasikan Pendewasaan Usia Perkawinan pada Remaja di Sumatra Selatan, (Studi di BKKBN Prov. Sumatra Selatan)*
- Mulyana, Dedy.(2016).*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.(Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Munadi, Arman.(2020).*Peran Pendidikan Gerakan Pramuka Dalam Pembentukan Karakter Kepemimpinan Peserta Didik (Studi di MAN 1 Kota Cilegon-Banten)*.Adz Zikri
- Nasruddin.(2018).*Buku Komplit Pramuka (Cetakan Pertama)*.(Yogyakarta: CV Brilliant)
- Niqmah, Lailatun.*Strategi Public Relations Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Dalam Membangun Image Organisasi Pramuka*
- NST, Iwan Mahliga *Hubungan Gaya Kepemimpinan Dengan Loyalitas Anggota Pada Himpunan Mahasiswa Bener Meriah Sumatera Utara (HIMABEM SU)*
- Nugraha, Setya dan Maulina, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Persada)
- Nurudin.(2017).*Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*.(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Oktavia, Feny.(2018).*Upaya komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunur*.Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 1
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No 63 Tahun 2014 tentang Pendidikan Kepramukaan
- Perkasa, Thareeq Akbar.(2023).*Strategi Komunikasi Kepemimpinan: Suatu Tinjauan Teoritis*.Jurnal of Student Research, Vol. 1, No. 2
- Priansa, Donni Juni.(2014).*Perencanaan dan Pengembangan SDM*.(Bandung: Alfabeta)
- Purba, Bonaraja dkk.(2020).*Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*.(Medan: Yayasan Kita Menulis)
- Purnomo, Septiawan Hari dan Zulkifrimansyah.(1998).*Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*.(Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI)
- PusbangJusinfo.(2021)*Jumlah Anggota Gerakan Pramuka Berdasar Data Tahun 2020 Sebanyak 25 Juta, Ini Rinciannya*.PramukaDiy.<https://pramukadiy.or.id/jumlah-anggota-gerakan-pramuka-berdasar-data-tahun-2020-sebanyak-25-juta-ini-rinciannya/>
- Putri, Nadia Salsabila, Nadilla Indriani, Dinda Adila.(2024).*Sejarah Gerakan Pramuka*.Al Ittihadu. Vol 2, No. 2
- Rahman D' Bx, "Loyalitas Dalam Berorganisasi", Scribd, <https://www.scribd.com/document/498122067/LOYALITAS-DALAM-BERORGANISASI>

- Rahmat, Jalaludin.(1992).*Islam Aktual*.(Bandung: Mizan)
- Rahmawati, Agus.*Pola Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Anggota Generasi Baru Indonesia Kalimantan Barat*
- Ridho, Ali.(2024).*Buku Ajar Mata Kuliah Pendidikan Pramuka Untuk PGSD*.(Malang: CV Literasi Nusantara Abadi)
- Riinawati.(2019)*Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*.(Banjarmasin: Pustaka Baru Press)
- Rinanda, Silvi Ika.(2016).*Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Karyawan Di Hotel Dyan Graha Pekanbaru*.JOM FISIP Vol. 3 No. 2
- Siregar, Robert Tua, dkk.(2021).*Komunikasi Organisasi*.(Bandung: Widha Bakti Persada Bandung)
- Soepardi, Edy Mulyadi.*Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang Menderita Kerugian)*
- Sugiyono.(2016)*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*.(Bandung: CV Alfabeta Bandung)
- Sugiyono.(2010).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta)
- Suhaeri, Dadang.(2024).*Manajemen Strategik (Kajian Konsep-Konsep)*.(Bandung: Widina Media Utama)
- Sumarsono, S.(2001). *Pendidikan Kewarganegaraan*.(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Sunardi, Andri Bob.(2016).*BOYMAN Ragam Latih Pramuka*.(Bandung: Dharma Utama)
- Suriati, dkk.(2022).*Pengantar Ilmu Komunikasi*.(Tulung Agung: Akademia Pustaka)
- Suryawijara, Rachmadji Jaka dan Amalia Djuwita, *Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Loyalitas Anggota Di Toasmaster International Distrik 87*
- Tim Penyusun.(2005).*Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ed. 3, Cet. 3*.(Jakarta: Balai Pustaka.)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Gerakan Pramuka
- Wawancara dengan Linggo, tanggal 23 Mei 2025, di Sanggar Pramuka MAN 2 Kota Padang
- Wijayanti, Qoniah Nur.(2022).*Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT Lion Wings Indonesia*.Jurnal Komunikasi
- Wirman, Welly, Tantri Puspita Yazid, Nurjanah.(2017).*Model Perencanaan Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Chevron Pacific Indonesia*.Jurnal Komunikasi
- Yulianti, Praptini.(2015).*Organisasional Perspektif: Konsep dan Empiris*.Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol 2 No. 1