

**PERENCANAAN DAN KEBIJAKAN KOMUNIKASI ORGANISASI BEM DI  
KAMPUS 2 IAKN TARUTUNG**

**Corry Hannah Purba**

**Raikhapoor Lumbantobing**

[corryhannah0@gmail.com](mailto:corryhannah0@gmail.com)

[raikhapoor76@gmail.com](mailto:raikhapoor76@gmail.com)

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

**Abstrak**

Perencanaan dan kebijakan komunikasi merupakan elemen fundamental dalam menciptakan sistem komunikasi yang efektif, strategis, dan berkelanjutan, baik di sektor pemerintahan, organisasi, maupun perusahaan. Perencanaan komunikasi bertujuan untuk menentukan tujuan, strategi, media, dan pesan yang sesuai dengan audiens sasaran, sehingga dapat mencapai hasil komunikasi yang optimal. Di sisi lain, kebijakan komunikasi memberikan panduan normatif yang memastikan konsistensi, akuntabilitas, dan keberlanjutan dalam pelaksanaan komunikasi di berbagai level organisasi. Dalam konteks modern, perencanaan dan kebijakan komunikasi menghadapi tantangan yang kompleks, seperti perkembangan teknologi digital, dinamika sosial, dan kebutuhan akan transparansi serta partisipasi publik. Oleh karena itu, pendekatan berbasis data dan analisis mendalam menjadi krusial dalam proses perencanaan. Artikel ini mengulas kerangka konseptual, prinsip dasar, serta studi kasus tentang penerapan perencanaan dan kebijakan komunikasi di berbagai sektor, dengan fokus pada strategi inovatif yang dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Kata Kunci: Perencanaan dan Kebijakan Komunikasi.

**Abstract**

Communication planning and policy is a fundamental element in creating an effective, strategic and sustainable communication system, both in the government, organizational and corporate sectors. Communication planning aims to determine goals, strategies, media and messages that are appropriate to the target audience, so that optimal communication results can be achieved. On the other hand, communication policies provide normative guidance that ensures consistency, accountability and sustainability in the implementation of communication at various levels of the organization. In the modern context, communication planning and policy face complex challenges, such as developments in digital technology, social dynamics, and the need for transparency and public participation. Therefore, a data-based approach and in-depth analysis are crucial in the planning process. This article reviews the conceptual framework, basic principles, and case studies on the implementation of communication planning and policies in various sectors, with a focus on innovative strategies that can support better decision making. Keywords: Communication Planning and Policy.

## **PENDAHULUAN**

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di dalam organisasi, pemerintahan, dan masyarakat luas. Perencanaan dan strategi komunikasi menjadi elemen kunci untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens sasaran. Para ahli komunikasi telah mengembangkan berbagai teori dan pendekatan untuk menjelaskan pentingnya perencanaan yang terstruktur serta strategi yang efektif dalam mencapai tujuan komunikasi. Perencanaan komunikasi merupakan proses sistematis yang melibatkan identifikasi audiens, analisis kebutuhan, pemilihan media, hingga evaluasi hasil untuk memastikan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Komunikasi organisasi merupakan elemen vital dalam menjamin keberhasilan sebuah organisasi, termasuk organisasi mahasiswa seperti Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Dalam konteks kampus, BEM berfungsi sebagai penghubung antara mahasiswa dengan pihak institusi pendidikan, sehingga keberhasilan perencanaan dan kebijakan komunikasi menjadi kunci dalam menjalankan program kerja dan menyampaikan aspirasi mahasiswa. Perencanaan komunikasi yang strategis membantu BEM dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan efisien, baik secara internal maupun eksternal.

BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung memiliki tantangan tersendiri dalam mengimplementasikan kebijakan komunikasi, terutama dengan latar belakang mahasiswa yang heterogen dan penggunaan media komunikasi yang beragam. Menurut teori komunikasi organisasi, perencanaan yang matang harus mencakup analisis situasi, penetapan tujuan, identifikasi audiens, hingga pemilihan media yang tepat untuk memastikan pesan dapat tersampaikan secara optimal (Putra, 2021). Selain itu, kebijakan komunikasi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai organisasi, budaya lokal, serta kebutuhan mahasiswa agar dapat diterima oleh seluruh pihak yang terlibat (Herlina, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk membahas pemikiran para ahli terkait perencanaan dan strategi komunikasi, serta bagaimana konsep-konsep tersebut dapat diimplementasikan dalam berbagai konteks, baik di tingkat individu maupun organisasi. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pentingnya perencanaan dan strategi komunikasi dalam menghadapi tantangan komunikasi modern.

Perencanaan komunikasi didefinisikan sebagai proses sistematis untuk menentukan tujuan, merancang pesan, memilih media, dan menentukan waktu pelaksanaan komunikasi

guna mencapai sasaran tertentu secara efektif dan efisien. Menurut Hafied Cangara, "Perencanaan komunikasi adalah upaya yang terorganisir untuk menyampaikan informasi secara terarah, menggunakan berbagai media yang relevan untuk mencapai hasil yang diinginkan". Sementara itu, Effendy menyatakan bahwa "perencanaan komunikasi adalah proses pengambilan keputusan dalam komunikasi yang melibatkan analisis kebutuhan, penentuan sasaran, dan penyusunan strategi untuk pelaksanaannya".

Strategi komunikasi merujuk pada pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi dengan mempertimbangkan elemen-elemen penting seperti pesan, audiens, media, dan waktu. Onong Uchjana Effendy mendefinisikan strategi komunikasi sebagai "kombinasi dari perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan". Menurut Denis McQuail, "Strategi komunikasi adalah upaya terstruktur untuk mengelola pesan dan media dalam membangun hubungan dengan audiens yang ditargetkan".

## **KAJIAN TEORI**

### **Perencanaan Komunikasi yang Dilakukan Oleh BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung Untuk Mendukung Program Kerja dan Aspirasi Mahasiswa**

Perencanaan komunikasi merupakan proses strategis yang dilakukan organisasi untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens yang dituju. Dalam konteks BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung, perencanaan komunikasi menjadi elemen penting untuk mendukung pelaksanaan program kerja dan penyampaian aspirasi mahasiswa. Berdasarkan teori komunikasi organisasi, proses perencanaan komunikasi mencakup beberapa tahap utama:

1. Analisis Situasi: BEM harus memahami kondisi internal dan eksternal organisasi sebelum merancang strategi komunikasi. Hal ini meliputi identifikasi kebutuhan mahasiswa, analisis kekuatan dan kelemahan komunikasi sebelumnya, serta pemetaan isu-isu utama yang relevan dengan mahasiswa (Putra, 2021).
2. Penetapan Tujuan Komunikasi: Perencanaan komunikasi dilakukan dengan menetapkan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART). Misalnya, menyosialisasikan program kerja kepada 80% mahasiswa dalam satu semester atau meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan kampus sebesar 20% (Pratama & Wibowo, 2019).

3. Identifikasi Audiens : Audiens utama BEM meliputi mahasiswa, dosen, dan pihak institusi. Dalam perencanaan komunikasi, penting untuk mengelompokkan audiens berdasarkan kebutuhan informasi dan preferensi media komunikasi yang digunakan (Herlina, 2020).
4. Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi: Media komunikasi yang digunakan harus sesuai dengan karakteristik audiens. Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan website kampus sering digunakan oleh BEM untuk menyampaikan informasi program kerja dan menjangkau aspirasi mahasiswa. Penggunaan media ini harus disertai dengan konsistensi dalam penyampaian pesan (Putra, 2021).
5. Pelaksanaan dan Evaluasi: Setelah strategi komunikasi dijalankan, BEM perlu melakukan evaluasi untuk menilai efektivitasnya. Evaluasi dilakukan melalui survei kepuasan mahasiswa atau pengukuran partisipasi mahasiswa dalam kegiatan yang diadakan (Pratama & Wibowo, 2019).

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung dapat mendukung tercapainya program kerja yang efektif dan aspirasi mahasiswa yang tersampaikan dengan baik.

Tantangan yang Dihadapi BEM Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Komunikasi di Lingkungan Mahasiswa yang Heterogen

Ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh BEM dalam mengimplementasikan kebijakan komunikasi di lingkungan mahasiswa yang heterogen:

### **Tantangan dalam Mengimplementasikan Kebijakan Komunikasi**

#### 1. Perbedaan Latar Belakang Sosial dan Budaya

Mahasiswa dengan latar belakang budaya, bahasa, dan nilai sosial yang berbeda sering kali memiliki cara pandang dan preferensi komunikasi yang beragam. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam menyusun pesan yang dapat dipahami dan diterima oleh seluruh mahasiswa. (Herlina, 2020).

#### 2. Kesenjangan Teknologi dan Akses Informasi

Tidak semua mahasiswa memiliki akses yang sama terhadap teknologi atau media komunikasi tertentu. Ketergantungan pada platform digital bisa menjadi kendala bagi mahasiswa yang kurang familier dengan teknologi atau tidak memiliki akses internet memadai. (Pratama & Wibowo, 2019).

#### 3. Kurangnya Kompetensi Komunikasi Pengurus BEM

Sebagian pengurus BEM mungkin belum memiliki keterampilan komunikasi yang cukup, seperti kemampuan menyusun pesan yang persuasif atau memahami audiens dengan berbagai latar belakang. Hal ini dapat memengaruhi efektivitas komunikasi. (Putra, 2021).

4. Minimnya Evaluasi terhadap Kebijakan yang Diimplementasikan

Kebijakan komunikasi sering kali diterapkan tanpa evaluasi yang memadai terhadap efektivitasnya. Akibatnya, tantangan yang sama terus berulang tanpa adanya perbaikan yang signifikan. (Suryani, 2021).

5. Tingkat Partisipasi Mahasiswa yang Rendah

Heterogenitas mahasiswa dapat memengaruhi tingkat partisipasi dalam program-program BEM. Mahasiswa cenderung memilih kegiatan atau pesan yang relevan dengan kelompoknya, sehingga komunikasi organisasi sering tidak menjangkau seluruh elemen mahasiswa. (Iskandar & Lestari, 2020).

### Strategi Yang Dapat Diambil Untuk Meningkatkan Perencanaan dan Kebijakan Komunikasi Organisasi BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung

#### Strategi untuk Meningkatkan Perencanaan dan Kebijakan Komunikasi

1. Melakukan Analisis Kebutuhan dan Audiens: Sebelum merancang kebijakan komunikasi, penting untuk melakukan analisis kebutuhan mahasiswa dan memahami karakteristik audiens yang heterogen. Hal ini dapat dilakukan melalui survei, diskusi kelompok, atau forum aspirasi untuk mendapatkan data yang komprehensif. (Pratama & Wibowo, 2019).

2. Melakukan Evaluasi Berkala terhadap Kebijakan dan Program: Penting bagi BEM untuk mengevaluasi kebijakan dan program komunikasi secara berkala. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui survei umpan balik dari mahasiswa atau analisis efektivitas media komunikasi yang digunakan. Dengan evaluasi, BEM dapat memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas komunikasi. (Suryani, 2021).

3. Mengembangkan Program Pelatihan bagi Pengurus BEM: Pengurus BEM perlu diberikan pelatihan terkait keterampilan komunikasi, seperti menyusun pesan yang efektif, public speaking, dan manajemen konflik. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi mereka dalam menghadapi berbagai situasi. (Herlina, 2020).

4. Mengintegrasikan Pendekatan Budaya Lokal: Mengingat pentingnya konteks budaya di lingkungan Kampus 2 IAKN Tarutung, kebijakan komunikasi perlu

mencerminkan nilai-nilai lokal agar lebih mudah diterima oleh mahasiswa. Pendekatan ini dapat mencakup penggunaan bahasa daerah atau penguatan identitas lokal dalam kegiatan BEM. (Herlina, 2020).

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampus 2 IAKN Tarutung, yang berlokasi di Kecamatan Tarutung, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara. Kampus 2 IAKN Tarutung dipilih sebagai lokasi penelitian karena menjadi pusat kegiatan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) yang memiliki peran strategis dalam mengelola komunikasi organisasi, baik secara internal dengan mahasiswa maupun eksternal dengan pihak institusi.

### **B. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada 2 Desember 2024. Adapun lokasi penelitian bertempat di Kampus 2 Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, yang menjadi fokus dalam pengumpulan data dan observasi terkait perencanaan dan kebijakan komunikasi organisasi BEM di lingkungan tersebut.

### **C. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini dipilih untuk menggambarkan dan menganalisis perencanaan serta kebijakan komunikasi yang diterapkan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) di Kampus 2 IAKN Tarutung. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan komunikasi BEM, serta tantangan dan strategi yang diterapkan dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi di organisasi mahasiswa tersebut.

Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pemahaman konteks sosial dan budaya yang ada di Kampus 2 IAKN Tarutung, serta menggali pandangan dan pengalaman pengurus BEM, mahasiswa, dan pihak terkait lainnya mengenai kebijakan komunikasi yang ada. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara tematik untuk memperoleh pemahaman yang lebih holistik tentang masalah yang diteliti.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data sering kali melibatkan interaksi langsung dengan subjek penelitian, seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Sementara itu, dalam penelitian kuantitatif, teknik seperti survei atau eksperimen lebih sering digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk angka atau statistik (Creswell, 2014).

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### A. Metode Wawancara

Untuk mengumpulkan data yang mendalam mengenai perencanaan dan kebijakan komunikasi organisasi BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu anggota BEM bernama Agnieska Natalia Hutabarat seorang mahasiswa kampus 2 IAKN Tarutung sekaligus juga anggota BEM di kampus, yang berperan dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan kebijakan komunikasi. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait tantangan yang dihadapi BEM dalam menyusun kebijakan komunikasi, strategi yang diterapkan untuk mencapai tujuan komunikasi, serta evaluasi terhadap kebijakan yang telah dijalankan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Umum

##### 1. Profil Anggota BEM dan Kampus 2 IAKN Tarutung



Nama : Agnieska Natalia Hutabarat

Nim : 230105016

Status : Anggota BEM Fakultas Ilmu Pendidikan Kristen Kampus 2 IAKN  
Tarutung  
Alamat Kampus : Jl. Raya Tarutung Siborongborong, Km. 11 Silangkitang  
Desa : Sipahutar  
Kecamatan : Sipoholon  
Kabupaten : Tapanuli Utara  
Provinsi : Sumatera Utara

## 2. Jumlah Anggota BEM Fakultas Ilmu Pendidikan Kristen

Jumlah : 42 Anggota serta BPH

### B. Temuan Khusus

#### Narasumber 1

Setelah melakukan wawancara dengan anggota BEM bernama Agnieska Natalia Hutabarat di Kampus 2 IAKN Tarutung, beberapa pandangan dan tanggapan terkait perencanaan dan kebijakan komunikasi dalam organisasi tersebut terungkap. Agnieska Natalia Hutabarat mengungkapkan bahwa meskipun BEM memiliki berbagai program kerja yang bertujuan untuk menghubungkan mahasiswa dengan pihak kampus, sering kali kendala komunikasi menjadi hambatan utama. "Kami sering merasa kesulitan dalam menyampaikan pesan kepada seluruh mahasiswa, terutama karena perbedaan karakter dan cara berkomunikasi yang ada," ujar Agnieska Natalia Hutabarat.

Selain itu, Agnieska Natalia Hutabarat sebagai anggota BEM menyatakan pentingnya perencanaan komunikasi yang lebih terstruktur dan terarah. "Kami perlu memiliki kebijakan komunikasi yang jelas, agar setiap program kerja dapat dipahami dengan baik oleh semua pihak yang terlibat," tambahnya. Dia juga menekankan pentingnya evaluasi berkala terhadap kebijakan komunikasi yang diterapkan, agar dapat mengetahui sejauh mana kebijakan tersebut efektif dalam menjangkau audiens yang dimaksud.

Dari wawancara ini, terlihat bahwa anggota BEM Kampus 2 IAKN Tarutung menyadari pentingnya komunikasi yang baik dalam menjalankan fungsi organisasi mereka. Mereka berharap agar ke depannya, kebijakan komunikasi yang diterapkan bisa lebih memperhatikan keberagaman mahasiswa dan penggunaan media yang sesuai dengan kebutuhan audiens, baik secara langsung maupun melalui platform digital yang lebih relevan.

Secara keseluruhan, wawancara dengan anggota BEM yaitu Agnieska Natalia Hutabarat memberikan gambaran tentang tantangan yang dihadapi dalam perencanaan dan pelaksanaan kebijakan komunikasi. Hal ini memberikan wawasan penting bagi penelitian ini dalam menganalisis strategi komunikasi yang lebih efektif untuk BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian mengenai Perencanaan dan Kebijakan Komunikasi Organisasi BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif merupakan salah satu kunci penting dalam kesuksesan organisasi mahasiswa, khususnya BEM. Meskipun BEM memiliki peran vital sebagai penghubung antara mahasiswa dan pihak kampus, terdapat beberapa tantangan dalam perencanaan dan implementasi kebijakan komunikasi. Kendala utama yang ditemukan adalah kurangnya perencanaan komunikasi yang terstruktur dan evaluasi terhadap kebijakan komunikasi yang telah diterapkan. Selain itu, perbedaan karakteristik mahasiswa dan penggunaan media yang beragam juga mempengaruhi efektivitas komunikasi dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas.

Wawancara dengan anggota BEM menunjukkan bahwa mereka menyadari pentingnya memiliki strategi komunikasi yang jelas dan terarah. Namun, mereka juga mengungkapkan perlunya evaluasi dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dalam menjalankan program kerja mereka. Dengan demikian, komunikasi dalam organisasi BEM di Kampus 2 IAKN Tarutung dapat ditingkatkan melalui perencanaan yang lebih matang dan penerapan kebijakan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan mahasiswa.

### **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan perencanaan dan kebijakan komunikasi di BEM Kampus 2 IAKN Tarutung antara lain:

1. Perencanaan Komunikasi yang Lebih Terstruktur: BEM perlu menyusun rencana komunikasi yang lebih sistematis, dengan langkah-langkah yang jelas dalam setiap

program kerja. Hal ini termasuk pemilihan media yang tepat, penentuan audiens yang spesifik, serta penetapan tujuan komunikasi yang terukur.

2. Evaluasi Berkala: Kebijakan komunikasi yang diterapkan harus dievaluasi secara berkala untuk menilai efektivitasnya. Evaluasi ini bisa dilakukan dengan menggunakan feedback dari mahasiswa dan pihak kampus untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan sudah diterima dengan baik dan apakah media yang digunakan efektif.
3. Pelatihan Keterampilan Komunikasi: Anggota BEM perlu mendapatkan pelatihan dalam bidang komunikasi, baik komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa. Hal ini akan membantu mereka dalam menyampaikan pesan yang lebih jelas dan efektif kepada berbagai audiens.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Herlina, S. (2020). "Komunikasi dan Budaya dalam Organisasi Mahasiswa." *Jurnal Komunikasi dan Organisasi*, 15(2), 89-98.
- Iskandar, D., & Lestari, A. (2020). "Tantangan Komunikasi di Lingkungan Mahasiswa Heterogen." *Jurnal Sosial dan Pendidikan*, 12(4), 102-115.
- Laksamana, Pangestu. "Digital Communication Strategies: Challenges and Opportunities." *Journal of Communication Studies*, 2021.
- Pratama, H., & Wibowo, T. (2019). "Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 120-130.
- Putra, A. (2021). *Manajemen Komunikasi Organisasi: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Pustaka Mandiri.
- Suryani, T. (2021). "Analisis Evaluasi Kebijakan Komunikasi di Organisasi Mahasiswa." *Jurnal Evaluasi Kebijakan Publik*, 6(1), 45-58.