

Strategi Humas Karang Taruna dalam Meningkatkan Partisipasi Pemuda di Wilayah RW 05 Kota Bambu Utara

Salfhaoctha Friemay Aliezia Poetry¹, Laili Fithriyah^{2*}, Bunga Jelita³, Ferdiansyah⁴, Siti Fatimah Azzachra⁵

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial / Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nusantara

Article History

Received : 15 October 2025
Revised : 20 November 2025
Accepted : 31 Desember 2025
Published : 31 Desember 2025

Corresponding author*:

laili.fithriyah@dosen.undira.ac.id

Cite This Article:

Salfhaoctha Friemay Aliezia Poetry, Laili Fithriyah, Bunga Jelita, Ferdiansyah, F., & Siti Fatimah Azzachra. (2025). Strategi Humas Karang Taruna dalam Meningkatkan Partisipasi Pemuda di Wilayah RW 05 Kota Bambu Utara. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(3), 208–218.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jushpen.v4i3.2470>

Abstract: Youth participation in social and community activities in urban areas tends to decline along with increasing individualism, personal busyness, and the dominance of digital activities among the younger generation. This condition presents a challenge for youth organizations such as Karang Taruna, which have a strategic role in fostering, empowering, and developing youth potential at the neighborhood level. Therefore, a public relations strategy is needed that can build effective, participatory communication, and is relevant to the character of today's youth. This study aims to determine and analyze the public relations strategy of Karang Taruna RW.5 Kota Bambu Utara in increasing youth participation in organizational and social community activities. This study uses a constructivist paradigm with a qualitative approach and descriptive methods. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews with Karang Taruna administrators and the youth involved, and supported by documentation of organizational activities. Data analysis was carried out using the interactive model of Miles and Huberman which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that the public relations strategy of Karang Taruna RW.05 includes the utilization of interpersonal communication, the use of digital media such as WhatsApp and Instagram, as well as a persuasive and participatory approach in conveying messages to youth. This strategy is considered capable of building emotional closeness, increasing awareness, and encouraging youth involvement gradually. Although there are still obstacles such as differences in busyness and low response from some youth, an adaptive and dialogical public relations strategy has proven to play a significant role in increasing youth participation and strengthening the existence of Karang Taruna in the RW.05 environment of North Bambu City.

Keywords: Public Relations Strategy, Youth Participation, Organizational Communication, Karang Taruna.

PENDAHULUAN

Pemuda merupakan salah satu elemen penting dalam kehidupan sosial dan pembangunan masyarakat karena memiliki potensi besar berupa kreativitas, energi, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan zaman. Dalam konteks masyarakat perkotaan, peran pemuda menjadi semakin strategis mengingat kompleksitas permasalahan sosial yang dihadapi, mulai dari menurunnya interaksi sosial, meningkatnya individualisme, hingga pergeseran pola komunikasi akibat perkembangan teknologi digital. Di sisi lain, pemuda juga dihadapkan pada berbagai kesibukan pribadi, seperti pendidikan, pekerjaan, dan aktivitas digital, yang sering kali membuat keterlibatan mereka dalam kegiatan sosial kemasyarakatan menjadi terbatas. Kondisi ini berdampak pada menurunnya partisipasi pemuda dalam organisasi-organisasi sosial di tingkat lingkungan, termasuk organisasi kepemudaan.

Karang Taruna sebagai organisasi sosial kepemudaan memiliki peran strategis dalam pembinaan, pemberdayaan, dan pengembangan potensi generasi muda di tingkat desa atau kelurahan. Keberadaan Karang Taruna diharapkan mampu menjadi wadah bagi pemuda untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial, menumbuhkan kepedulian terhadap lingkungan, serta membangun solidaritas antarwarga. Namun demikian, efektivitas peran Karang Taruna tidak terlepas dari kemampuan organisasi dalam membangun komunikasi yang efektif dengan para pemuda sebagai publik utamanya. Dalam hal ini, fungsi humas menjadi sangat penting karena humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi kegiatan, tetapi juga membangun hubungan, kepercayaan, serta keterikatan emosional antara organisasi dan pemuda.

Seiring dengan perubahan karakter pemuda di era digital, strategi humas yang bersifat konvensional dinilai kurang efektif jika tidak disesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan generasi muda. Pemanfaatan media digital, komunikasi yang lebih dialogis, serta pendekatan interpersonal menjadi tuntutan dalam praktik humas saat ini. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan public relations memiliki peran signifikan dalam meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat. Penelitian pada tingkat nasional menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang terbuka dan partisipatif mampu meningkatkan partisipasi anggota dalam organisasi sosial. Sementara itu, studi internasional menekankan pentingnya pendekatan dialogic engagement dalam praktik public relations, di mana hubungan antara organisasi dan publik dibangun melalui komunikasi dua arah yang saling menghargai dan berorientasi pada keterlibatan jangka panjang. Pendekatan lain seperti social capital juga menegaskan bahwa kepercayaan, jaringan sosial, dan hubungan yang berkelanjutan menjadi faktor penting dalam mendorong partisipasi komunitas.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada organisasi formal, institusi pemerintahan, atau perusahaan, sementara kajian mengenai strategi humas pada organisasi kepemudaan berbasis komunitas lokal, khususnya Karang Taruna di wilayah perkotaan, masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana strategi humas dijalankan dalam konteks komunikasi organisasi di tingkat RW dengan karakter pemuda yang heterogen dan sangat dipengaruhi oleh budaya digital. Kesenjangan inilah yang menjadi posisi kebaruan (state of the art) dalam penelitian ini, yaitu mengkaji strategi humas Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan lokal dalam meningkatkan partisipasi pemuda melalui pendekatan komunikasi yang kontekstual dan partisipatif.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada Karang Taruna RW.05 Kelurahan Kota Bambu Utara, Jakarta Barat. Meskipun berada di wilayah perkotaan dengan jumlah pemuda yang cukup banyak, tingkat partisipasi pemuda dalam kegiatan Karang Taruna masih bersifat fluktuatif. Sebagian pemuda menunjukkan antusiasme dalam kegiatan tertentu, sementara sebagian lainnya cenderung pasif atau kurang terlibat secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan komunikasi yang dihadapi oleh pengurus Karang Taruna, khususnya humas, dalam menjangkau, menarik, dan mempertahankan partisipasi pemuda. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi humas dirancang, diimplementasikan, serta dimaknai oleh pemuda dalam konteks organisasi kepemudaan di tingkat lingkungan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada upaya untuk menjawab bagaimana strategi humas Karang Taruna RW.05 Kota Bambu Utara dijalankan dalam meningkatkan partisipasi pemuda, bagaimana proses komunikasi antara pengurus dan pemuda berlangsung, serta faktor-faktor apa saja yang mendukung maupun menghambat efektivitas strategi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan

mendeskripsikan strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Karang Taruna RW.05 dalam membangun hubungan dengan pemuda, meningkatkan keterlibatan mereka dalam kegiatan organisasi, serta memperkuat peran Karang Taruna sebagai wadah pembinaan sosial di lingkungan masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai praktik humas pada organisasi kepemudaan berbasis komunitas, sekaligus memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian komunikasi organisasi dan public relations, khususnya dalam konteks pemberdayaan pemuda di tingkat lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka, peneliti akan menjabarkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik strategi humas dalam meningkatkan partisipasi pemuda.

[1], penelitian oleh Yuan Tri Adi Azhari (2023) dengan judul “Komunikasi Organisasi Karang Taruna Dalam Meningkatkan Partisipasi Pembangunan Masyarakat, di Kelurahan Muja-Muju, Kemanren Umbulharjo, Kota Yogyakarta DIY”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami berbagai permasalahan yang dihadapi oleh karang taruna kelurahan Muja-Muju terkait dengan komunikasi organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karang taruna memanfaatkan berbagai media komunikasi seperti akun Instagram, grup WhatsApp, dan pertemuan melalui forum rapat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembangunan. [2], penelitian oleh Sasmita (2024) dengan judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Man 1 Konawe Selatan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran humas dalam mendorong partisipasi masyarakat di lingkungan sekolah tersebut. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa humas memiliki peran penting dalam membangun hubungan edukatif, yaitu mengatur pertemuan rutin antara pihak sekolah dengan orang tua, menangani kasus siswa yang membutuhkan perhatian khusus, serta memperkuat komunikasi dua arah antara sekolah dan wali murid.

[3], penelitian oleh Arifah, A (2022) dengan judul “Strategi Public Relations dalam Membangun Citra dalam Membangun Citra Organisasi (Studi Deskriptif pada Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII))”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali strategi public relations yang diterapkan oleh bagian humas LDII dalam membangun citra positif organisasi. Hasilnya menunjukkan bahwa LDII menerapkan tujuh strategi utama, yaitu publikasi, penyusunan program acara, penciptaan berita, kepedulian terhadap komunitas, penyebaran infomasi dan pencitraan, lobi dan negosiasi, serta tanggung jawab sosial. Melalui strategi-strategi tersebut, LDII berhasil membangun citra positif dan diterima secara luas oleh masyarakat.

[4], penelitian oleh Yi-Ru Regina Chen, Chun-Ju Flora Hung-Baesecke, Xianhong Chen (2020) dengan judul “Moving Forward the Dialogic Theory of Public Relations: Concepts, Methods and applications of Organization-Public Dialogue”. Tujuan dari penelitian ini untuk memajukan teori dialogis hubungan masyarakat dengan meninjau beasiswa dalam dialog organisasi-publik untuk mengidentifikasi isu-isu kritis untuk pengembangannya dan memperkenalkan studi yang mengambil pendekatan dialog untuk memeriksa berbagai praktik hubungan masyarakat di Tiongkok.

[5], penelitian yang ditulis oleh Melissa D Dodd, John Brummette, Vincent Hazleton (2015) dengan judul “A Social Capital Approach: An examination of Putnam’s Civic Engagement and Public Relations Roles”. Hasil penelitian terkini mendukung pendekatan modal sosial tersebut terhadap hubungan masyarakat, masyarakat lebih

cenderung berpartisipasi dalam perilaku keterlibatan warga negara dibandingkan populasi umum.

Kajian Teori Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman bersama. Menurut Effendy (2011), komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk menimbulkan efek tertentu. Dalam konteks sosial, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan, memengaruhi sikap, serta membentuk perilaku individu maupun kelompok.

Unsur-unsur komunikasi meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek (Lasswell, 1948). Komunikator berperan sebagai sumber pesan, sedangkan komunikan adalah pihak penerima pesan. Pesan merupakan isi komunikasi yang disampaikan, media adalah saluran yang digunakan, dan efek merupakan dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi tersebut. Kelima unsur ini saling berkaitan dan menentukan keberhasilan suatu proses komunikasi.

Fungsi komunikasi dalam kehidupan sosial antara lain sebagai fungsi informatif, edukatif, persuasif, dan integratif (Mulyana, 2012). Fungsi informatif berkaitan dengan penyampaian informasi, fungsi edukatif berkaitan dengan proses pembelajaran, fungsi persuasif bertujuan memengaruhi sikap atau perilaku, sedangkan fungsi integratif berperan dalam membangun kebersamaan dan solidaritas sosial. Dalam organisasi sosial seperti Karang Taruna, fungsi komunikasi persuasif dan integratif menjadi sangat penting untuk mendorong partisipasi pemuda.

Namun, proses komunikasi tidak selalu berjalan lancar. Hambatan komunikasi dapat muncul dalam bentuk hambatan teknis, psikologis, maupun sosial budaya. Hambatan tersebut dapat menyebabkan pesan tidak tersampaikan secara utuh atau tidak dipahami sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat diperlukan agar pesan organisasi dapat diterima dan dimaknai secara positif oleh pemuda.

Komunikasi Organisasi

Namun, proses komunikasi tidak selalu berjalan lancar. Hambatan komunikasi dapat muncul dalam bentuk hambatan teknis, psikologis, maupun sosial budaya. Hambatan tersebut dapat menyebabkan pesan tidak tersampaikan secara utuh atau tidak dipahami sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat diperlukan agar pesan organisasi dapat diterima dan dimaknai secara positif oleh pemuda.

Dalam penelitian ini, teori komunikasi organisasi yang relevan adalah teori sistem terbuka. Katz dan Kahn (1978) menjelaskan bahwa organisasi dipandang sebagai sistem terbuka yang berinteraksi secara terus-menerus dengan lingkungannya. Organisasi menerima masukan (input), mengolahnya melalui proses internal (throughput), menghasilkan keluaran (output), dan menerima umpan balik (feedback). Keberlangsungan organisasi sangat bergantung pada kemampuannya beradaptasi dengan lingkungan.

Karang Taruna sebagai organisasi sosial kepemudaan dapat dipahami sebagai sistem terbuka yang berinteraksi langsung dengan lingkungan masyarakat dan pemuda. Masukan berupa kebutuhan, aspirasi, dan minat pemuda diolah melalui komunikasi internal pengurus, kemudian diwujudkan dalam bentuk kegiatan sosial. Umpan balik dari pemuda menjadi dasar evaluasi bagi organisasi dalam memperbaiki strategi komunikasi dan program yang dijalankan.

Strategi Komunikasi & PR

Strategi komunikasi merupakan perencanaan menyeluruh dalam menyampaikan pesan agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif. Effendy (2003) menyatakan bahwa strategi komunikasi mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi dengan mempertimbangkan sasaran, pesan, media, serta situasi komunikasi. Dalam konteks organisasi, strategi komunikasi berfungsi sebagai pedoman dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan publik.

Public relations (humas) memiliki peran strategis dalam organisasi sebagai pengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006), public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator dialog dan pembangun kepercayaan.

Dalam organisasi kepemudaan, strategi humas berfokus pada pendekatan persuasif, dialogis, dan partisipatif. Pemanfaatan media digital seperti media sosial menjadi bagian penting dari strategi humas modern, terutama untuk menjangkau pemuda yang akrab dengan teknologi. Selain itu, komunikasi interpersonal tetap memiliki peran penting dalam membangun kedekatan emosional dan rasa memiliki terhadap organisasi.

Karang Taruna

Karang Taruna merupakan organisasi sosial kepemudaan yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran serta tanggung jawab sosial dari, oleh, dan untuk masyarakat, khususnya generasi muda. Berdasarkan Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019, Karang Taruna bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial generasi muda dan masyarakat melalui pengembangan potensi, kreativitas, dan partisipasi aktif pemuda.

Fungsi Karang Taruna meliputi penyelenggaraan usaha kesejahteraan sosial, pengembangan potensi pemuda, penumbuhan semangat kebersamaan, serta penguatan peran pemuda dalam pembangunan lingkungan. Tugas Karang Taruna antara lain menyelenggarakan kegiatan sosial, pendidikan, kepemudaan, serta menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Dalam menjalankan fungsi dan tugas tersebut, komunikasi yang efektif menjadi faktor kunci keberhasilan organisasi.

Pemuda dan Partisipasi

Pemuda didefinisikan sebagai warga negara Indonesia yang berusia 16 hingga 30 tahun (UU No. 40 Tahun 2009). Pemuda memiliki peran strategis sebagai agen perubahan sosial (agent of change) dan penerus pembangunan bangsa. Namun, partisipasi pemuda dalam kegiatan sosial sangat dipengaruhi oleh lingkungan, komunikasi, serta kesempatan yang diberikan.

Partisipasi pemuda tidak hanya diukur dari kehadiran fisik dalam kegiatan, tetapi juga keterlibatan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Strategi komunikasi yang partisipatif memungkinkan pemuda merasa dihargai dan dilibatkan, sehingga mendorong keterlibatan yang lebih berkelanjutan.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa partisipasi pemuda dalam kegiatan Karang Taruna dipengaruhi oleh strategi humas yang dijalankan organisasi. Strategi humas tersebut diwujudkan melalui proses komunikasi organisasi yang melibatkan unsur komunikator (pengurus/humas), pesan, media, dan umpan balik.

Humas Karang Taruna sebagai komunikator merancang pesan-pesan persuasif yang disesuaikan dengan karakter pemuda. Pesan tersebut disampaikan melalui berbagai media komunikasi, baik media digital (WhatsApp, Instagram) maupun komunikasi interpersonal. Proses komunikasi ini dipengaruhi oleh faktor pendukung dan penghambat, seperti kedekatan emosional, kesibukan pemuda, serta respons terhadap media yang digunakan.

Melalui strategi komunikasi yang tepat, humas diharapkan mampu membangun hubungan yang dialogis dan partisipatif dengan pemuda. Hubungan ini kemudian mendorong meningkatnya rasa memiliki, kepercayaan, dan keterlibatan pemuda dalam kegiatan Karang Taruna. Dengan demikian, strategi humas dipandang sebagai faktor kunci dalam meningkatkan partisipasi pemuda di lingkungan RW.05 Kota Bambu Utara.



METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan strategi humas Karang Taruna dalam meningkatkan partisipasi pemuda, bukan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara kuantitatif. Menurut Creswell (2013), penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman

makna, pengalaman, serta perspektif subjek penelitian terhadap suatu fenomena dalam konteks alamiah. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai strategi komunikasi humas yang dijalankan, proses pelaksanaannya, serta dinamika komunikasi yang terjadi antara pengurus Karang Taruna dan pemuda.

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang dibangun melalui interaksi sosial. Paradigma ini menempatkan pengalaman, persepsi, dan pemaknaan informan sebagai sumber utama dalam memahami fenomena penelitian. Dengan paradigma konstruktivisme, peneliti berupaya menggali bagaimana strategi humas Karang Taruna dimaknai oleh pengurus dan pemuda, serta bagaimana proses komunikasi tersebut membentuk partisipasi mereka dalam kegiatan organisasi.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Karang Taruna RW.05 Kelurahan Kota Bambu Utara, Jakarta Barat, sebagai organisasi kepemudaan yang menjadi fokus kajian. Karang Taruna RW.05 dipilih secara purposive karena memiliki karakteristik sebagai organisasi kepemudaan di wilayah perkotaan dengan tingkat partisipasi pemuda yang bersifat fluktuatif, sehingga relevan untuk dikaji dalam konteks strategi humas dan komunikasi organisasi.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Informan dalam penelitian ini terdiri atas:

Wakil Ketua Karang Taruna RW.05, yang memiliki peran strategis juga dalam pengambilan keputusan dan penentuan arah kebijakan organisasi.

Bidang Humas atau komunikasi, yang secara langsung bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi organisasi.

Pemuda yang aktif, untuk memperoleh gambaran mengenai respons dan pengalaman pemuda terhadap strategi komunikasi yang dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Bagian ini memaparkan temuan-temuan penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengurus Humas Karang Taruna RW 05, Wakil Ketua, serta anggota katif yang terlibat dalam kegiatan organisasi. Temuan difokuskan pada bentuk strategi komunikasi Humas, media komunikasi yang digunakan, hambatan komunikasi, serta dampaknya terhadap partisipasi pemuda.

A. Bentuk Komunikasi Humas dalam Menyampaikan Informasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa media utama yang digunakan Humas untuk menyampaikan informasi kepada pemuda adalah grup WhatsApp, baik untuk pengurus maupun anggota. Wakil Ketua menjelaskan “Biasanya mereka meyampaikannya itu melalui grup WhatsApp atau japri masing-masing”. Hal senada disampaikan oleh Humas “Informasi tuh diremukin dulu di grup WhatsApp Karang Taruna, kalau sudah fix baru di share ke Instagram”. Informasi awal biasanya dibahas terlebih dahulu oleh pengurus inti melalui WA Group internal, kemudian Humas menyiapkan pesan publik berupa pamflet atau teks ajakan sebelum disebarluaskan ke Instagram.

Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi Karang Taruna bersifat vertikal sekaligus horizontal, vertikal saat informasi disampaikan dari ketua

ke divisi, dan horizontal saat antaranggota pengurus berdiskusi menentukan konsep kegiatan.

B. Media Komunikasi yang Digunakan

Penelitian menemukan adanya dua kelompok media: 1. Media Internal untuk koordinasi antar pengurus “Rapat beberapa kali dulu sama ketua, wakil, sekretaris, bendahara, sama humas”. 2. Media Eksternal untuk pemuda, humas menjelaskan “Untuk ke pemuda lebih banyak via sosmed kaya Instagram, soalnya lebih luas”. Sementara anggota mengatakan “Kalau WA dan Instagram nggak aktif, kita yang dekat rumah biasanya jemput atau nyamper langsung”.

Temuan ini menggambarkan adanya komunikasi multisaluran (multichannel), yang sesuai dengan prinsip PR komunitas: memanfaatkan media informal dan formal secara bersamaan.

C. Pola Pesan dan Bentuk Ajakan Kegiatan

Pola pesan yang digunakan Humas cenderung bersifat informal, akrab, dan persuasif, menyesuaikan karakter pemuda. “Pesannya tuh kaya ‘Guys kita mau ngadain acara.. kapan bisa kumpul?’”

Gaya percakapan yang santai dianggap lebih efektif dibandingkan pesan formal. Pendekatan ini menunjukkan strategi interpersonal communication dalam public relations komunitas, yaitu membangun kedekatan emosional dengan pemuda.

D. Respons Pemuda Terhadap Informasi

Respon pemuda cenderung positif, namun tidak merata. Informan menyebut “Alhamdulillah pada ayok-ayok aja”. Namun anggota aktif mengakui “Respon tuh ga semua sama, ada yang ayo, ada yang males-malesan”.

Perbedaan respons ini dipengaruhi mood pemuda, tingkat kedekatan dengan Humas, kesibukan sekolah/kerja.

E. Hambatan Komunikasi Humas

Beberapa hambatan yang konsisten muncul dari hasil wawancara. 1. Kesibukan pribadi pemuda “Hambatannya ya kesibukan masing-masing, ada yang sekolah, ada yang kerja”, 2. Game online dan aktivitas digital lain “Telat baca grup karena mereka lagi main game online”, 3. Koordinasi antar tim kadang tidak sejalan “Plan dari tim yang beda-beda, gimana cara nyeimbanginnya”, 4. Tidak semua pemuda aktif di WhatsApp, beberapa tidak membaca pesan tepat waktu sehingga perlu penjemputan langsung.

Temuan ini sejalan dengan teori hambatan komunikasi (noise): hambatan teknis, psikologis, dan semantik muncul hampir di proses komunikasi.

F. Tujuan Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Pemuda

Berdasarkan wawancara, strategi Humas bukan hanya untuk mengumpulkan pemuda, tetapi juga membentuk perilaku positif. “Agar menghindari tawuran, hal-hal yang nggak jelas, biar punya kegiatan positif”. Informan lain juga menegaskan “Tujuannya biar pemuda lebih aktif dan menjauhi hal negatif”.

Tujuan ini menunjukkan bahwa Humas memiliki fungsi edukatif dan preventif, bukan sekedar promosi kegiatan.

G. Langkah-langkah Strategi Komunikasi Humas

Temuan menunjukkan pola strategi yang cukup sistematis

1. Rapat pengurus inti
2. Penyusunan proposal atau konsep acara “Kita buat beberapa proposal, supaya bisa pilih plan yang terbaik”
3. Pembuatan konten ajakan (poster/pamflet)
4. Penyebaran informasi melalui WhatsApp dan Instagram
5. Koordinasi teknis dengan pemuda
6. Pelaksanaan kegiatan
7. Evaluasi pasca acara “Evaluasi dengan ngumpulin semua tim, bahas kekurangan dan yang harus diperbaiki”
8. Strategi ini mencerminkan model komunikasi organisasi open system, di mana organisasi menerima masukan, memprosesnya, lalu melakukan umpan balik.

Pembahasan

A. Strategi Humas dalam Perspektif Strategi Komunikasi

Menurut middleton (2017), strategi komunikasi harus mencakup audience analysis, message design, media selection, feedback and evolution. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa Karang Taruna telah menjalankan seluruh unsur tersebut meskipun secara sederhana.

1. Audience Analysis

Humas memilih sasaran berdasarkan kinerja pemuda, kedekatan komunikatif, ketersediaan waktu “Kita lihat siapa yang enak diajak komunikasi dan punya waktu luang”.

2. Message Design

Pesan yang digunakan informal dan persuasif, cocok dengan karakter pemuda usia 15-22 tahun.

3. Media Selection

Media dipilih berdasarkan efektivitas: internal, WA Group & rapat. Eksternal, Instagram dan broadcast WA

4. Evaluation

Evaluasi dilakukan setiap selesai kegiatan “Ngumpulin tim dan ngomongin kekurangan dan apa yang harus diperbaiki”

Ini menunjukkan bahwa strategi Humas bersifat adaptif dan berbasis umpan balik.

B. Pembahasan berdasarkan Teori Komunikasi Organisasi (Sistem Terbuka)

Temuan penelitian menunjukkan:

1. Input : masukan dari RT/RW dan kebutuhan kegiatan pemuda
2. Proses : rapat berkala & koordinasi antar divisi
3. Output : penyebaran informasi dan kegiatan yang dilakukan
4. Feedback : evaluasi internal setelah acara

Humas RW.05 telah menjalankan fungsi komunikasi organisasi meski secara sederhana namun efektif.

C. Dampak Strategi Humas Terhadap Partisipasi Pemuda

Partisipasi meningkat setelah informasi disampaikan secara lebih terbuka dan juga adanya kegiatan menarik (bazar, lomba, malam keakraban) “Hasilnya Karang Taruna jadi lebih aktif dan pemudanya lebih semangat ikut kegiatan lain”. Ini menunjukkan bahwa strategi Humas memberi efek nyata seperti meningkatnya

jumlah anggota, meningkatnya kehadiran pemuda di kegiatan, dan juga meningkatnya citra Karang Taruna di RW.05.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa strategi humas Karang Taruna RW.05 Kelurahan Kota Bambu Utara memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan partisipasi pemuda dalam kegiatan organisasi dan sosial kemasyarakatan. Strategi humas yang dijalankan belum bersifat formal dan terdokumentasi secara tertulis, namun berkembang secara adaptif sesuai dengan kondisi lapangan dan karakteristik pemuda di lingkungan setempat. Pendekatan komunikasi yang digunakan cenderung informal, persuasif, dan mengutamakan kedekatan emosional, baik melalui pemanfaatan media digital seperti WhatsApp dan Instagram maupun melalui komunikasi interpersonal secara langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam Karang Taruna RW.05 berlangsung secara dua arah dan relatif terbuka, meskipun masih menghadapi berbagai hambatan, seperti kesibukan pemuda, rendahnya respons terhadap pesan digital, serta pengaruh aktivitas di dunia digital. Dalam menghadapi hambatan tersebut, humas Karang Taruna melakukan penyesuaian strategi dengan cara meningkatkan intensitas komunikasi personal, menyesuaikan bentuk dan waktu kegiatan, serta berupaya menghadirkan program-program yang lebih relevan dengan minat pemuda. Upaya ini menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan bersifat fleksibel dan kontekstual.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan Karang Taruna RW.05 dalam meningkatkan partisipasi pemuda sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi dan kemampuan humas dalam membangun hubungan yang partisipatif dan dialogis. Strategi humas tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun rasa memiliki, kepercayaan, dan keterlibatan pemuda terhadap organisasi. Dengan demikian, strategi humas yang tepat dan berkelanjutan menjadi kunci penting dalam memperkuat eksistensi dan keberlangsungan organisasi kepemudaan di tingkat komunitas.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Rektor Universitas, Prof. Dr. H. Suharyadi, M.S., atas dukungan kelembagaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dekan Fakultas, Caturida Doktoralina, Ph.D., serta Ketua Program Studi, Dr. Novida Irawan, M.Si., atas arahan akademik dan dukungan administratif yang diberikan.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pengurus dan anggota Karang Taruna RW 05 Kota Bambu Utara serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan data sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- J. W. Creswell, Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 3rd ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2013.
- O. U. Effendy, Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung, Indonesia: PT Citra Aditya Bakti, 2003.
- J. E. Grunig and T. Hunt, Managing Public Relations. New York, NY, USA: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- D. Katz and R. L. Kahn, The Social Psychology of Organizations, 2nd ed. New York, NY, USA: Wiley, 1978.
- R. Nasrullah, Media Siber: Teori dan Riset. Jakarta, Indonesia: Kencana, 2018.

- Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2019.
- M. Anwar and R. Abbas, "Peran media siber dalam penguatan hubungan masyarakat dan penyebaran nilai keislaman di lingkungan akademik," *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 13, no. 2, pp. 145–160, 2023.
- H. Berghel and D. Berleant, "Multimedia and the World Wide Web," *Communications of the ACM*, vol. 37, no. 1, pp. 42–45, 1994, doi: 10.1145/175222.175230.
- E. Erdem, "Cyber media and radicalization: The use of internet by extremist organizations," *Journal of Strategic Security*, vol. 10, no. 4, pp. 1–17, 2017.
- A. Khairifa, "Strategi komunikasi digital organisasi dalam membangun keterlibatan publik di era media baru," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 9, no. 1, pp. 55–68, 2024.
- S. Muntian, O. Nesterenko, and A. Rahman, "Digital communication strategies and public engagement in community organizations," *International Journal of Communication Studies*, vol. 17, no. 2, pp. 101–115, 2025.
- O. Nesterenko, S. Muntian, and A. Strategy, "Integrated digital communication strategies in organizational public relations," *Journal of Digital Media & Policy*, vol. 14, no. 3, pp. 287–302, 2023.
- A. R. Pribadi, D. P. Sari, and N. Lestari, "Media siber dan budaya fandom: Studi tentang Virtual YouTuber Ayunda Risu di Indonesia," *Jurnal Komunikasi Global*, vol. 11, no. 2, pp. 133–148, 2022.
- Rahman, "Pendekatan komunikasi digital berbasis audiens dalam meningkatkan engagement publik," *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, vol. 22, no. 1, pp. 89–102, 2024.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan.
- Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 tentang Karang Taruna.