



Komunikasi Organisasi Pada Karang Taruna Dalam Meningkatkan Motivasi Pemuda Kreatif Di Desa Selingsingan

Dilmai Putra ¹⁾, Rikardo Imran Hidayat ²⁾, Martha Heriniaziwi ³⁾
^{1,2,3)} Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ MarthaHeriniaziwidianthi@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [27 April 2025]

Revised [27 Mei 2025]

Accepted [04 Juni 2025]

KEYWORDS

Organizational Communication,
Situational Leadership, Motivation,
Creative Youth, Karang Taruna.

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Karang Taruna Desa Selingsingan dalam meningkatkan motivasi pemuda kreatif. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap enam informan yang terdiri dari ketua, pengurus, dan anggota aktif Karang Taruna. Teori kepemimpinan situasional dari Hersey dan Blanchard menjadi landasan teoritis, khususnya dalam menerapkan empat gaya komunikasi: telling, selling, participating, dan delegating. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan ketua Karang Taruna bersifat adaptif dan mampu meningkatkan keterlibatan serta motivasi pemuda. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan partisipatif menjadi kunci dalam membangun rasa kepemilikan dan partisipasi aktif anggota. Penelitian ini merekomendasikan agar Karang Taruna terus mengembangkan komunikasi dua arah yang persuasif untuk memperkuat partisipasi pemuda dalam kegiatan sosial dan kewirausahaan.

ABSTRACT

This study aims to explore the organizational communication strategies implemented by the Karang Taruna (youth organization) of Selingsingan Village in fostering motivation among creative youth. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation involving six informants, including the chairman, administrators, and active members of the organization. The research adopts Hersey and Blanchard's situational leadership theory as a framework, focusing on four communication styles: telling, selling, participating, and delegating. The findings reveal that the chairman's adaptive communication approach significantly enhances member engagement and motivation. Clear, open, and participatory communication practices are key to building a sense of belonging and active involvement among youth. This study recommends the continuous development of persuasive two-way communication within Karang Taruna to further strengthen youth participation in social and entrepreneurial activities.

PENDAHULUAN

Pemuda merupakan pilar utama dalam pembangunan bangsa yang memiliki peran penting sebagai agen perubahan sosial, ekonomi, dan budaya, terutama di wilayah pedesaan. Di tengah arus globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, pemuda dituntut untuk tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga sebagai subjek yang mampu menginisiasi dan mengelola perubahan di lingkungannya sendiri. Dalam konteks tersebut, organisasi kepemudaan seperti Karang Taruna memegang peranan vital sebagai wadah pengembangan karakter, kreativitas, kepemimpinan, serta partisipasi aktif generasi muda dalam membangun komunitas lokal.

Karang Taruna Desa Selingsingan merupakan salah satu contoh organisasi kepemudaan yang memiliki potensi besar dalam memberdayakan pemuda melalui berbagai kegiatan sosial, ekonomi, dan kultural. Organisasi ini tidak hanya menjadi ruang berkumpul, tetapi juga sebagai sarana pembinaan jiwa sosial dan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda. Namun, sebagaimana organisasi berbasis komunitas lainnya, keberhasilan Karang Taruna tidak hanya bergantung pada program kerja yang dirancang, tetapi sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi internal yang terjadi di antara pengurus dan anggota. Komunikasi organisasi yang berjalan secara efektif mampu menciptakan kohesi sosial, memperkuat partisipasi, serta mendorong motivasi anggota untuk terlibat secara aktif dan kreatif dalam setiap aktivitas organisasi.

Dalam praktiknya, banyak organisasi kepemudaan menghadapi tantangan dalam membangun komunikasi yang adaptif dan kontekstual. Perbedaan latar belakang pendidikan, tingkat pemahaman, serta dinamika sosial antaranggota dapat menimbulkan hambatan dalam menyampaikan pesan, memahami tujuan bersama, dan menumbuhkan motivasi internal. Di sinilah pentingnya strategi komunikasi yang mampu menjembatani perbedaan dan membangun keselarasan dalam organisasi. Pendekatan kepemimpinan situasional seperti yang dikembangkan oleh Hersey dan Blanchard menjadi relevan untuk digunakan dalam melihat bagaimana seorang pemimpin dapat memilih gaya komunikasi yang tepat sesuai dengan tingkat kesiapan dan kompetensi anggota, baik melalui pendekatan telling

(menginstruksikan), selling (membujuk), participating (melibatkan), maupun delegating (mendelegasikan tanggung jawab).

Permasalahan yang muncul kemudian adalah bagaimana komunikasi organisasi dalam Karang Taruna Desa Selingsingan dirancang dan diimplementasikan agar mampu meningkatkan motivasi anggota—khususnya generasi muda—untuk menjadi pribadi yang lebih kreatif, aktif, dan berkontribusi dalam pembangunan desa. Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus difokuskan untuk menjawab pertanyaan: bagaimana strategi komunikasi organisasi yang diterapkan Karang Taruna Desa Selingsingan berkontribusi dalam meningkatkan motivasi pemuda untuk menjadi kreatif dan terlibat aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan? Pertanyaan ini menjadi titik tolak untuk menggali pola komunikasi internal organisasi, gaya kepemimpinan yang digunakan, serta faktor pendukung dan penghambat dalam membangun motivasi di kalangan pemuda.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan teori komunikasi organisasi dalam konteks organisasi kepemudaan di tingkat desa, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi pengurus Karang Taruna dan lembaga pembinaan pemuda dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan kontekstual.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi, ide, dan instruksi antara individu atau kelompok dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan bersama. Menurut Pace dan Faules (2006), komunikasi organisasi mencakup berbagai aktivitas komunikasi formal dan informal yang terjadi di dalam struktur organisasi, baik secara vertikal maupun horizontal. Dalam konteks organisasi kepemudaan seperti Karang Taruna, komunikasi menjadi instrumen utama dalam mengarahkan, memotivasi, dan menyatukan anggota untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial.

Efektivitas komunikasi organisasi tidak hanya bergantung pada saluran dan frekuensi komunikasi, tetapi juga pada keterbukaan, kejelasan pesan, serta adanya umpan balik dari anggota. Komunikasi yang partisipatif dapat meningkatkan keterlibatan anggota dan memperkuat rasa memiliki terhadap organisasi. Dalam organisasi berbasis komunitas, seperti Karang Taruna, komunikasi informal dan interpersonal juga memiliki peranan penting dalam membangun keakraban, solidaritas, dan loyalitas antar anggota.

Teori Kepemimpinan Situasional

Teori kepemimpinan situasional yang dikembangkan oleh Hersey dan Blanchard (1988) menekankan bahwa tidak ada satu gaya kepemimpinan yang ideal untuk semua situasi. Seorang pemimpin yang efektif adalah mereka yang mampu menyesuaikan gaya kepemimpinannya berdasarkan tingkat kesiapan (readiness) dari pengikut atau anggota. Dalam konteks ini, kesiapan merujuk pada kombinasi antara kemampuan (competence) dan kemauan (commitment) individu dalam melaksanakan tugas. Model ini membagi gaya kepemimpinan menjadi empat kategori utama:

1. Telling: Pemimpin memberikan arahan dan pengawasan yang tinggi, digunakan ketika anggota memiliki kemampuan rendah dan komitmen rendah.
2. Selling: Pemimpin masih memberikan arahan, tetapi mulai melibatkan anggota dalam diskusi, cocok untuk anggota dengan kemampuan rendah namun komitmen tinggi.
3. Participating: Pemimpin mendorong kolaborasi dan berbagi keputusan dengan anggota, digunakan saat anggota cukup mampu namun kurang motivasi.
4. Delegating: Pemimpin memberikan kepercayaan penuh kepada anggota, cocok untuk mereka yang memiliki tingkat kesiapan tinggi.

Dalam organisasi seperti Karang Taruna, gaya kepemimpinan ini sangat relevan karena anggota terdiri dari individu dengan tingkat kesiapan yang beragam. Kemampuan pemimpin untuk mengidentifikasi dan menerapkan gaya komunikasi yang tepat menjadi kunci keberhasilan dalam memotivasi anggota.

Motivasi Pemuda dalam Organisasi

Motivasi merupakan dorongan internal atau eksternal yang mendorong seseorang untuk bertindak mencapai tujuan tertentu. Robbins dan Judge (2015) menyatakan bahwa motivasi dalam organisasi berkaitan erat dengan seberapa besar seseorang terdorong untuk berperan aktif dalam menjalankan peran dan tanggung jawabnya. Dalam konteks pemuda, motivasi sangat dipengaruhi oleh lingkungan



sosial, pengakuan dari kelompok, kesempatan untuk berkembang, dan ruang untuk mengekspresikan ide kreatif.

Dalam organisasi pemuda seperti Karang Taruna, penting untuk menciptakan iklim organisasi yang mendukung aktualisasi diri, penghargaan, serta kesempatan berkontribusi secara nyata. Komunikasi yang baik antara pengurus dan anggota dapat menjadi pemicu tumbuhnya motivasi, karena melalui komunikasi yang terbuka dan suportif, anggota merasa dihargai, didengar, dan dianggap penting dalam organisasi.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman (1994), yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses analisis dimulai dengan mereduksi data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, yaitu dengan memilah informasi yang relevan sesuai fokus penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi dan pengaruhnya terhadap motivasi pemuda dalam Karang Taruna. Setelah itu, data yang telah disederhanakan disajikan dalam bentuk naratif dan matriks tematik untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola komunikasi, gaya kepemimpinan, serta respons anggota terhadap strategi tersebut. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan dari temuan yang telah dianalisis serta melakukan verifikasi silang melalui triangulasi data.

Adapun sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari enam informan yang dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam organisasi Karang Taruna Desa Selingsingan. Informan pertama adalah Ketua Karang Taruna yang berperan sebagai tokoh sentral dalam pengambilan keputusan dan penentu arah komunikasi organisasi. Informan kedua dan ketiga adalah dua pengurus inti, salah satunya menjabat sebagai sekretaris, yang terlibat langsung dalam penyusunan dan penyampaian program kerja kepada anggota. Sementara itu, informan keempat hingga keenam adalah tiga orang anggota aktif Karang Taruna yang kerap mengikuti kegiatan organisasi dan memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan pengurus. Data dari keenam informan ini dianalisis secara tematik untuk mengungkap bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam organisasi serta sejauh mana hal tersebut berdampak pada motivasi, partisipasi, dan semangat berorganisasi di kalangan pemuda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Karang Taruna Desa Selingsingan dalam meningkatkan motivasi pemuda untuk terlibat aktif dan kreatif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan tiga aspek utama dalam pelaksanaan komunikasi organisasi: pola komunikasi ketua terhadap anggota, gaya komunikasi yang digunakan, dan dampaknya terhadap motivasi pemuda.

Pola Komunikasi Ketua Karang Taruna

Ketua Karang Taruna Desa Selingsingan menjalankan komunikasi yang bersifat terbuka dan bersahabat dengan anggota. Ia secara aktif menyampaikan informasi mengenai program kerja melalui forum resmi seperti rapat, maupun secara informal melalui media sosial dan percakapan langsung. Menurut informan pengurus, komunikasi ini dilakukan secara dua arah, di mana anggota diberi ruang untuk memberikan masukan, menyampaikan ide, dan mengutarakan kritik. Selain itu, ketua juga dikenal mudah dihubungi dan responsif terhadap usulan dari anggota. Hal ini menciptakan suasana organisasi yang partisipatif dan inklusif.

Gaya Komunikasi Berbasis Kepemimpinan Situasional

Gaya komunikasi yang diterapkan oleh ketua Karang Taruna mencerminkan pendekatan kepemimpinan situasional. Dalam situasi tertentu, ia menggunakan gaya telling, yakni memberikan instruksi langsung terutama kepada anggota baru atau yang belum memahami tugas. Namun dalam banyak kegiatan, ia lebih dominan menggunakan gaya selling dan participating, dengan menjelaskan alasan di balik keputusan yang diambil, serta mengajak anggota untuk terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Dalam kegiatan yang bersifat rutin dan sudah dipahami, ketua cenderung

mendelegasikan tugas (delegating) kepada anggota yang lebih berpengalaman, seperti kepada pengurus bidang kegiatan atau seksi acara.

Dampak Komunikasi terhadap Motivasi Pemuda

Strategi komunikasi yang terbuka, fleksibel, dan menyesuaikan kondisi anggota berdampak signifikan terhadap motivasi pemuda. Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota aktif, mereka merasa lebih dihargai karena pendapat mereka didengar dan sering dijadikan dasar pertimbangan dalam keputusan organisasi. Salah satu anggota menyatakan bahwa ia semula hanya ikut-ikutan, namun menjadi termotivasi untuk aktif karena merasa dipercaya oleh pengurus dalam mengelola kegiatan desa. Keterlibatan anggota meningkat seiring dengan frekuensi komunikasi yang intens dan suasana yang kondusif, di mana tidak ada kesenjangan antara pengurus dan anggota.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Beberapa faktor pendukung keberhasilan komunikasi organisasi di Karang Taruna Desa Selingsingan antara lain adalah hubungan kekeluargaan antaranggota, penggunaan media komunikasi digital seperti WhatsApp untuk koordinasi cepat, serta gaya kepemimpinan ketua yang inklusif. Sementara itu, hambatan yang dihadapi meliputi kendala jaringan internet di beberapa wilayah, waktu kegiatan yang berbenturan dengan kesibukan anggota (seperti bekerja atau kuliah), dan belum adanya standar operasional prosedur komunikasi yang baku. Meskipun demikian, secara umum komunikasi tetap berjalan efektif karena fleksibilitas dan keterbukaan pengurus dalam menyesuaikan kondisi anggota.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Karang Taruna Desa Selingsingan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan motivasi pemuda dalam berpartisipasi aktif dan kreatif di lingkungan sosial kemasyarakatan. Komunikasi yang dibangun oleh ketua organisasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif dan adaptif terhadap karakteristik serta kesiapan anggota. Temuan ini sejalan dengan konsep komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2006), yang menekankan pentingnya keterbukaan, dialog dua arah, dan kejelasan pesan dalam menciptakan efektivitas organisasi.

Pola komunikasi yang diterapkan oleh ketua Karang Taruna mencerminkan praktik kepemimpinan yang responsif terhadap kondisi lapangan. Dalam berbagai konteks, ketua menerapkan gaya komunikasi yang berbeda-beda tergantung pada kebutuhan, situasi kegiatan, dan tingkat kesiapan anggota. Ini sesuai dengan teori kepemimpinan situasional Hersey dan Blanchard, yang menyatakan bahwa pemimpin yang efektif adalah mereka yang mampu menyesuaikan gaya komunikasi dan pengambilan keputusan berdasarkan kombinasi antara kemampuan dan komitmen anggota.

Gaya telling digunakan untuk memberikan arahan tegas dalam kegiatan yang bersifat teknis atau rutin, sedangkan gaya selling dan participating lebih banyak digunakan untuk membangun keterlibatan dan rasa memiliki. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi anggota dalam berbagai kegiatan sosial, mulai dari kegiatan kebersihan lingkungan hingga pelatihan kewirausahaan desa. Gaya delegating juga digunakan secara selektif kepada anggota yang telah memiliki pengalaman dan kepercayaan, yang menunjukkan adanya proses kaderisasi dan pemberdayaan internal dalam organisasi.

Motivasi pemuda dalam organisasi, sebagaimana dijelaskan oleh Robbins dan Judge (2015), sangat dipengaruhi oleh sejauh mana mereka merasa dihargai, diakui kontribusinya, dan memiliki ruang untuk berkembang. Dalam konteks Karang Taruna Desa Selingsingan, anggota merasa termotivasi karena adanya ruang dialog, pembagian peran yang jelas, dan komunikasi yang tidak bersifat otoritatif. Hal ini membangun suasana organisasi yang inklusif dan egaliter, yang sangat penting dalam membina generasi muda desa.

Faktor pendukung seperti kedekatan emosional antaranggota, penggunaan media digital untuk komunikasi, dan kepemimpinan yang terbuka menjadi modal sosial yang memperkuat efektivitas komunikasi. Sebaliknya, hambatan seperti keterbatasan waktu anggota dan belum adanya SOP komunikasi menunjukkan bahwa masih ada ruang perbaikan dalam tata kelola organisasi.

Dengan demikian, strategi komunikasi organisasi berbasis kepemimpinan situasional terbukti mampu meningkatkan motivasi dan partisipasi pemuda di tingkat desa. Ini mempertegas bahwa komunikasi bukan hanya sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai instrumen pembinaan, pemberdayaan, dan pembangunan kohesi sosial di dalam organisasi kepemudaan.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Karang Taruna Desa Selingsingan berperan penting dalam membangun motivasi dan partisipasi pemuda dalam berbagai kegiatan sosial dan kreatif. Komunikasi yang dilakukan oleh ketua organisasi bersifat adaptif, terbuka, dan bersahabat, sehingga menciptakan suasana yang mendukung keterlibatan aktif anggota. Gaya komunikasi yang digunakan mencerminkan prinsip kepemimpinan situasional, dengan pendekatan telling, selling, participating, dan delegating yang disesuaikan dengan kondisi dan kesiapan masing-masing anggota.

Penerapan komunikasi yang efektif tidak hanya meningkatkan rasa memiliki anggota terhadap organisasi, tetapi juga memotivasi mereka untuk mengambil peran lebih besar dalam pelaksanaan program kerja. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi organisasi yang kontekstual dan partisipatif dapat menjadi faktor kunci dalam menggerakkan pemuda desa untuk menjadi lebih aktif, kreatif, dan berdaya.

Saran

Bagi Karang Taruna

Disarankan untuk terus mempertahankan dan mengembangkan pola komunikasi dua arah yang terbuka dan partisipatif. Pengurus dapat menyusun panduan atau standar operasional prosedur (SOP) komunikasi internal agar proses penyampaian informasi dan pelibatan anggota berjalan lebih sistematis.

Bagi Pemuda Anggota Organisasi

Perlu ditumbuhkan kesadaran akan pentingnya komunikasi timbal balik dan tanggung jawab bersama dalam membangun organisasi. Anggota diharapkan proaktif memberikan masukan dan mengambil inisiatif dalam kegiatan-kegiatan organisasi.

Bagi Pemerintah Desa dan Pembina Kepemudaan

Diharapkan memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan kepemimpinan dan komunikasi organisasi bagi pengurus Karang Taruna agar keterampilan manajerial dan komunikasi mereka semakin berkembang, sehingga organisasi dapat berjalan lebih profesional dan berkelanjutan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur sejauh mana pengaruh gaya komunikasi terhadap peningkatan motivasi dan partisipasi pemuda dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, F. (2018). Komunikasi Politik Dalam Pilkada Jawa Timur 2018 (Studi Kasus Kampanye Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Timur 2018 di Kota Madiun). *New England Journal of Medicine*, 372(2).
- Akbar Abbas, S. (2023). Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Dan Perannya Dalam Mendorong Peningkatan Kinerja: Tinjauan Pustaka. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.35905/balanca.v4i1.429>
- Andriani, M., & Widiawati, K. (2017). Penerapan Motivasi Karyawan Menurut Teori Dua Faktor Frederick Herzberg Pada PT Aristika Kreasi Mandiri. *Journal Administrasi Kantor*, 5(1).
- BKKBN. (2024). Selingsingan. *Bkkbn.Go.Id*. <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/8962/selinsingan>
- Data Profil Desa Selingsingan Kec. Seluma Utara Kabupaten Seluma Tahun 2024.
- Hasdiana, U. (2018). Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi Dengan Loyalitas Karyawan Di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. *Analytical Biochemistry*, 11(1).
- Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Kartono, K. (2019). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Cet. 10, Jilid 9
- Khoironi, N., & Hamid, A. (2020). Kepemimpinan Situasional dalam Pendidikan Islam. *Jurnal MUDARRISUNA*, 10(4).

- Mahardika. (2014). Pengertian Karang Taruna. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Rosda.
- Muhammad, A. (2009). Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara.
- Munawar, M. H. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan. Skripsi, 3(2).
- Novit, M. S., Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1971). Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources. *Industrial and Labor Relations Review*, 24(3).
<https://doi.org/10.2307/2521543>
- Nurchayyo. (2019). Memahami Budaya Panji. Komunitas Seni Budaya Brangwetan.
- Nurlaila, S. (2023). Komunikasi Organisasi Karang Taruna Dalam Membangun Motivasi Entrepreneurship Pemuda Di Desa Sumbergede Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. IAIN Metro.