

Strategi Komunikasi Lembaga Non-Profit Berbasis Komunitas Desa

(Studi Kasus: Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM) Karawang Barat)

Nanin Mahdalisa¹, Aninda Amalia², Achmad Yasir Munadi³, Ikwan Arwan⁴

Fakultas Falsafah Dan Peradaban Universitas Paramadina, Indoneisa¹⁻⁴

Email Korespondensi: nmahdalisa@gmail.com, anindaamalia70@gmail.com

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 Maret 2026

ABSTRACT

This study examines the communication strategy of the Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM) organization, a community-based non-profit organization that fosters youth development in Margakaya Village, West Karawang District. Communication is understood as a means of creating shared meaning, strengthening social relations, and increasing community participation. This study aims to describe GPDM's communication patterns, analyze communication strategies for building internal and external audience engagement, assess communication effectiveness based on the Berlo Model (SMCR), and identify communication barriers that impact organizational sustainability. The research method used is a qualitative approach with case studies through observation, interviews, supporting questionnaires, and documentation. The results indicate that GPDM's communication is informal and interpersonal, effective in building internal trust, but not yet optimal in reaching the wider village community. The SMCR analysis indicates strengths in internal sources and channels, while external message management and recipients remain weak. This study recommends strengthening an integrated, contextual, and participatory communication strategy by expanding the social benefit narrative, optimizing communication media, and engaging the community to strengthen social legitimacy and GPDM's sustainability in building social resilience for the younger generation.

Keywords : *Organizational Communication, Non-Profit Institution, Village Community, Communication Strategy, SMCR Model, Community Participation*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi organisasi Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM) sebagai lembaga non-profit berbasis komunitas desa dalam pembinaan generasi muda di Desa Margakaya, Kecamatan Karawang Barat. Komunikasi dipahami sebagai sarana pembentukan makna bersama, penguatan relasi sosial, dan peningkatan partisipasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pola komunikasi GPDM, menganalisis strategi komunikasi dalam membangun keterlibatan khalayak internal dan eksternal, menilai efektivitas komunikasi berdasarkan Model Berlo (SMCR), serta mengidentifikasi kendala komunikasi yang memengaruhi keberlanjutan organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus melalui observasi, wawancara, angket pendukung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi GPDM bersifat informal dan interpersonal, efektif dalam membangun kepercayaan internal, namun belum optimal menjangkau masyarakat desa secara luas. Analisis SMCR menunjukkan kekuatan pada unsur sumber dan saluran internal, sementara pengelolaan pesan dan penerima eksternal masih lemah. Penelitian ini merekomendasikan

penguatan strategi komunikasi yang terintegrasi, kontekstual, dan partisipatif melalui perluasan narasi manfaat sosial, optimalisasi media komunikasi, dan pelibatan masyarakat untuk memperkuat legitimasi sosial serta keberlanjutan GPDM dalam membangun ketahanan sosial generasi muda.

Kata kunci: *Komunikasi Organisasi, Lembaga Non-Profit, Komunitas Desa, Strategi Komunikasi, Model SMCR, Partisipasi Masyarakat*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen dasar yang memiliki peran sangat penting dalam menentukan keberlangsungan dan efektivitas suatu organisasi. Setiap organisasi, termasuk lembaga non-profit berbasis komunitas, tidak dapat beroperasi secara optimal tanpa adanya mekanisme komunikasi yang efisien dan berkelanjutan. Dalam perspektif komunikasi organisasi, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses pembentukan makna bersama, penguatan relasi sosial, serta sarana untuk mendorong partisipasi anggota dan pemangku kepentingan (Cangara, 2014). Komunikasi yang tidak berjalan secara efektif berpotensi menyebabkan tujuan organisasi sulit dipahami, melemahnya legitimasi sosial, serta terganggunya keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang.

Dalam konteks sosial pedesaan, lembaga non-profit berbasis komunitas desa memiliki peran strategis dalam menjawab berbagai persoalan sosial di tingkat lokal, khususnya dalam upaya pembinaan generasi muda (Salamon, 2010; Putnam, 2000). Keterbatasan akses terhadap program pembinaan formal dan meningkatnya kompleksitas tantangan sosial remaja menjadikan inisiatif masyarakat desa sebagai bentuk ketahanan sosial yang penting. Lembaga komunitas tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana kegiatan sosial, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran nilai, penguatan solidaritas sosial, dan pembentukan identitas kolektif masyarakat desa.

Salah satu bentuk lembaga non-profit berbasis komunitas desa tersebut adalah Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM), sebuah gerakan sosial berbasis masjid yang beroperasi di Desa Margakaya, Kecamatan Karawang Barat. GPDM merupakan bagian dari aktivitas Masjid Baiturrohim yang berfokus pada pembinaan generasi muda tingkat SMP dan SMA melalui pendidikan keagamaan dan pengembangan diri. Tujuan utama GPDM adalah membentuk generasi penerus yang alim, berakhlakul karimah, mandiri, serta memiliki orientasi profesional-religius. Orientasi pembinaan ini tidak hanya diarahkan pada pembentukan individu religius secara personal, tetapi juga pada penciptaan generasi muda yang mampu berkontribusi positif bagi keluarga, lingkungan sosial, dan masa depan desa.

Latar belakang pendirian GPDM tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial yang melingkupinya. Pada masa pandemi Covid-19 tahun 2022, masyarakat Desa Margakaya bersama Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Baiturrohim merasakan meningkatnya fenomena kenakalan remaja, minimnya ruang aktivitas positif, serta kekhawatiran terhadap luntarnya kontrol sosial terhadap generasi muda. Kondisi tersebut mendorong lahirnya GPDM sebagai respons sosial berbasis komunitas desa yang dikelola secara swadaya oleh masyarakat, tanpa ketergantungan pada

pendanaan pemerintah maupun lembaga formal lainnya. Sebagai organisasi berbasis relawan, GPDM mengandalkan komitmen sosial, nilai pengabdian, dan kedekatan relasional dalam menjalankan aktivitas pembinaannya.

Secara organisatoris, GPDM dikelola oleh DKM Masjid Baiturrohim dengan melibatkan pengurus, pembina, dan tenaga pengajar yang sebagian besar merupakan relawan dengan latar belakang pendidikan pesantren yang beragam. Kegiatan pembelajaran diselenggarakan dalam beberapa sesi harian yang disesuaikan dengan jadwal sekolah formal peserta didik. Menariknya, orientasi pembelajaran di GPDM tidak menitikberatkan pada capaian akademik formal, melainkan pada penciptaan suasana belajar yang nyaman, menyenangkan, serta membangun kedekatan emosional antara guru dan peserta didik. Pendekatan ini bertujuan untuk menumbuhkan keterlibatan yang konsisten dan menjadikan GPDM sebagai ruang aman bagi remaja desa untuk belajar dan beraktivitas.

Selain pengajian inti, GPDM juga menyelenggarakan berbagai kegiatan pengembangan diri, seperti pencak silat, sepak bola, kelas bahasa Inggris, taman digital, latihan adzan dan seni baca Al-Qur'an, serta kegiatan kemandirian. Ragam aktivitas tersebut dirancang sebagai ruang ekspresi dan aktualisasi diri remaja desa, sekaligus sebagai upaya preventif terhadap perilaku menyimpang. Hasil wawancara dengan peserta didik menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi, yang didorong oleh suasana pertemanan sebaya, pendekatan guru yang komunikatif, fasilitas yang memadai, serta variasi kegiatan yang menarik. Keterlibatan ini juga didukung oleh orang tua yang memandang GPDM sebagai lingkungan yang positif dan aman bagi perkembangan anak-anak mereka.

Namun demikian, sebagai lembaga non-profit berbasis komunitas desa, GPDM masih menghadapi tantangan dalam aspek komunikasi eksternal. Ketiadaan badan hukum formal serta pemanfaatan media digital yang belum optimal menyebabkan publikasi kegiatan dan dampak sosial GPDM masih terbatas pada lingkaran internal komunitas. Informasi mengenai aktivitas, manfaat, dan kontribusi GPDM belum sepenuhnya terkomunikasikan kepada masyarakat desa secara luas, sehingga berpotensi membatasi perluasan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam jangka panjang.

Berdasarkan kondisi tersebut, efektivitas strategi komunikasi menjadi aspek yang sangat penting dalam menjaga keberlanjutan GPDM sebagai lembaga non-profit berbasis komunitas desa (Cangara, 2014). Permasalahan penelitian ini berfokus pada bagaimana pola komunikasi organisasi GPDM dijalankan dalam aktivitas pembinaan generasi muda, bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam membangun pemahaman serta keterlibatan khalayak internal dan eksternal, bagaimana efektivitas unsur-unsur komunikasi GPDM ditinjau melalui Model Komunikasi Berlo (SMCR), serta kendala komunikasi apa saja yang dihadapi GPDM dalam menjangkau masyarakat desa secara lebih luas. Sejalan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola komunikasi organisasi GPDM, menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun keterlibatan dan dukungan masyarakat, menilai efektivitas proses komunikasi berdasarkan Model SMCR, serta mengidentifikasi

kendala dan tantangan komunikasi yang dihadapi GPDM sebagai lembaga non-profit berbasis komunitas desa.

Komunikasi organisasi merupakan proses penciptaan dan pertukaran pesan di antara anggota organisasi dengan tujuan membangun pemahaman bersama serta mengoordinasikan aktivitas guna mencapai tujuan organisasi. Pace dan Faules (2010) menyatakan bahwa komunikasi organisasi mencakup perilaku komunikasi formal maupun informal yang terjadi dalam struktur organisasi. Fungsi komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan makna, identitas, dan budaya organisasi. Dalam kerangka ini, komunikasi dipandang sebagai fondasi yang membentuk realitas organisasi dan menjaga keselarasan tujuan antaranggota. Eisenberg dan Goodall (2013) menegaskan bahwa organisasi pada dasarnya dibentuk dan dipertahankan melalui komunikasi. Tanpa komunikasi yang berkelanjutan, organisasi tidak dapat menciptakan keselarasan tujuan maupun mempertahankan hubungan antarindividu. Dalam konteks lembaga non-profit, komunikasi organisasi memiliki karakteristik yang lebih kompleks. Lovejoy dan Saxton (2012) menunjukkan bahwa organisasi non-profit sangat bergantung pada komunikasi untuk membangun kepercayaan publik, mempertahankan dukungan relawan, serta memperkuat legitimasi sosial. Oleh karena itu, komunikasi organisasi pada lembaga non-profit bersifat instrumental, relasional, dan berorientasi pada nilai.

Lembaga non-profit berbasis komunitas desa adalah organisasi yang lahir dari inisiatif masyarakat lokal untuk menjawab persoalan sosial yang dihadapi bersama. Salamon (2010) menegaskan bahwa organisasi non-profit memainkan peran strategis dalam masyarakat sipil dengan memperkuat partisipasi warga dan menyediakan layanan sosial yang tidak sepenuhnya dijangkau oleh pemerintah. Putnam (2000) melalui konsep modal sosial menjelaskan bahwa keberhasilan organisasi komunitas sangat ditentukan oleh tingkat kepercayaan, norma bersama, dan jaringan sosial yang terbangun di antara anggota masyarakat. Modal sosial ini terbentuk melalui interaksi dan komunikasi yang berkelanjutan, bukan muncul secara otomatis. Lewis (2014) menunjukkan bahwa komunikasi berbasis kedekatan sosial dan nilai lokal lebih efektif dalam membangun keterlibatan masyarakat dibandingkan komunikasi formal yang bersifat top-down. Dengan demikian, komunikasi dalam lembaga non-profit berbasis komunitas desa harus kontekstual, partisipatif, dan sensitif terhadap budaya lokal.

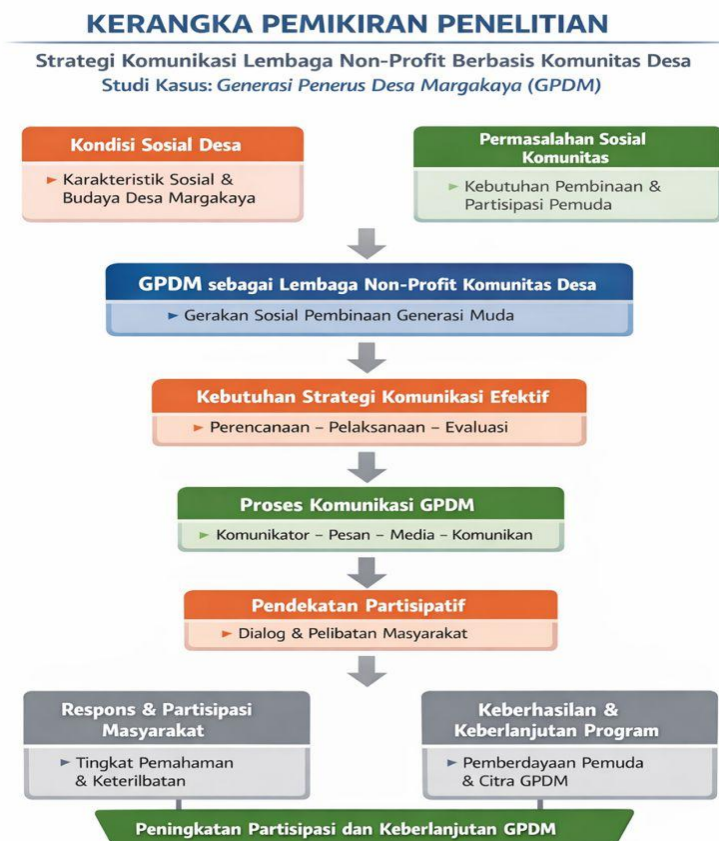
Model komunikasi Berlo atau SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) yang dikembangkan oleh Berlo (1960) menjelaskan bahwa proses komunikasi terdiri atas empat unsur utama, yaitu sumber, pesan, saluran, dan penerima. Keefektifan komunikasi sangat ditentukan oleh keterpaduan keempat unsur tersebut. McQuail (2010) menekankan bahwa model SMCR relevan digunakan dalam analisis komunikasi organisasi karena mampu memetakan hubungan antara komunikator, pesan, media, dan khalayak secara sistematis. Studi Kim dan Rhee (2011) menambahkan bahwa kredibilitas sumber dan kesesuaian pesan dengan nilai penerima berpengaruh signifikan terhadap efektivitas komunikasi internal maupun eksternal. Model SMCR dengan demikian menjadi alat analisis yang relevan untuk memahami praktik komunikasi lembaga non-profit berbasis komunitas.

Komunikasi partisipatif menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses komunikasi dan pembangunan. Servaes (1999) menekankan bahwa komunikasi partisipatif melibatkan dialog, pertukaran makna, dan keterlibatan setara antaraktor komunikasi, bukan sekadar penyampaian pesan satu arah. Huesca (2008) menegaskan bahwa pendekatan ini meningkatkan rasa memiliki masyarakat terhadap program sosial, sehingga berdampak pada keberlanjutan program. Dalam konteks organisasi komunitas, komunikasi partisipatif mendorong masyarakat untuk terlibat sebagai mitra, bukan hanya penerima manfaat. Tufte dan Mefalopulos (2009) menambahkan bahwa organisasi berbasis komunitas yang menerapkan komunikasi partisipatif cenderung memiliki legitimasi sosial yang lebih tinggi karena terbukanya ruang dialog dan keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Strategi komunikasi merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif (Cangara, 2014). Dalam lembaga non-profit, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan, dukungan, dan partisipasi publik. Waters dan Jamal (2011) menekankan bahwa strategi komunikasi yang efektif pada organisasi non-profit harus mampu mengintegrasikan komunikasi internal dan eksternal. Kegagalan dalam mengelola komunikasi eksternal dapat menyebabkan rendahnya pemahaman publik terhadap misi organisasi meskipun aktivitas internal berjalan dengan baik. Oleh karena itu, strategi komunikasi pada lembaga non-profit harus dirancang secara holistik untuk menjangkau seluruh pemangku kepentingan dan mendukung keberlanjutan organisasi.

Penelitian ini didasari oleh kondisi sosial dan budaya Desa Margakaya yang memengaruhi pola komunikasi serta tingkat partisipasi masyarakat, khususnya pemuda. Permasalahan utama yang muncul adalah kurangnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial dan kebutuhan akan pembinaan yang lebih terstruktur. Dalam konteks tersebut, Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM) berperan sebagai lembaga non-profit komunitas desa yang menginisiasi gerakan sosial untuk membina generasi muda.

Untuk mencapai tujuan organisasinya, GPDM menerapkan strategi komunikasi yang efektif melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Strategi ini dilaksanakan melalui proses komunikasi yang melibatkan komunikator, pesan, media, dan komunikan, dengan pendekatan partisipatif yang menekankan dialog serta keterlibatan aktif masyarakat. Pendekatan komunikasi ini diharapkan mampu meningkatkan respons dan partisipasi masyarakat, sehingga mendukung keberhasilan dan keberlanjutan program GPDM di desa.



METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memahami secara mendalam proses, makna, dan dinamika komunikasi yang berlangsung dalam lembaga non-profit berbasis komunitas desa, yaitu *Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM)*. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena sosial secara komprehensif berdasarkan perspektif subjek penelitian (Creswell, 2014). Sementara itu, studi kasus digunakan karena relevan untuk mengkaji fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata secara kontekstual, khususnya terkait praktik komunikasi organisasi dalam lingkungan sosial tertentu (Yin, 2018). Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Masjid Baiturrohm, Desa Margakaya, Kecamatan Karawang Barat, yang merupakan pusat aktivitas pembinaan generasi muda yang dijalankan oleh GPDM. Objek penelitian difokuskan pada strategi komunikasi GPDM, yang mencakup pola komunikasi organisasi, media yang digunakan, pesan yang disampaikan, serta hubungan komunikasi antara GPDM dengan khalayak internal dan eksternal. Subjek penelitian meliputi pengurus GPDM, pembina, guru, peserta didik tingkat SMP dan SMA, orang tua peserta didik, Dewan Kemakmuran Masjid (DKM), serta masyarakat desa sebagai informan pendukung. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, dengan mempertimbangkan relevansi peran dan

kedalaman informasi yang dapat diberikan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi non-partisipan, wawancara semi-terstruktur, angket pendukung, dan dokumentasi kegiatan GPDM. Observasi digunakan untuk memantau pola komunikasi dan interaksi sosial yang terjadi dalam aktivitas GPDM, sementara wawancara bertujuan untuk menggali pengalaman serta pandangan informan secara mendalam (Kvale & Brinkmann, 2009). Angket digunakan untuk menilai persepsi masyarakat terhadap keberadaan dan aktivitas GPDM, sedangkan dokumentasi mencakup arsip organisasi, foto kegiatan, catatan internal, serta unggahan media sosial GPDM. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Selain itu, analisis juga menggunakan Model Komunikasi Berlo (SMCR) untuk menilai efektivitas unsur sumber, pesan, saluran, dan penerima dalam proses komunikasi yang dijalankan oleh GPDM. Keabsahan data dijamin melalui penerapan teknik triangulasi sumber, dengan membandingkan data yang diperoleh dari pengurus, guru, peserta didik, dan masyarakat, serta triangulasi teknik, dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Penerapan triangulasi ini bertujuan untuk memastikan konsistensi, kredibilitas, dan keandalan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian Strategi Komunikasi Lembaga Non-Profit Berbasis Komunitas Desa Studi Kasus Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM) adalah :

Pola Komunikasi Organisasi GPDM

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pola komunikasi di Generasi Penerus Desa Margakaya (GPDM) bersifat informal, interpersonal, dan berbasis kedekatan sosial. Pola ini muncul secara alami karena GPDM merupakan lembaga non-profit berbasis komunitas desa dan masjid, yang menekankan interaksi sosial, nilai religius, dan kegiatan keseharian sebagai fondasi komunikasi. Aktivitas tatap muka langsung di masjid, seperti pengajian dan kegiatan pengembangan diri, menjadi media utama, sementara grup WhatsApp digunakan sebagai sarana koordinasi internal (Putnam, 2000).

Pola komunikasi ini efektif membangun rasa nyaman, kepercayaan, dan keterikatan di kalangan internal, terlihat dari tingkat kehadiran tinggi peserta didik dan hubungan guru-murid yang kuat. Namun, komunikasi GPDM masih terbatas pada internal, sehingga masyarakat desa secara umum belum memahami sepenuhnya tujuan dan dampak sosial GPDM. Komunikasi dengan orang tua bersifat semi-formal dan dialogis, memperkuat trust-based relationship, sementara komunikasi dengan masyarakat luas masih pasif dan satu arah. Analisis menggunakan Model Berlo (SMCR) menunjukkan kekuatan pada unsur Source (guru, pengurus, pembina) dan Message (nilai religius, pembinaan akhlak), serta Channel tatap muka. Namun, pada unsur Receiver, efektivitas masih timpang

antara khalayak internal yang responsif dan khalayak eksternal yang belum terjangkau secara optimal (Berlo, 1960). Dengan demikian, pola komunikasi GPDM kuat secara relasional internal tetapi belum terstruktur untuk membangun legitimasi sosial di masyarakat desa.

Analisis Khalayak Internal dan Eksternal GPDM

Khalayak GPDM dibagi menjadi internal dan eksternal (Servaes, 1999) yaitu

- 1) Khalayak internal: peserta didik, guru, pembina, dan pengurus. Hubungan antaranggota bersifat horizontal dan kekeluargaan, memungkinkan internalisasi nilai dan tujuan organisasi. Keterlibatan peserta didik tinggi, sedangkan guru berperan sebagai komunikator dan figur pendamping, memperkuat komunikasi interpersonal
- 2) Khalayak eksternal: orang tua, tokoh masyarakat, dan warga desa. Orang tua memiliki kedekatan tinggi melalui forum bulanan, namun masih lebih bersifat penerima informasi daripada partisipatif. Masyarakat desa secara umum memiliki keterlibatan rendah, mengetahui GPDM secara parsial, dan cenderung menilai aktivitas GPDM sebagai kegiatan internal masjid.

Narasi dan Makna Komunikasi GPDM

Narasi komunikasi GPDM bertujuan memperluas makna kegiatan dari aktivitas keagamaan internal ke manfaat sosial yang dapat dipahami masyarakat desa, tanpa menghilangkan nilai religius (Cangara, 2014). Pesan kunci menekankan GPDM hadir untuk menyiapkan generasi muda Desa Margakaya yang berakhlak, mandiri, dan berdaya sebagai fondasi ketahanan sosial desa. Perluasan narasi ini penting karena masyarakat desa masih memiliki pemahaman parsial tentang dampak sosial GPDM.

Media Komunikasi GPDM

Media yang digunakan GPDM terdiri dari : 1) Tatap muka: efektif untuk membangun keterikatan emosional, terutama dengan peserta didik 2) Grup WhatsApp: media koordinasi internal, cepat dan praktis, tetapi belum strategis untuk narasi organisasi 3) Forum pertemuan orang tua: semi-formal, dialogis, efektif untuk membangun kepercayaan, namun jangkauannya terbatas 4) Media sosial: belum optimal untuk komunikasi eksternal dan storytelling sosial. Secara keseluruhan, media GPDM efektif untuk internal, namun belum terintegrasi dalam strategi komunikasi eksternal yang lebih luas. Penyajian narasi berbasis pengalaman konkret melalui media digital penting untuk menjembatani kesenjangan pemahaman masyarakat yang selama ini masih memandang GPDM sebatas pengajian internal. Pendekatan komunikasi berbasis storytelling ini sejalan dengan pandangan bahwa media digital dapat berfungsi sebagai ruang pembentukan makna sosial yang memperkuat pesan dan nilai organisasi kepada publik secara lebih luas (Mahardika & Sudarmanti, 2024; Cangara, 2014).

Analisis Model Berlo (SMCR) pada Aktivitas GPDM

Analisis Model Berlo (SMCR) pada Aktivitas GPDM meliputi 1) Source: guru, pengurus, dan pembina memiliki kredibilitas tinggi 2) Message: berfokus

pada nilai religius dan pembinaan akhlak, namun belum diterjemahkan ke manfaat sosial bagi khalayak eksternal 3) Channel: tatap muka efektif untuk internal, WhatsApp dan pertemuan orang tua membantu koordinasi, media sosial belum optimal 4) Receiver: internal responsif, eksternal kurang terjangkau. Analisis menunjukkan kekuatan komunikasi pada Source dan Channel internal, sedangkan kelemahan pada Message dan Receiver eksternal, sehingga pesan GPDM cenderung berhenti di lingkaran internal (Berlo, 1960; Cangara, 2014).

Identifikasi Masalah Komunikasi GPDM

Masalah utama komunikasi GPDM adalah orientasi yang masih dominan internal, narasi yang belum diterjemahkan ke bahasa sosial yang mudah dipahami masyarakat desa, serta pemanfaatan media eksternal yang kurang optimal. Tidak ada peran komunikasi khusus yang mengelola narasi organisasi, sehingga komunikasi eksternal berjalan sporadis dan bergantung pada inisiatif individu.

Strategi Komunikasi GPDM

Strategi komunikasi diarahkan pada pengelolaan unsur komunikasi secara terintegrasi agar pesan GPDM dapat menjangkau dan membangun pemahaman masyarakat desa (Cangara, 2014; Servaes, 1999) melalui 1) Perluasan orientasi komunikasi yaitu dari internal ke sosial desa, menekankan kontribusi GPDM terhadap ketahanan social 2) Penguatan makna dan narasi organisasi: narasi inklusif, menjelaskan dampak sosial tanpa menghilangkan nilai religious 3) Segmentasi khalayak dengan menyesuaikan pendekatan komunikasi untuk internal dan eksternal 4) Integrasi media komunikasi **dengan** memadukan tatap muka, WhatsApp, dan media digital untuk memperluas jangkauan pesan 5) Penguatan fungsi komunikasi organisasi **dengan** menjadikan komunikasi sebagai instrumen strategis untuk membangun legitimasi sosial dan keberlanjutan GPDM. Strategi ini diharapkan mengubah komunikasi GPDM dari sekadar koordinasi internal menjadi alat untuk membangun kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat desa secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi GPDM perlu diarahkan pada penguatan keberlanjutan organisasi melalui perluasan makna komunikasi dari lingkup internal menuju kepentingan sosial masyarakat desa secara lebih luas. Komunikasi tidak lagi sekadar menyampaikan informasi kegiatan, tetapi berfungsi sebagai mekanisme pembentukan makna bersama dan penguatan legitimasi sosial GPDM. Narasi organisasi perlu diterjemahkan ke dalam bahasa manfaat sosial yang mudah dipahami, menekankan kontribusi GPDM terhadap pembentukan karakter, kemandirian, dan ketahanan sosial generasi muda, sekaligus tetap menjaga nilai religius sebagai fondasi gerakan.

Secara praktis, komunikasi tatap muka melalui forum masjid, pengajian orang tua, dan kegiatan sosial perlu dimanfaatkan sebagai ruang dialog yang memungkinkan pertukaran pandangan, umpan balik, dan penguatan rasa memiliki

masyarakat terhadap GPDM. Media digital sederhana, khususnya media sosial, dapat diarahkan untuk mendokumentasikan aktivitas, cerita peserta didik, dan testimoni orang tua, sehingga menjadi sarana storytelling berbasis pengalaman konkret yang menjembatani kesenjangan pemahaman masyarakat. Keterlibatan peserta didik sebagai pengelola konten dan orang tua sebagai penguat eksternal dapat menciptakan jaringan komunikasi internal dan eksternal yang efektif untuk memperluas jangkauan, membangun kesadaran kolektif, serta memperkuat dukungan sosial terhadap GPDM. Selain itu, komunikasi GPDM perlu dikembangkan secara partisipatif, menempatkan masyarakat sebagai mitra gerakan, bukan hanya sebagai penerima informasi. Dengan strategi komunikasi yang terintegrasi, kontekstual, dan partisipatif, GPDM diharapkan mampu memperkuat kepercayaan publik, memperluas dukungan sosial, dan menjaga keberlanjutan organisasi dalam membentuk generasi penerus Desa Margakaya yang alim, berakhlakul karimah, dan mandiri, sesuai visi gerakan sosial-keagamaan berbasis komunitas desa.

DAFTAR RUJUKAN

- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Eisenberg, E. M., & Goodall, H. L. (2013). *Organizational communication: Balancing creativity and constraint*. New York, NY: Bedford/St. Martin's.
- Huesca, R. (2008). Participatory communication: A critical perspective. *Journal of Communication*, 58(2), 345–354.
- Kim, J., & Rhee, Y. (2011). Source credibility and message effectiveness in organizational communication. *International Journal of Communication Studies*, 73(4), 445–462.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Lewis, L. (2014). Community engagement in non-profit organizations: The role of social proximity. *Nonprofit Management & Leadership*, 25(3), 281–298.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How non-profit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353.
- Mahardika, A. D., & Sudarmanti, R. (2024). Pemanfaatan komunikasi digital sebagai media storytelling aktivitas sosial Unilever Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London, UK: Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2010). *Organizational communication in an age of globalization*. New York, NY: Routledge.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Salamon, L. M. (2010). *The changing context of nonprofit leadership and management*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Servaes, J. (1999). *Communication for development: One world, multiple cultures*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tufte, T., & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory communication: A practical guide*. Washington, DC: World Bank.
- Waters, R. D., & Jamal, J. Y. (2011). The use of social media by non-profit organizations: An examination from the strategic communication perspective. *Public Relations Review*, 37(3), 329–335.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.