

Studi Analisis Komunikasi Organisasi Panitia TUNFC dalam Kesuksesan TUNFC 2024

Farina Hamidah Suprayogi¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

¹Digital Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia,
farinahamidah@student.telkomuniversity.ac.id

²Dosen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia,
muhammadsufyan@telkomuniversity.ac.id

Abstract

As the only competition from Telkom University Sports UKM that consistently organizes national events every year, TUNFC set a record for the most participants in the last nine years in 2024 with an increase in participation of 43.38% from universities and 31.03% from the number of teams compared to the previous year. This achievement shows the effectiveness of the committee's organizational communication in managing information, building trust, and engaging audiences. This research aims to analyze the role of organizational communication in supporting the success of TUNFC 2024. This research uses qualitative method with interpretive paradigm as well as Arnold and Feldman's organizational communication approach, and rhetoric to analyze the role of organizational communication in the success of TUNFC 2024. The results showed that TUNFC applied organizational communication strategies through four stages, namely attention with active forums and visual media, comprehension through two-way communication with clarification and feedback spaces. At the acceptance as truth stage, the committee built trust through experience and formal position. Meanwhile, at the retention stage, the committee strengthens members' memory through note-taking, message repetition, and discussion. This research is expected to contribute to the field of public relations by providing a deeper understanding of the importance of effective organizational communication in supporting the success of organizational activities, especially in a campus event.

Keywords: *Acceptance as Truth, Attention, Comprehension, Organizational Communication, Retention, TUNFC*

Abstrak

Sebagai satu-satunya lomba dari UKM Olahraga Universitas Telkom yang konsisten menyelenggarakan *event* nasional setiap tahun, TUNFC mencetak rekor peserta terbanyak dalam sembilan tahun terakhir pada tahun 2024 dengan peningkatan partisipasi 43,38% dari perguruan tinggi dan 31,03% dari jumlah tim dibanding tahun sebelumnya. Pencapaian ini menunjukkan efektivitas komunikasi organisasi panitia dalam mengelola informasi, membangun kepercayaan, dan melibatkan audiens. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran komunikasi organisasi dalam mendukung kesuksesan TUNFC 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretif serta pendekatan komunikasi organisasi Arnold dan Feldman, dan retorika untuk menganalisis peran komunikasi organisasi dalam kesuksesan TUNFC 2024. Hasil menunjukkan bahwa TUNFC menerapkan strategi komunikasi organisasi melalui empat tahap, yaitu *attention* dengan forum aktif dan media visual, *comprehension* melalui komunikasi dua arah dengan ruang klarifikasi dan *feedback*. Pada tahap *acceptance as truth*, panitia membangun kepercayaan melalui pengalaman dan posisi formal. Sedangkan pada tahap *retention*, panitia memperkuat daya ingat anggota melalui pencatatan, pengulangan pesan, dan diskusi. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi di bidang *public relations* dengan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya komunikasi organisasi yang efektif dalam mendukung keberhasilan kegiatan organisasi, khususnya dalam sebuah *event* kampus.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Perhatian, Pemahaman, Penerimaan Kebenaran, Retensi, TUNFC

I. PENDAHULUAN

Telkom University Futsal Championship atau TUNFC merupakan sebuah kompetisi futsal yang diadakan pada tingkat nasional dengan peserta dari berbagai universitas dari seluruh. Kesuksesan terjadi pada TUNFC 2024 yang semakin banyak diminati perguruan tinggi di Indonesia setiap tahunnya. Dalam kurun 1 tahun jumlah perguruan tinggi yang berpartisipasi meningkat 43.38% dan jumlah tim meningkat sebanyak 31.03%. Pada tahun 2023 TUNFC memiliki peserta sebanyak 23 perguruan tinggi yang ikut berpartisipasi dengan jumlah tim sebanyak 29 tim. Pada tahun 2024 TUNFC berhasil meningkatkan jumlah peserta secara drastis yaitu sebanyak 33 perguruan tinggi yang berpartisipasi dan terdiri dari 38 tim. TUNFC merupakan program kerja dari UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Bola Telkom University yang diadakan sejak 2016 dan pertama kali diadakan di *Sigma Sport & Community Center – Progresif Football & Futsal Bandung*. TUNFC ini merupakan satu-satunya perlombaan nasional yang diadakan oleh UKM olahraga dan telah berhasil digelar setiap tahunnya. Lalu dengan berkembangnya TUNFC berpindah ke *venue* yang lebih besar yaitu GOR ITB, Jatinangor.

Tabel 1. Tabel Perbandingan

Aspek Perbandingan	TUNFC	IPB CUP
Jumlah universitas yang berpartisipasi	33	18
Jumlah tim	38	19
Jumlah panitia	142	145

Sumber tabel: Olahan peneliti, 2025

Selain Telkom University yang memiliki perlombaan futsal nasional, salah satu universitas besar di Indonesia, IPB juga memiliki perlombaan futsal nasional yang memiliki perbedaan dengan TUNFC terlihat pada Tabel 1.1. IPB memiliki perlombaan futsal nasional yang bernama IPB CUP. Pada event ini juga banyak universitas dari seluruh Indonesia ikut turut serta dalam IPB CUP. Jika kita lihat, informasi mengenai IPB CUP hanya tertera pada Instagram, di mana IPB CUP ini baru diselenggarakan pada tahun 2023.

TUNFC merupakan salah satu kepanitiaan profesional. Hal ini diungkapkan oleh Ketua TUNFC 2024, Rheza Wildan. Dalam wawancara pra-penelitian Rheza mengatakan bahwa TUNFC ini merupakan kepanitiaan profesional dikarenakan, acara ini adalah *event* nasional dan berskala besar, sikap profesional sangat berpengaruh terhadap keberhasilan acara. Untuk mencapai keberhasilan tersebut, panitia harus bertanggung jawab, disiplin, bekerja keras, dan mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan. Hal-hal tersebut merupakan bagian dari sikap profesional.

Komunikasi pada TUNFC berjalan secara terstruktur. Hal ini dinilai dari peraturan komunikasi yang turun-temurun di mana anggota panitia tidak boleh menghubungi anggota inti seperti Ketua, wakil, sekretaris dan bendahara, termasuk juga *steering comitee*. Segala kebutuhan komunikasi anggota kepada panitia dengan jabatan yang lebih tinggi harus melewati Ketua Divisi. Hal ini sebenarnya memudahkan komunikasi dan mengurangi adanya risiko miskomunikasi antara anggota. Tetapi di luar forum profesional seluruh anggota mulai dari *steering comitee* hingga anggota biasa komunikasi berjalan tanpa adanya formalitas. Hasilnya selain seluruh anggota memiliki keakraban yang baik tetapi profesionalitas pada forum formal tetap terjaga. Ditambah seluruh panitia TUNFC berasal dari berbagai fakultas, menjadikan TUNFC sebagai wadah untuk berinteraksi dengan berbagai macam individu yang berbeda. Komunikasi di luar forum menjadi lebih menarik akibat perbedaan yang dapat terlihat jelas pada individu dari berbagai program studi dan fakultas dari Telkom University.

Penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana komunikasi organisasi memengaruhi kesuksesan sebuah acara besar. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi panitia atau tim penyelenggara event untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, baik dalam komunikasi formal maupun informal. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada perkembangan bidang *event management*, khususnya dalam hal komunikasi organisasi. Pengetahuan tentang pola komunikasi yang efektif dapat berguna bagi individu yang berkarir di industri ini, membantu mereka untuk lebih efektif dalam mengelola komunikasi. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretif serta pendekatan komunikasi organisasi Arnold dan Feldman, dan retorika untuk menganalisis peran komunikasi organisasi.

Maka dari itu peneliti membuat sebuah penelitian mengenai komunikasi organisasi dalam kepanitiaan TUNFC yang berjudul “Studi Analisis Komunikasi Organisasi Panitia TUNFC dalam Kesuksesan TUNFC 2024”.

II. TINJAUAN LITERATUR

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses pertukaran informasi antar individu dalam organisasi. Menurut Arnold dan Feldman (1986) dalam Iskandar & Mani (2021), tahapan komunikasi meliputi empat tahapan yaitu, *attention* (atensi), *comprehension* (pemahaman), *acceptance as true* (penerimaan menjadi sebuah kebenaran), dan *retention* (penyimpanan) (Bona Iskandar & Mani, 2021).

1. *Attention* (Atensi)

Attention atau atensi, pada tahap ini melibatkan perhatian anggota organisasi terhadap pesan yang disampaikan. Arnold dan Feldman berpendapat bahwa jumlah informasi, posisi dalam komunikasi formal, posisi dalam komunikasi informal hingga sifat informasi berpengaruh dalam tahap ini. Organisasi sering kali menerapkan strategi tertentu, seperti penggunaan media yang menarik atau penyampaian pesan yang sesuai dengan kepentingan anggota, untuk memastikan tahap atensi berjalan dengan baik.

2. *Comprehension* (Pemahaman)

Comprehension di sini berarti penerima memiliki pemahaman yang cukup untuk menangkap informasi atau instruksi yang diberikan. Arnold dan Feldman berpendapat bahwa faktor *semantic* (*jargon, unclear meanings of symbols, dan non-verbal cues*), *perception* (*Forcing information to fit preconceived beliefs, stereotyping, projection, simplification*) dan *opportunity for feedback* dapat mempengaruhi tahap *Comprehension*. Dengan demikian, *Comprehension* adalah tahap yang menentukan apakah pesan dapat diterjemahkan ke dalam tindakan yang tepat oleh penerima.

3. *Acceptance as True* (Penerimaan sebagai Kebenaran)

Dalam tahap ini, penerima pesan menerima informasi yang disampaikan sebagai fakta atau kebenaran. Arnold dan Feldman berpendapat bahwa *characteristic of the communicator* (*expertise, trustworthiness, attractiveness*) dan *defensive communication* (*Personally threatening messages, dissonant information, threatening manner of presentation*) dapat mempengaruhi tahap. Penggunaan data yang akurat, referensi yang kredibel, dan pernyataan yang didukung oleh otoritas atau keahlian juga menjadi elemen penting dalam memperkuat penerimaan.

4. *Retention* (Retensi atau Penyimpanan)

Informasi yang telah diterima dan dipahami akan disimpan dalam ingatan penerima. Retensi ini bagaimana informasi dapat diingat dan digunakan kembali saat dibutuhkan dalam konteks pekerjaan atau organisasi. Arnold dan Feldman berpendapat bahwa *explicit versus implicit conclusion, one sided versus two sided communication* dan *single presentation versus repetition* dapat mempengaruhi tahap *retention* ini. Tahap retensi menjamin bahwa pengetahuan organisasi dapat terus digunakan dan dipertahankan, bahkan saat terjadi pergantian anggota atau pemimpin dalam organisasi.

Pola Komunikasi Organisasi

Pola komunikasi adalah sistem yang menjembatani yang menghubungkan anggota-anggota dalam kelompok organisasi menjadi satu kesatuan yang dapat membentuk sebuah pola interaksi sesama anggota dalam organisasi, hal ini disebutkan Hardjana Andre dalam Mendrofa dan Syafii (2023). Secara umum pola komunikasi terbagi menjadi lima yaitu, roda, Y, lingkaran dan semua arah (Yudistiro, 2006). Pola Roda : Pola komunikasi roda melibatkan dua arah komunikasi, di mana semua pesan dikirim dan diterima oleh satu pusat komunikasi. Biasanya, pusat ini adalah atasan yang menyampaikan informasi kepada semua bawahan. Pola Y : Dalam pola ini, pusat komunikasi tidak bisa langsung menjangkau semua individu. Ada individu tertentu yang harus berkomunikasi melalui orang lain, sehingga penyebaran informasi tidak secepat pola roda. Pola Rantai : Pola rantai mirip dengan pola lingkaran, namun memiliki dua orang di posisi akhir jaringan yang hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang lainnya. Pola Lingkaran : Pada pola ini, tiap orang dapat menyampaikan pesan ke orang di sebelah kiri atau kanan, namun tidak bisa langsung berkomunikasi dengan seluruh anggota jaringan. Pola Semua Arah : Dalam pola ini, setiap individu bebas mengirim dan menerima informasi dari siapa pun di jaringan. Ini menciptakan komunikasi yang terbuka dan fleksibel, cocok untuk organisasi yang mendorong kolaborasi dan partisipasi aktif dari semua anggota.

Komunikasi Efektif

Komunikasi yang efektif adalah proses penyampaian pesan yang mampu memengaruhi atau mengubah sikap individu yang terlibat di dalamnya. Tujuan dari komunikasi yang efektif adalah untuk mempermudah pemahaman pesan antara pengirim dan penerima, dengan penggunaan bahasa yang jelas dan menyeluruh, keseimbangan dalam penyampaian serta tanggapan, serta kemampuan mengelola bahasa nonverbal secara tepat (Suprpto, 2018).

Event

Event menurut Allen (2002) merupakan suatu ritual istimewa pertunjukkan, penampilan, atau perayaan yang pasti direncanakan untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama (Anggun Tafarannisa et al., 2021). Seperti TUNFC yang merupakan sebuah *event* olahraga nasional yang memiliki tujuan bersama.

Event Mangement

Torang dan Syamsir (2014) berpendapat bahwa manajemen berfokus pada proses, yang mengindikasikan perlunya keterlibatan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan guna meningkatkan efektivitas aktivitas serta menghasilkan tindakan yang mendukung pencapaian keberhasilan. Bladen (2012) menyatakan bahwa *event management* merupakan sebuah proses pengorganisasian dan peng-koordinasian berbagai aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan dari sebuah acara. Dengan demikian, *event management* dapat dipahami sebagai penyelenggaraan kegiatan yang dirancang dan dikelola secara profesional oleh suatu lembaga atau komunitas untuk mencapai tujuan tertentu (Anggun Tafarannisa et al., 2021)

Sports Event

Sports event atau acara olahraga merupakan sebuah acara ajang perlombaan olahraga) (Muhtar, 2024). Event atau acara olahraga pertama di Indonesia adalah Pekan Olahraga Nasional atau yang biasa disingkat PON (Dispora, 2024). PON merupakan ajang perlombaan olahraga Indonesia yang diikuti oleh seluruh provinsi di tanah air yang sangat penting. PON diadakan pertama kali pada tahun 1948 yang diselenggarakan di Jakarta. Acara ini bukan hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi, tetapi juga menjadi momentum untuk memperkuat semangat kebangsaan dan persatuan di tengah keragaman budaya dan etnis di Indonesia.

Futsal

Futsal adalah sebuah cabang olahraga bola yang di mana olahraga ini dimainkan dengan cara menendang bola dan memasukkannya ke gawang lawan. Futsal dimainkan oleh dua tim yang di setiap timnya beranggotakan lima orang. Futsal merupakan salah satu cabang olahraga yang banyak diminati oleh pria. Futsal berasal dari Montevideo, Uruguay (Nugroho, 2023). Futsal sudah dikenal di Indonesia pada tahun 1998-1999 dan resmi pada tahun 2002 (Lapanganfutsal.Id, 2024). Indonesia juga pernah menjadi tuan rumah untuk putaran final kejuaraan futsal tingkat Asia yang ditunjuk oleh AFC atau Asian Football Confederation.

TUNFC

TUNFC merupakan singkatan dari Telkom University National Futsal Championship (TUNFC, 2024). TUNFC adalah sebuah program kerja dari UKM bola Telkom University. Sebagai salah satu UKM di Telkom University yang sangat ramai diminati adalah UKM Bola, TUNFC ini berisikan panitia yang berasal dari berbagai fakultas mulai dari Fakultas Teknik hingga Fakultas Komunikasi dan Bisnis. TUNFC merupakan program Kerja yang besar yang dimiliki UKM Bola, maka dari itu TUNFC terus berkembang seiring berjalannya waktu. Beragamnya panitia membuat TUNFC menjadi sebuah kepanitiaan yang bisa menjadi wadah koneksi dan komunikasi yang luas. TUNFC tidak hanya memiliki tujuan untuk menjalin juga memperkuat tali persaudaraan di antara mahasiswa dari seluruh Indonesia, tapi juga ingin memberikan sebuah pengalaman kepada mahasiswa untuk bersaing secara kompetitif dalam bidang futsal.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sutopo dan Arief dalam Wayan, penelitian kualitatif adalah pendekatan yang dirancang untuk menggali lebih dalam tentang berbagai fenomena dan realitas sosial melalui deskripsi dan analisis yang mendetail (Suwendra, 2018).

Burrell dan Morgan menjelaskan bahwa paradigma interpretif berfokus pada pemahaman dan penjelasan dunia sosial melalui perspektif pribadi individu yang terlibat langsung dalam proses sosial (Darmayasa & Aneswari, 2015). Dengan berfokus pada norma, nilai, dan keyakinan informan, paradigma interpretif memungkinkan peneliti memahami dinamika organisasi secara mendalam. Paradigma ini memberikan peneliti peluang untuk memahami komunikasi organisasi TUNFC melalui perspektif informan, seperti anggota panitia dan pihak pemangku kepentingan. Pendekatan interpretif menyoroti pentingnya memahami konteks sosial tempat komunikasi berlangsung. Dalam penelitian ini, konteksnya adalah organisasi kepanitiaan TUNFC yang melibatkan berbagai pihak dengan dinamika yang beragam, mencakup struktur informal, budaya kerja, serta nilai-nilai yang dimiliki oleh panitia.

Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memegang peranan yang sangat strategis, karena informan yang menyediakan data-data kunci tentang variabel yang sedang diamati. Melalui subjek inilah peneliti dapat menggali informasi mendalam yang tidak hanya membantu dalam memahami konteks penelitian, tetapi juga dalam memverifikasi dan membangun kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Subjek dalam penelitian ini adalah panitia TUNFC 2024. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah komunikasi organisasi panitia TUNFC dalam kesuksesan TUNFC 2024.

Pada penelitian ini digunakan dua teknik yaitu, pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Data Primer merupakan data yang kumpulkan oleh peneliti dari penelitiannya tanpa perantara atau secara langsung (Salmaa, 2023). Pengumpulan data primer pada penelitian ini akan dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara dan dokumentasi. Data sekunder adalah data tambahan yang dikumpulkan dalam proses pengumpulan data, dan berfungsi sebagai pelengkap. Data ini tidak diperoleh langsung dari responden atau narasumber utama, melainkan melalui sumber kedua, ketiga, dan seterusnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Studi Analisis Komunikasi Organisasi Panitia TUNFC dalam Kesuksesan TUNFC 2024 Pada Tahap Attention

Arnold dan Feldman berpendapat bahwa posisi komunikasi formal seseorang dapat mempengaruhi atensi. Ini dapat ditemukan pada TUNFC dimana adanya kedisiplinan sebagai anggota didirikan dalam organisasi saat rapat berlangsung dengan adanya peraturan yang dibuat oleh anggota yang memiliki posisi yang lebih tinggi dari anggota lainnya dapat mempengaruhi atensi dari anggota. Dengan mematuhi peraturan yang ada, anggota mengerti posisinya dalam sebuah organisasi dan dapat memutuskan untuk menaruh atensi pada komunikator dengan rasa tanggung jawab. Hal ini juga membuat forum secara langsung menjadi lebih kondusif tanpa adanya distraksi yang mengakibatkan tingkat atensi yang lebih tinggi. Hal ini juga menunjuka bentuk pola komunikasi yang ada pada TUNFC adalah pola roda.

Jumlah komunikasi yang diterima juga merupakan salah satu aspek yang ada pada tahap *Attention* oleh Arnold dan Feldman. Dengan ini TUNFC memastikan informasi yang disampaikan tidak memberati para anggota, dengan menambahkan *intermezzo* seperti cerita pengalaman yang relevan dengan informasi. Hal ini juga ditunjukan anggota, lebih spesifiknya *Liaison Officer (LO)* kepada pihak eksternal, dimana *liaison officer* ini saat diberi pernyataan oleh pihak eksternal mereka dapat memberi informasi yang tidak bertele-tele, lugas dan dapat dipahami. Dengan informasi yang tidak berlebih atau *overload*. Penggunaan media visual seperti *PowerPoint* juga mencerminkan pendapat Arnold dan Feldman ini, di mana penyampaian informasi melalui visual dan verbal secara bersamaan tidak akan terlalu berat diterima oleh anggota jika dibandingkan hanya verbal saja, media visual ini juga dapat meningkatkan perhatian audiens. Dengan ini, TUNFC telah melakukan komunikasi yang sejalan dengan pendapat Arnold dan Feldman pada tahap *Attention*.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa TUNFC telah menerapkan berbagai strategi komunikasi yang sejalan dengan konsep komunikasi efektif menurut De Vito (2011), yaitu komunikasi yang mampu menciptakan keterlibatan aktif antara komunikator dan komunikan. Interaksi antaranggota menjadi penting karena mendukung keterlibatan, sesuai dengan pendapat Arnold dan Feldman yang menyatakan bahwa perhatian akan meningkat ketika individu merasa terlibat dalam proses komunikasi. Interaksi ini juga mendukung teori partisipatif yang menekankan pentingnya peran aktif individu dalam forum komunikasi, bukan sekadar sebagai penerima informasi pasif. Komunikasi yang dilakukan TUNFC telah menunjukkan kesadaran akan perlunya kombinasi antara komunikasi informatif, persuasif, dan edukatif, yang sejalan dengan pendekatan komunikasi dua arah pada komunikasi organisasi.

B. Studi Analisis Komunikasi Organisasi Panitia TUNFC dalam Kesuksesan TUNFC 2024 Pada Tahap Comprehension

Organisasi TUNFC juga mengedepankan feedback dari anggota ataupun sebaliknya, Arnold dan Feldman memiliki pendapat yang sama yaitu, *Opportunity for Feedback*. *Opportunity for Feedback* artinya disini anggota mendapat kesempatan untuk mendapat sebuah *feedback* atas informasi yang telah diberikan. Dengan adanya *feedback*, dapat diketahui apakah pesan telah diterima dengan baik atau masih perlu penjelasan tambahan. Hal ini membantu menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan mencegah terjadinya kesalahpahaman di dalam organisasi. Aspek *feedback* turut menjadi bagian integral dalam tahap *comprehension*. *Feedback* berperan sebagai alat evaluasi terhadap pemahaman anggota terhadap pesan yang telah disampaikan. Proses klarifikasi dijadikan bagian dari rutinitas komunikasi untuk mencegah miskomunikasi dan memastikan bahwa informasi tidak hanya diterima, tetapi juga dimengerti secara tepat.

Namun, meskipun komunikasi internal dalam organisasi TUNFC telah berjalan cukup efektif, terdapat catatan penting terkait penyampaian informasi kepada pihak eksternal. Alangkah lebih baiknya jika informasi yang disebar untuk pihak eksternal lebih dipersingkat atau dipadatkan. Pihak eksternal merasa akan lebih baik jika diberi file pedoman yang lebih ringkas. Karena Arnold dan Feldman berpendapat pada tahap *comprehension* ini, *simplification* atau menyederhanakan informasi akan berpengaruh terhadap tahap *comprehension*. Arnold dan Feldman menekankan bahwa semakin kompleks sebuah informasi, semakin besar pula risiko terjadinya kesalahpahaman atau ketidaktercapaian tujuan komunikasi.

Dengan demikian, tahap *comprehension* dalam komunikasi organisasi TUNFC menunjukkan pengelolaan yang cukup baik melalui pendekatan personal, pemanfaatan media beragam, serta adanya *feedback*. Strategi adaptif ini memastikan bahwa setiap anggota tidak hanya sekadar menerima pesan, tetapi juga memahami maksud, konteks, dan urgensinya sebelum melangkah ke tahap berikutnya dalam rangkaian kegiatan.

C. Studi Analisis Komunikasi Organisasi Panitia TUNFC dalam Kesuksesan TUNFC 2024 Pada Tahap Acceptance as Truth

Pada organisasi TUNFC, anggota cenderung lebih percaya pada informasi yang diberikan oleh individu yang memiliki pengalaman lebih, seperti anggota panitia yang pernah terlibat sebagai panitia di tahun-tahun sebelumnya. Fenomena menguatkan teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Arnold dan Feldman, khususnya pada tahap Acceptance as Truth dalam aspek *Characteristics of the Communicator*, yakni *Expertise*. Dimana Arnold dan Feldman percaya bahwa seseorang akan mudah mempercayai informasi yang diberikan oleh individu akan lebih mudah mempercayai sebuah informasi apabila informasi tersebut berasal dari sumber yang dianggap ahli atau berpengalaman di bidangnya.

Tidak hanya pada *Expertise*, tetapi hal ini juga sejalan dengan pendapat Arnold dan Feldman yang lain yaitu, *Trustworthiness*. Arnold dan Feldman menyebutkan bahwa terdapat dua indikator utama dalam membangun *Trustworthiness*, yaitu rekam jejak masa lalu dan posisi resmi dari komunikator tersebut. Arnold dan Feldman percaya jika di masa lalu komunikator adalah orang yang dapat dipercaya dan menyelesaikan tanggung jawabnya dengan baik pada periode sebelumnya, maka akan berpengaruh dimasa yang sekarang dan diakui dalam struktur organisasi.

Dapat disimpulkan bahwa keberhasilan tahap *acceptance as truth* dalam komunikasi organisasi TUNFC 2024 sangat dipengaruhi tidak hanya oleh aspek *expertise* dan *trustworthiness* yang dikemukakan oleh Arnold dan Feldman, tetapi juga oleh *ethos* (kredibilitas penyampai), *pathos* (pengaruh emosi), dan *logos* (bukti rasional). Seluruh elemen ini tidak berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi dalam membentuk kepercayaan anggota terhadap informasi yang disampaikan. Maka, penerimaan terhadap pesan tidak hanya mencerminkan keberhasilan komunikasi teknis, tetapi juga keberhasilan dalam membangun struktur komunikasi yang efektif di dalam organisasi.

D. Studi Analisis Komunikasi Organisasi Panitia TUNFC dalam Kesuksesan TUNFC 2024 Pada Tahap Retention

Organisasi TUNFC memiliki budaya mencatat hasil rapat dari waktu ke waktu, ini menunjukkan komitmen yang kuat terhadap praktik komunikasi yang efektif melalui budaya kerja yang sudah mengakar. Kebiasaan ini merupakan penerapan strategi *written communication* atau komunikasi tertulis, sebagaimana dijelaskan oleh Arnold dan Feldman dalam tahap *Retention*, khususnya pada aspek *Oral versus Written Communication*. Sejalan dengan pendapat Arnold dan Feldman pada tahap retention di aspek Oral versus Written Communication. Disini *Written Communication* atau komunikasi tertulis dapat berupa sebuah pencatatan atau memo tertulis. Menurut mereka, komunikasi tertulis seperti pencatatan, memo, atau notulen rapat bukan hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga mampu memicu reaksi emosional yang membantu individu lebih mudah mengingat informasi tersebut.

Selain itu, TUNFC juga menerapkan strategi pengulangan informasi atau reminder secara berkala upaya mengingat informasi. Strategi ini sangat relevan dengan konsep Arnold dan Feldman dalam tahap *Retention*, khususnya pada aspek *Single Presentation versus Repetition*. Arnold dan Feldman percaya bahwa informasi yang disampaikan secara berulang akan meningkatkan ingatan seseorang karena biaranya orang akan lebih mengingat suatu informasi jika diulang ssecara terus-menerus. Dalam TUNFC, strategi ini diterapkan melalui pengiriman ulang informasi penting dalam grup komunikasi internal, baik berupa teks maupun visual, juga pengulangan diakhir sesi rapat yang dapat mendukung peningkatan pemahaman dan kesiapan anggota dalam menjalankan tugas.

Selanjutnya sesi diskusi dan tanya jawab pada tahap retention juga dilakukan oleh TUNFC. Arnold dan Feldman memiliki pendapat pada tahap Retention di aspek *One-Sided versus Two-Sided Argument*. Strategi ini mencerminkan penerapan prinsip komunikasi dua arah atau *Two-Sided Argument*, sebagaimana dijelaskan oleh Arnold dan Feldman dalam tahap *Retention*. Mereka berpendapat bahwa memberikan ruang bagi berbagai sudut pandang dan memungkinkan adanya interaksi aktif antara komunikator dan audiens dapat meningkatkan efektivitas komunikasi. Dengan memahami dua sisi dari suatu argumen, baik dari pihak penyampai maupun penerima informasi.

Dengan demikian, keberhasilan tahap *retention* dalam komunikasi organisasi TUNFC 2024 merupakan hasil sinergi antara strategi teknis Arnold dan Feldman seperti, *Two-Sided Communication*, *Oral versus Written Communication* dan *Single presentation versus Repetition*, juga penerapan prinsip retorika *Ethos* yang membangun kepercayaan, *pathos* menggugah emosi positif, dan *logos* menguatkan logika serta pemahaman pesan. Seluruh aspek ini menjadikan komunikasi internal panitia tidak hanya

informatif, tetapi juga membekas dan mampu memandu tindakan nyata anggota dalam mencapai keberhasilan acara.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Komunikasi dilakukan secara strategis dengan dilakukannya komunikasi yang efektif. Hal ini dikarenakan dilakukannya strategi komunikasi yang sesuai dengan teori komunikasi organisasi. Komunikasi dilakukan secara strategis dengan komunikasi yang aktif, kejelasan tujuan organisasi, penggunaan media, hingga peraturan teknis pada rapat dan lainnya dapat menarik perhatian anggota. Lalu penyesuaian gaya komunikasi berdasarkan latar belakang dan pengalaman anggota, gaya bahasa, hingga diadakannya sesi tanya jawab dan lainnya dapat mempengaruhi pemahaman para anggota. Selanjutnya kredibilitas, hubungan intrapersonal, konsistensi informasi dan lainnya dapat mempengaruhi kepercayaan anggota terhadap sebuah informasi. Dan dengan adanya catatan, arsip, pengulangan informasi dan diskusi dapat meningkatkan daya ingat anggota terhadap informasi yang nantinya dapat digunakan pada proses pembentukan acara hingga acara selesai. Panitia juga menerapkan pendekatan komunikasi dua arah yang adaptif terhadap anggota dengan memperhatikan kredibilitas komunikator, menyesuaikan gaya komunikasi yang mempengaruhi emosi, dan menyampaikan informasi yang logis berdasarkan data. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi internal antar anggota panitia berlangsung secara efektif melalui penggunaan media komunikasi yang jelas, struktur komunikasi yang terorganisir, serta koordinasi yang intensif antara ketua panitia, ketua divisi, dan anggota. Dengan pendekatan ini, TUNFC berhasil menciptakan sistem komunikasi organisasi yang efektif, kolaboratif, dan responsif terhadap kebutuhan internal maupun eksternal, sehingga berkontribusi nyata terhadap keberhasilan penyelenggaraan TUNFC 2024.

SARAN

A. Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cakupan organisasi yang lebih luas, seperti internasional, untuk mengetahui secara lebih mendalam bagaimana pola komunikasi organisasi diterapkan dalam lingkungan yang lebih kompleks dan beragam.
2. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik sejauh mana efektivitas komunikasi organisasi memengaruhi keberhasilan sebuah event. Dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner atau survei terhadap jumlah responden yang lebih luas.

B. Saran Praktis

1. Panitia TUNFC disarankan untuk lebih konsisten menerapkan komunikasi dua arah yang aktif dan responsif, serta mengintegrasikan pendekatan retorika ethos, pathos, dan logos. Kredibilitas komunikator perlu terus dijaga (ethos), pesan disampaikan dengan pendekatan emosional yang membangun keterikatan (pathos), dan penyampaian informasi didukung dengan logika serta data yang jelas (logos). Strategi ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi internal dari tahap awal hingga akhir pelaksanaan program.
2. Organisasi sebaiknya lebih memaksimalkan penyampaian informasi yang disampaikan kepada pihak eksternal. Melihat pihak eksternal masih merasa kurangnya kepadatan informasi yang disampaikan dapat menjadi timbal-balik ke acara. Informasi yang singkat, padat, dan jelas dapat memudahkan pihak eksternal mengerti atas informasi yang disampaikan

REFERENSI

- Anggun Tafarannisa, M., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid- 19. *Jurnal Seni Tari*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jst>
- Bona Iskandar, C., & Mani, L. (2021). Implementation of Internal Communication to Develop Employee Loyalty. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 10(3). <https://doi.org/https://www.ijert.org/research/implementation-of-internal-communication-to-develop-employee-loyalty-IJERTV10IS030266.pdf>
- Darmayasa, I. N., & Aneswari, Y. R. (2015). Paradigma Interpretif pada Penelitian Akuntansi Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3). <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.12.6028>

Dispora. (2024, September 13). *Sejarah Perkembangan Pesta Olahraga Indonesia “Pekan Olahraga Nasional (PON).”* DISPORA. <https://dispora.bengkuluprov.go.id/2024/09/13/sejarah-perkembangan-pesta-olahraga-indonesia-pekan-olahraga-nasional-pon/>

Lapanganfutsal.id. (n.d.). Retrieved November 20, 2024, from <https://lapanganfutsal.id/futsal/sejarah-futsal-di-indonesia/>

Muhtar. (2024, July 31). *Sejarah Olimpiade, Ajang Olahraga Terbesar di Dunia.* <https://uici.ac.id/sejarah-olimpade-ajang-olahraga-terbesar-di-dunia/>

Nugroho, F. T. (2023, March 3). *Pengertian dan Sejarah Olahraga Futsal.* Bola.Com. <https://www.bola.com/ragam/read/5222824/pengertian-dan-sejarah-olahraga-futsal?page=2>

Salmaa. (2023, March 2). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh.* Deepublish. https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/#3_Interview_Wawancara

Suprpto, H. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Kewirausahaan Mahasiswa. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/lectura.v9i1.913>

Suwendra, W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan.* Nilacakra Publishing House. <https://books.google.co.id/books?id=8iJtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

TUNFC. (2024). <https://tunfc.com/home/>

Widiastuti, T. (2013). *Teori Komunikasi 2.* B Press Penerbit Universitas Bakrie. https://repository.bakrie.ac.id/6994/1/Teori_komunikasi_2.pdf

Yudistiro, A. P. (2006). *Pola Komunikasi Organisasi di PT. Asuransi Jiwasraya Semarang Barat Branch Office.* Universitas Negri Semarang.