



ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI HMI DALAM MENARIK SIMPATI MAHASISWA STAI NATUNA DITINJAU DARI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Dwi Novitasari¹ Umar Natuna², Hendra³

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Natuna

Email: dwinovitasari1212@gmail.com, umarnatuna0@gmail.com, hendra.pulau3@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) dalam menarik simpati mahasiswa STAI Natuna, ditinjau dari perspektif komunikasi dan penyiaran Islam. Latar belakang penelitian ini didasari oleh lemahnya komunikasi internal dan eksternal dalam tubuh HMI Cabang Natuna, yang berdampak pada rendahnya minat mahasiswa untuk bergabung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HMI menerapkan pola komunikasi vertikal dan horizontal, memanfaatkan media digital seperti WhatsApp dan Instagram, serta membangun komunikasi emosional melalui kegiatan sosial dan dakwah. Namun, masih ditemukan kendala seperti ketimpangan penyebaran informasi dan minimnya pemahaman struktur organisasi oleh mahasiswa baru. Strategi komunikasi HMI tidak hanya berorientasi pada efektivitas informasi, tetapi juga menekankan nilai-nilai keislaman seperti *sidq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah* sebagai prinsip komunikasi Islami. Dengan pendekatan ini, HMI tampil bukan hanya sebagai organisasi mahasiswa, tetapi juga sebagai agen dakwah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara pendekatan organisasi, empati sosial, dan nilai Islam menjadi kekuatan utama dalam strategi komunikasi HMI, meskipun masih diperlukan peningkatan dalam aspek efisiensi dan literasi digital.

Kata Kunci: *Komunikasi, Organisasi, Penyiaran, Islam.*

Abstract

*This study aims to analyze the organizational communication strategy of the Islamic Students Association (HMI) in attracting the sympathy of STAI Natuna students, viewed from the perspective of Islamic communication and broadcasting. The background of this research is based on the weak internal and external communication within the HMI Natuna Branch, which has an impact on low student interest in joining. This study uses a descriptive qualitative approach with a field study method. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation, and analyzed using the interactive model of Miles and Huberman. The results show that HMI implements vertical and horizontal communication patterns, utilizes digital media such as WhatsApp and Instagram, and builds emotional communication through social and da'wah activities. However, obstacles are still found such as inequality in the distribution of information and a lack of understanding of the organizational structure by new students. HMI's communication strategy is not only oriented towards the effectiveness of information, but also emphasizes Islamic values such as *ṣidq*, *amanah*, *tabligh*, and *fathonah* as principles of Islamic communication. With this approach, HMI appears not only as a student organization, but also as a da'wah agent. This study concludes that the integration of organizational approaches, social empathy, and Islamic values is a major strength in HMI's communication strategy, although improvements are still needed in terms of efficiency and digital literacy.*

Keywords: *Organizational, Communication, Islamic, Broadcasting.*



A. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupannya. Melalui komunikasi, individu membangun hubungan, menyampaikan informasi, serta menegosiasikan makna dalam konteks pribadi, sosial, hingga organisasi. Dalam konteks organisasi, komunikasi berperan sebagai instrumen utama dalam menjalankan fungsi koordinasi, manajemen, serta pencapaian tujuan bersama.(Enas, 2021)

Komunikasi organisasi mencakup proses pertukaran pesan dalam struktur formal dan informal yang ada dalam organisasi, baik secara vertikal maupun horizontal. Komunikasi tidak hanya terbatas pada aspek teknis, melainkan juga mencerminkan nilai-nilai dan norma yang mendasari budaya suatu organisasi(Afriansyah, 2024).

Dalam perspektif Islam, komunikasi memiliki peran penting dalam membangun masyarakat yang berkeadaban (*civilized society*). Al-Qur'an secara eksplisit menegaskan pentingnya interaksi antarmanusia, salah satunya sebagaimana tertuang dalam Q.S. Al-An'am ayat 38, bahwa tidak ada makhluk

yang hidup melainkan merupakan bagian

dari sistem sosial yang teratur(Haramain, 2022).

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا طَائِرٍ يَطِيرُ
بِجَنَاحَيْهِ إِلَّا أُمَمٌ أَمْثَا أَكُتِّمَ مَا قَرَأْنَا فِي
الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَى رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ

Artinya: “Dan tidak ada seekor pun hewan melata di bumi dan tidak juga burung yang terbang memakai dua sayapnya, melainkan manusia seperti kamu. Kami tidak akan melupakan sesuatu pun dalam Kitab itu, maka mereka akan dikumpulkan kepada Allah”.

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam Islam tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif dan edukatif, dengan menekankan prinsip kejujuran (*sidq*), keteladanan (*uswah ḥasanah*), serta pendekatan yang hikmah dan santun (*ḥikmah wa mau'izah ḥasanah*). Dalam realitasnya, efektivitas komunikasi organisasi masih menjadi tantangan di berbagai organisasi mahasiswa, termasuk Himpunan Mahasiswa Islam (HMI).



Sebagai organisasi kader yang berasaskan Islam, HMI memiliki struktur yang kompleks dan berjenjang dari tingkat komisariat hingga pengurus besar. Idealnya, organisasi ini menerapkan komunikasi dua arah yang aktif, partisipatif, dan terbuka agar tujuan organisasi dapat tercapai secara optimal. Namun, hasil observasi peneliti di HMI Cabang Natuna menunjukkan bahwa komunikasi organisasi di tingkat lokal belum berjalan secara efektif. Komunikasi yang berlangsung cenderung bersifat vertikal top-down, dengan minimnya ruang dialog horizontal antarpengurus maupun antara pengurus dengan anggota. Kondisi ini berdampak pada rendahnya partisipasi mahasiswa dalam kegiatan organisasi (Fitriyanti, 2022).

Fenomena ini mengindikasikan adanya persoalan serius dalam strategi komunikasi organisasi HMI Cabang Natuna dalam menarik simpati mahasiswa. Kurangnya dokumentasi, tidak adanya sistem komunikasi terstruktur, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor yang memperparah kesenjangan informasi dan menurunkan daya tarik organisasi di mata mahasiswa. Pendekatan komunikasi yang tidak sistematis juga memicu konflik internal dan melemahkan soliditas

organisasi.

Penelitian ini berangkat dari urgensi untuk mengkaji secara mendalam pola komunikasi organisasi HMI Cabang Natuna dalam menarik simpati mahasiswa, serta bagaimana pendekatan komunikasi dan penyiaran Islam diterapkan dalam proses tersebut. Dengan menggabungkan analisis komunikasi organisasi dan perspektif komunikasi Islam, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi organisasi kemahasiswaan Islam yang lebih efektif, relevan, dan bernilai edukatif (Arindita, 2022).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam dinamika komunikasi organisasi Himpanan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Natuna dalam menarik simpati mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Natuna. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap makna di balik praktik



komunikasi yang terjadi, khususnya dalam konteks komunikasi organisasi dan penyiaran Islam(Sugiyono, 2016).

Penelitian dilakukan di Sekretariat HMI Cabang Natuna, yang berfungsi sebagai pusat aktivitas organisasi. Lokasi ini dipilih karena menjadi tempat berlangsungnya berbagai interaksi komunikasi, baik formal maupun informal, antara pengurus, anggota, dan mahasiswa. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama, yakni pengurus HMI di tingkat cabang dan komisariat yang terlibat langsung dalam strategi komunikasi organisasi, serta mahasiswa STAI Natuna yang menjadi sasaran komunikasi tersebut. Mahasiswa yang telah tergabung maupun yang belum tergabung dalam HMI diwawancarai untuk memperoleh pandangan yang komprehensif mengenai efektivitas komunikasi organisasi yang dijalankan.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap pengurus, anggota aktif, simpatisan, dan mahasiswa STAI Natuna.

Observasi dilakukan terhadap berbagai kegiatan HMI, seperti seminar, diskusi, pelatihan kader, dan proses rekrutmen. Dokumentasi diperoleh dari materi komunikasi internal dan eksternal organisasi, termasuk brosur, pamflet, laporan kegiatan, dan konten media sosial.

Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang mencakup buku, artikel jurnal, dan referensi tertulis lainnya yang relevan dengan kajian komunikasi organisasi dan komunikasi Islam. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, baik terstruktur maupun semi-terstruktur, observasi partisipatif terhadap aktivitas organisasi, serta pengumpulan dokumen pendukung. Ketiga teknik ini dipilih untuk memperoleh data yang triangulatif dan mendalam, serta untuk menangkap berbagai sudut pandang yang muncul dalam dinamika komunikasi organisasi.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang mencakup empat tahapan: pengumpulan data, reduksi data,



penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi (Qomaruddin, 2024). Data dikumpulkan secara sistematis dan terus-menerus selama penelitian berlangsung. Proses reduksi dilakukan dengan menyaring dan memfokuskan data pada informasi yang relevan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan langsung dari narasumber, serta visualisasi yang mendukung.

C. HASIL PEMBAHASAN

Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat STAI Natuna memainkan peran strategis dalam membangun komunikasi dengan mahasiswa, khususnya dalam upaya menarik simpati dan partisipasi mereka. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi organisasi menjadi fondasi utama dalam menjalankan roda organisasi, tidak hanya sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana penyambung nilai-nilai keislaman dan identitas organisasi.

1. Komunikasi Organisasi HMI STAI Natuna dalam Menarik Simpati Mahasiswa

Komunikasi organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) STAI Natuna memainkan peran penting dalam upaya menarik simpati

mahasiswa. Berdasarkan observasi dan data yang diperoleh, HMI menjalankan komunikasi internal dan eksternal yang terstruktur, meskipun belum sepenuhnya optimal. Dalam konteks komunikasi internal, HMI melakukan koordinasi melalui forum rutin seperti rapat organisasi, grup WhatsApp, serta penggunaan media sosial internal.

Hal ini sejalan dengan pendapat Lawrence D. Brennan yang menyatakan bahwa komunikasi internal adalah pertukaran ide antara pengurus dan anggota guna mencapai tujuan organisasi. Komunikasi yang bersifat vertikal (dari ketua ke anggota) dan horizontal (antar pengurus) juga terlihat jelas dalam struktur komunikasi HMI. Sementara itu, komunikasi eksternal HMI STAI Natuna ditunjukkan melalui penyelenggaraan kegiatan terbuka, seperti seminar, diskusi publik, dan kegiatan sosial.

Sesuai dengan konsep komunikasi eksternal menurut Onong U. Effendy, yakni komunikasi organisasi kepada



khalayak di luar struktur internal untuk membangun citra dan menjalin hubungan yang harmonis. Namun demikian, efektivitas komunikasi organisasi belum sepenuhnya tercapai. Terdapat hambatan pada proses penyampaian pesan yang kadang tidak merata ke seluruh anggota, serta kurangnya dokumentasi informasi yang sistematis. Hal ini sejalan dengan peringatan dari Pratama (2024) bahwa komunikasi yang tidak efektif dapat menimbulkan kesalahpahaman dan penurunan kinerja organisasi.

2. Simpati Mahasiswa terhadap HMI STAI Natuna

Simpati mahasiswa terhadap HMI STAI Natuna terbentuk melalui pendekatan emosional, kognitif, dan sosial yang dilakukan oleh pengurus. Berdasarkan hasil wawancara dan data lapangan, simpati muncul karena HMI menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan mahasiswa dan aktif dalam kegiatan keislaman. Ciri-ciri simpati seperti menjadi pendengar yang baik, empati, dan kepedulian sosial dapat terlihat dari gaya komunikasi pengurus HMI terhadap mahasiswa baru maupun senior. Misalnya, HMI aktif dalam kegiatan advokasi, bantuan sosial, dan memberikan bimbingan

akademik. Ini memperkuat teori dari Valiente dan Batson yang menjelaskan bahwa simpati tidak hanya tentang perasaan, tapi juga aksi nyata dalam proses sosial.

Secara emosional, mahasiswa merasakan kenyamanan berinteraksi dengan anggota HMI. Secara kognitif, mereka melihat HMI sebagai wadah intelektual dan spiritual yang dapat membantu perkembangan pribadi. Dan secara sosial, keterlibatan HMI dalam kegiatan kemasyarakatan memberi kesan positif yang menarik simpati mahasiswa. Namun perlu dicatat, simpati tidak selalu menjamin partisipasi aktif. Beberapa mahasiswa hanya bersimpati tetapi tidak mau terlibat aktif karena alasan kesibukan atau pandangan ideologis tertentu. Ini menunjukkan bahwa simpati bersifat dinamis dan perlu dikelola melalui komunikasi yang berkelanjutan.

3. Efektivitas Komunikasi HMI Ditinjau dari Perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam

Efektivitas komunikasi HMI STAI Natuna dapat dianalisis



melalui kacamata perspektif komunikasi dan penyiaran Islam. Dari segi tujuan komunikasi Islam, HMI telah menjalankan fungsinya dengan baik, yaitu menyerukan kebaikan, menyebarkan ilmu, dan menumbuhkan ukhuwah islamiyah. HMI sering menggunakan media sosial sebagai alat penyiaran dakwah. Mereka menyebarkan konten keislaman, poster kegiatan, serta ajakan moral kepada mahasiswa STAI Natuna. Hal ini sejalan dengan konsep media sebagai sarana dakwah, sebagaimana dijelaskan dalam teori penyiaran Islam modern.

Namun, dari segi etika penyiaran, masih perlu peningkatan, misalnya dalam menjaga kesopanan visual atau penggunaan bahasa yang lebih santun. Dalam komunikasi langsung, HMI juga menerapkan prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti:

- a) Qaulan Sadidan (pengucapan yang tepat dan benar) ketika menyampaikan pendapat dalam forum diskusi.
- b) Qaulan Layyinan (pengucapan yang lembut) saat berdakwah atau menyampaikan kritik.
- c) Qaulan Kariman ketika memberi apresiasi terhadap anggota yang berkontribusi.

Penggunaan gaya komunikasi ini membantu HMI membangun komunikasi yang humanis dan persuasif, yang sesuai dengan ajaran Islam. Namun dalam konteks efisiensi, HMI masih memiliki tantangan. Misalnya, banyak kegiatan yang tidak terdokumentasi atau tidak memiliki dampak jangka panjang.

Oleh karena itu bertentangan dengan prinsip efisiensi menurut Winarno dan Mulyadi, yang menekankan minimnya pemborosan waktu dan tenaga. Selain itu, audit komunikasi belum pernah dilakukan secara formal di dalam tubuh HMI, padahal audit ini penting untuk mengevaluasi apakah sistem komunikasi yang dilakukan sudah efektif dan efisien.

4. Integrasi Komunikasi Organisasi dan Nilai-nilai Islam

Keunggulan HMI terletak pada penggabungan antara komunikasi organisasi modern dan nilai-nilai Islam. Komunikasi yang dilakukan tidak semata untuk mencapai tujuan duniawi, tetapi juga untuk membangun hubungan vertikal dengan Allah SWT dan horizontal dengan sesama manusia.



Hal ini sesuai dengan prinsip tauhid dan amanah dalam komunikasi Islam. Sebagai organisasi kaderisasi Islam, HMI tidak hanya berorientasi pada pencapaian program kerja, tetapi juga pembinaan akhlak anggota.

Komunikasi yang dijalankan menjadi media untuk menyampaikan risalah, menyebarkan nilai-nilai Islam, dan membentuk karakter mahasiswa sebagai pemimpin masa depan.

5. Proses Komunikasi: Primer dan Sekunder

Dalam proses komunikasi organisasi, terdapat dua tahap penting yaitu komunikasi primer dan sekunder. Komunikasi primer terjadi saat ide atau perasaan disampaikan menggunakan simbol seperti kata, isyarat, atau gambar. Ini menjadi inti dari penyampaian pesan yang otentik dan personal. Sedangkan komunikasi sekunder menggunakan media atau alat untuk menyampaikan pesan tersebut, seperti email, memo, atau presentasi. Kedua proses ini saling melengkapi, dan pemilihan media yang tepat menjadi kunci keberhasilan dalam menyampaikan informasi secara efektif dan efisien.

6. Tujuan dan Perspektif Komunikasi Islam dalam Organisasi

Tujuan komunikasi dalam perspektif Islam tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana dakwah, pendidikan, membangun ukhuwah, dan memperbaiki akhlak. Perspektif ini memberi makna mendalam bagi peran komunikasi dalam membentuk budaya organisasi yang etis dan bermartabat.

Islam memandang manusia sebagai khalifah, artinya setiap komunikasi yang dilakukan harus memiliki tanggung jawab moral. Konsep *tablīgh*, *sidq*, dan amanah menekankan bahwa setiap pesan yang disampaikan harus benar, jujur, dan bermanfaat.

Dalam konteks media modern, penyiaran Islam menjadi tantangan tersendiri. Media harus digunakan sebagai alat dakwah dan penyebaran kebaikan. Penyiaran yang etis sangat penting untuk menghindari eksploitasi informasi dan menjaga akhlak umat.



Ditengah dinamika kehidupan kampus yang terus berkembang, Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat STAI Natuna memainkan peran strategis dalam membangun hubungan dengan mahasiswa. Penelitian ini berusaha menungkap lebih dalam bagaimana organisasi ini merancang dan menerapkan strategi komunikasinya untuk menarik simpati dan dukungan dari para mahasiswa, khususnya mereka yang baru bergabung di lingkungan STAI Natuna.

Melalui serangkaian wawancara mendalam dengan para pengurus HMI dan mahasiswa lainnya, terkuak bahwa komunikasi organisasi menjadi pondasi utama yang menggerakkan roda kegiatan mereka. Dalam kesehariannya, komunikasi bukan hanya menjadi alat penyampaian informasi, melainkan juga menjadi jembatan yang menghubungkan nilai-nilai keislaman, identitas organisasi, dan kepedulian sosial yang mereka bangun.

Mengacu pada teori komunikasi organisasi Katz dan Robert Khan, komunikasi ditubuh HMI terlihat sebagai proses pertukaran informasi dan simbol yang berjalan aktif, baik secara internal antar pengurus maupun secara eksternal dengan mahasiswa

umum. Simbol-simbol ini tidak hanya hadir dalam bentuk atribut organisasi atau poster kegiatan, tapi juga dalam cara berbicara yang sarat dengan nuansa religius, kegiatan-kegiatan dakwah, hingga cara mereka menyapa sesama mahasiswa.

Struktur komunikasi yang dijalankan pun mengikuti alur vertikal dan horizontal, sebagaimana dijelaskan Lawrence D. Brenann. Ketua umum memiliki jalur komunikasi langsung dengan anggota, sementara diskusi antar sesama anggota memperkuat kohesi organisasi. Namun, tidak semua berjalan mulus, masih ada kendala dalam efektivitas penyampaian informasi, terutama kepada mahasiswa baru. Terkadang, informasi mengenai kegiatan atau agenda organisasi tidak tersampaikan secara merata, menandakan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan dalam strategi komunikasi mereka.

Di era digital yang semakin maju, HMI juga tidak tinggal diam. Mereka aktif memanfaatkan media sosial terutama instagram dan whatsapp untuk menyebarkan informasi dan



membangun citra organisasi. Ini merupakan bentuk komunikasi sekunder yang menjembatani antara komunikator (pengurus HMI) dan komunikan (mahasiswa) melalui media digital yang kini sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Dalam praktiknya, HMI menggunakan dua jenis komunikasi yaitu internal dan eksternal. Komunikasi internal menjadi media koordinasi antara pengurus dan anggota melalui group whatsapp, rapat rutin, dan surat pemberitahuan. Sementara komunikasi eksternal dijalankan melalui interaksi dengan mahasiswa baru, organisasi kampus lain, dan masyarakat umum, khususnya dalam bentuk kegiatan sosial dan dakwah. Dua jenis komunikasi ini menjadi strategi penting dalam menjaga eksistensi sekaligus menarik simpati dari mahasiswa yang belum tergabung.

Lebih dari sekedar menyampaikan informasi, strategi komunikasi HMI juga dirancang untuk menyentuh sisi emosional mahasiswa. Melalui teori simpati dari Gillin dan Valiente, terlihat bagaimana simpati dapat tumbuh dari rasa peduli dan empati. HMI mencoba membangun ikatan emosional itu lewat kegiatan sosial, diskusi keagamaan, dan respon cepat terhadap situasi yang menyentuh, seperti ketika ada mahasiswa yang mengalami

musibah. Inisiatif penggalangan dana yang mereka lakukan menunjukkan penerapan nyata dari simpati sosial dan emosional, walaupun tetap harus diimbangi dengan prinsip inklusivitas agar organisasi tidak terjebak dalam eksklusivisme.

Namun, efektivitas komunikasi bukan hanya tentang perasaan, tetapi juga tentang kesamaan pengalaman dan kerangka acuan. Wilbur Schramm menekankan bahwa efektivitas komunikasi hanya akan tercapai ketika komunikator dan komunikan memiliki "*field of experience*" yang serupa. Dalam konteks ini, penggunaan bahasa dan simbol keislaman oleh HMI ternyata cukup efektif, karena mereka dan mahasiswa lainnya berbagi latar belakang sebagaisama muslim di lingkungan kampus keislaman. Meskipun begitu, masih ditemukan kendala seperti mahasiswa baru yang belum memahami struktur organisasi, atau kurangnya penyebaran informasi secara merata. Ini menjadi sinyal bahwa efisiensi dalam komunikasi masih perlu ditingkatkan melalui evaluasi dan audit berkala.



Dalam kehidupan organisasi kemahasiswaan, komunikasi menjadi unsur penting yang tidak bisa diabaikan. Namun, bagi organisasi berbasis keislaman seperti HMI, komunikasi bukan hanya soal pertukaran informasi antar individu atau kelompok. Komunikasi dalam HMI harus dipahami dalam konteks komunikasi islam, dimana setiap pesan yang disampaikan bukan hanya dipertimbangkan dari sisi efektivitas, tetapi juga dari niat, etika, dan dampaknya terhadap akhlak dan lingkungan sosial.

Komunikasi Islam bukan sekadar menyampaikan pesan, tetapi merupakan proses yang menyentuh aspek spiritual, moral, dan sosial dalam kehidupan manusia. Ia menuntut kejujuran, kelembutan, serta rasa tanggung jawab dalam setiap perkataan. Di tengah perkembangan dunia yang semakin kompleks dan penuh konflik, komunikasi Islam hadir sebagai panduan yang tidak hanya relevan, tetapi juga solutif dalam membangun peradaban yang damai, adil, dan berakhlak. Oleh karena itu, memahami dan mengamalkan komunikasi Islam adalah suatu kebutuhan bagi setiap Muslim, baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, maupun masyarakat.

Ketika ditinjau dari perspektif komunikasi dan penyiaran islam, seluruh

aktivitas komunikasi HMI tidak hanya bertujuan duniawi, tetapi juga menjadi bagian dakwah yang berbasis tauhid. Komunikasi mereka berakar pada nilai-nilai islam seperti sidq (kejujuran), amanah (kepercayaan), Tabligh (menyampaikan), dan fathonah (kebijaksanaan). Melalui pendekatan ini, HMI tidak hanya tampil sebagai organisasi kemahasiswaan biasa, tetapi juga sebagai pelaku dakwah yang mencoba menggabungkan nilai agama dan komunikasi modern.

Meskipun demikian, tantangan tidak sedikit. Arus informasi yang semakin terbuka membuat mahasiswa mudah terpengaruh oleh konten yang tidak sejalan dengan nilai-nilai islam. Polarisasi opini di media sosial, serta rendahnya literasi digital dikalangan mahasiswa, menjadi tantangan serius yang harus dihadapi. Untuk itu, HMI harus mampu melahirkan kader-kader yang bukan hanya komunikatif, tetapi juga berakhlak, cerdas bermedia, dan memahami etika dakwah di era digital.

Dari seluruh proses ini, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi HMI merupakan perpaduan antara pendekata



organisasi, empati sosial, dan nilai-nilai islam. Mereka telah menerapkan berbagai teori komunikasi dalam praktiknya, namun tetap ada ruang untuk peningkatan, baik dalam hal efektivitas maupun efisiensi komunikasi. Yang membedakan HMI dari organisasi lainnya adalah landasan spiritualnya yang kuat dalam setiap aktivitas komunikasinya bahwa setiap kata, setiap pesan, dan setiap aksi bukan sekedar untuk tujuan duniawi, tetapi sebagai bentuk pengabdian kepada nilai-nilai ilahi

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi islam Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) STAI Natuna dalam menarik simpati mahasiswa telah menggunakan strategi komunikasi terstruktur, baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Komunikasi internal terjalin melalui media seperti rapat rutin, group whatsapp, dan pemberitahuan formal. Pola ini menjaga koordinasi antar anggota agar tetap efektif. Sementara komunikasi eksternal dijalankan dengan menjangkau mahasiswa baru serta masyarakat kampus melalui kegiatan sosial dan pemanfaatan media sosial. Praktik ini menunjukkan bahwa HMI

tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, melainkan juga mengedepankan pertukaran makna, simbol, serta nilai yang menjadi bagian dari karakter organisasi. Dari segi efektivitas komunikasi, HMI telah memanfaatkan kesamaan pengalaman dan latar belakang keislaman antara pengurus dan mahasiswa sebagai modal komunikasi yang kuat. Hal ini mendukung terciptanya komunikasi yang akrab dan mudah dipahami. Namun, beberapa kendala tetap muncul, terutama terkait kurang meratanya penyebaran informasi, khususnya kepada mahasiswa baru. Situasi ini menunjukkan bahwa efisiensi komunikasi belum sepenuhnya optimal dan masih perlu ditingkatkan melalui evaluasi dan penggunaan media yang lebih terstruktur.

Jika dilihat dari perspektif komunikasi dan penyiaran islam, HMI STAI Natuna telah menunjukkan keseriusan dalam menjadikan komunikasi sebagai bagian dari dakwah. Nilai-nilai utama dalam komunikasi islam seperti sidq (kejujuran), amanah, tabligh, dan fathonah tercermin dalam cara mereka



menyampaikan pesan dan mengelola informasi. Tujuan komunikasi yang mereka lakukan tidak semata untuk kepentingan organisasi, melainkan juga untuk menebarkan nilai-nilai kebaikan dan dakwah islam secara luas. Namun, tantangan tetap ada, terutama ditengah arus informasi digital yang semakin cepat dan kompleks, serta rendahnya literasi media di kalangan mahasiswa. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan HMI STAI Natuna telah memadukan teori komunikasi organisasi, teori simpati, dan prinsip komunikasi islam dalam pelaksanaannya. Meskipun beberapa kendala masih ditemukan, pondasi nilai islam yang kuat dan semangat untuk terus berbenah menjadikan HMI sebagai organisasi yang terus berkembang dan relevan ditengah perubahan zaman.

Untuk meningkatkan kualitas strategi komunikasinya, HMI STAI Natuna disarankan untuk memperkuat komunikasi internal melalui teknologi digital, mengembangkan pendekatan simpatik yang konsisten, rutin melakukan evaluasi komunikasi, meningkatkan literasi media dan pemahaman komunikasi Islam bagi pengurus, serta

mengembangkan program dakwah digital yang relevan dengan karakter mahasiswa masa kini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah. (2024). *Komunikasi Organisasi Pengurus Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Dakwah Dalam Perealisasi Program Kerja Pengurus*.
- Arindita, M. S. dkk. (2022). *Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam. Agama, Sosial, Dan Budaya (Religion), 1*.
- Enas, U. et. all. (2021). *Komunikasi Organisasi* (Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Fitriyanti. (2022). *Peran Komunikasi Interpersonal Kader Dengan Perilaku Mahasiswa Menjadi Anggota Himpunan Mahasiswa Islam (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komisariat Ushuludin Raden Intan Lampung). Journal Media Public Relations (JMP), 2*.
- Haramain, M. (2022). *Komunikasi dalam al-qur'an* (K. U. Nur (ed.)). IAIN Parepare Nusantara Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.