

Peran Budaya Organisasi dalam Membentuk Kemampuan Komunikasi Publik Kader HMI Cabang Makassar

Rendi Hidayat
rendih197@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Abd Majid
abd.majid@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Muhammad Ilham
muhammad.ilham@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Kemampuan komunikasi publik merupakan kompetensi penting bagi kader organisasi kemahasiswaan berbasis ideologi seperti Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi HMI Cabang Makassar memengaruhi proses pembentukan kemampuan komunikasi publik kader. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi yang bercirikan intelektualitas, keberanian berbicara, dan keterbukaan berpikir menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan komunikasi publik. Kegiatan kaderisasi seperti forum diskusi, pelatihan retorika, dan opini publik terbukti efektif dalam membentuk karakter komunikatif kader HMI di berbagai tingkatan. Temuan ini menunjukkan bahwa proses pembentukan kemampuan komunikasi tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada nilai-nilai yang terinternalisasi dalam budaya organisasi. Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa budaya organisasi memainkan peran strategis dalam menciptakan kader yang kritis, percaya diri, dan vokal di ruang publik. Rekomendasi diberikan untuk integrasi teknologi digital dan pendekatan lintas cabang dalam riset selanjutnya agar hasilnya lebih komprehensif dan aplikatif.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, HMI, Komunikasi Publik, Kaderisasi, Komunikasi Mahasiswa

Abstract: *Public communication skills are essential competencies for members of ideologically based student organizations such as the Islamic Student Association (HMI). This study aims to explore how the organizational culture of HMI Makassar Branch influences the development of its members' public communication skills. Using a descriptive qualitative approach, data were collected systematically through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings reveal that an organizational culture characterized by intellectualism, courage in speaking, and openness in thinking creates a supportive environment for enhancing public communication. Cadre development activities such as discussion forums, rhetorical training, and public opinion sessions are proven effective in shaping communicative character at various levels of HMI. The study shows that communication competence is not solely built on technical skills but also deeply influenced by internalized values within the organizational culture. This research reinforces the understanding that organizational culture plays a strategic role in producing cadres who are critical, confident, and vocal in public spaces. Recommendations include integrating digital technology and cross-branch approaches in future research for more comprehensive and applicable outcomes.*

Keywords: *Organizational Culture, HMI, Public Communication, Cadre Development, Student Communication*

PENDAHULUAN

Kemampuan komunikasi publik merupakan salah satu kompetensi strategis yang harus dimiliki oleh kader organisasi kemahasiswaan berbasis ideologi seperti Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). Dalam konteks sosial yang semakin terbuka, tuntutan terhadap kader organisasi untuk tampil komunikatif, kritis, dan mampu menyuarakan ide secara efektif di ruang publik menjadi semakin tinggi. Komunikasi publik tidak lagi sebatas teknik berbicara di depan umum, melainkan proses strategis yang mencakup penyusunan narasi, pengelolaan emosi, serta penyampaian pesan yang dapat menjangkau logika dan emosi audiens secara simultan (Setiyadi, 2023:17).

Dalam kerangka organisasi mahasiswa, kemampuan komunikasi publik tidak dapat dilepaskan dari budaya organisasi tempat kader dibentuk. Budaya organisasi mencakup nilai, norma, keyakinan, simbol, dan kebiasaan yang hidup dalam lingkungan organisasi, yang secara langsung membentuk pola pikir dan perilaku komunikasi para anggotanya (Schein, 2010:28). Pada tubuh organisasi seperti HMI Cabang Makassar, proses kaderisasi bukan hanya berlangsung melalui pelatihan teknis, tetapi juga melalui proses internalisasi nilai yang mencerminkan semangat keislaman, keindonesiaan, dan independensi. Hal ini sejalan dengan temuan Muslimah (2021:45) yang menunjukkan bahwa internalisasi nilai organisasi berperan besar dalam membentuk komunikasi yang empatik, reflektif, dan strategis.

Sayangnya, pendekatan pelatihan komunikasi yang digunakan dalam banyak organisasi mahasiswa masih bersifat teknokratis dan kurang mempertimbangkan aspek budaya yang lebih dalam (Fakhrurrazi, 2023:10). Banyak kader yang memahami teori komunikasi secara akademik, namun tidak mampu mengimplementasikannya secara efektif dalam ruang publik karena lemahnya internalisasi nilai budaya organisasi. Padahal, komunikasi publik yang efektif tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh pemahaman nilai, struktur simbolik, dan atmosfer sosial yang diciptakan oleh budaya organisasi itu sendiri (Robbins & Judge, 2021:112).

Konteks HMI Cabang Makassar menarik untuk diteliti karena cabang ini memiliki sejarah panjang sebagai pusat kaderisasi ideologis dan intelektual di wilayah Timur Indonesia. Budaya organisasi HMI di Makassar terbentuk melalui forum-forum diskusi, pelatihan kepemimpinan, serta keterlibatan langsung dalam isu-isu sosial kemasyarakatan. Kegiatan seperti Latihan Kader (LK) I hingga LK III, diskusi terbuka, dan pelibatan dalam opini publik telah menciptakan ekosistem komunikasi yang khas dan menjadi ruang aktualisasi nilai-nilai organisasi. Penelitian oleh Teguh et al. (2025:73) bahkan menegaskan bahwa budaya organisasi yang reflektif dan terbuka terbukti mencetak kader yang lebih ekspresif dan adaptif terhadap perubahan sosial.

Namun demikian, penelitian yang membahas secara spesifik bagaimana budaya organisasi HMI berkontribusi dalam membentuk komunikasi publik kader masih tergolong minim. Penelitian sebelumnya oleh Malik & Ritonga (2024:39) lebih menyoroti aspek strategi rekrutmen kader, sedangkan studi oleh Wajdi & Rahman (2023:54) menitikberatkan pada pola komunikasi internal organisasi. Cela ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih eksploratif untuk memahami dimensi kultural dari proses komunikasi publik dalam organisasi kemahasiswaan berbasis nilai.

Di sisi lain, tantangan zaman seperti digitalisasi komunikasi, polarisasi opini publik, dan rendahnya literasi media di kalangan mahasiswa juga menjadi alasan penting untuk meninjau

ulang sistem kaderisasi HMI. Dalam realitas saat ini, keberhasilan kader tidak hanya ditentukan oleh ideologisasi internal, tetapi juga oleh kemampuannya berkomunikasi secara terbuka, rasional, dan inklusif di ruang-ruang publik digital dan fisik. Dalam hal ini, integrasi nilai-nilai budaya organisasi dengan kemampuan komunikasi publik menjadi kunci penguatan daya saing kader di berbagai sektor (Kusumastuti & Suharyanto, 2023:90).

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting dan relevan untuk mengisi kesenjangan dalam kajian komunikasi organisasi di kalangan mahasiswa. Fokus utamanya adalah mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi HMI Cabang Makassar membentuk kemampuan komunikasi publik kader, serta bagaimana proses ini berlangsung dalam praktik kaderisasi sehari-hari. Pemahaman ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis, baik bagi pengembangan ilmu komunikasi maupun bagi organisasi kemahasiswaan dalam merancang sistem kaderisasi yang adaptif dan berorientasi nilai.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologis. Tujuannya untuk menggali dan memahami pengalaman subjektif kader HMI Cabang Makassar mengenai pengaruh budaya organisasi terhadap kemampuan komunikasi publik mereka.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2025 bertempat di Wisma HMI Cabang Makassar, yang beralamat di Jl. Botolempangan No. 41, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Target/Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah kader aktif HMI Cabang Makassar yang telah mengikuti pelatihan formal serta terlibat aktif dalam kegiatan organisasi. Informan terdiri atas tiga orang, yakni: (1) Pengurus HMI Cabang Makassar, (2) Ketua Koordinator Komisariat HMI UMI, dan (3) Ketua Komisariat USTS UMI.

Prosedur

Penelitian dilakukan dengan tahapan observasi awal terhadap aktivitas kader di Wisma HMI, dilanjutkan dengan wawancara mendalam terhadap informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dalam organisasi. Seluruh proses dilengkapi dengan dokumentasi visual dan administratif dari kegiatan organisasi. Peneliti mencatat dan menginterpretasi seluruh interaksi dan simbol yang relevan dengan budaya organisasi dalam konteks pembentukan kemampuan komunikasi kader.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara mendalam terhadap kader aktif Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Makassar, termasuk pengurus cabang, ketua koordinator komisariat, dan ketua komisariat yang secara langsung terlibat dalam proses kaderisasi dan aktivitas organisasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi internal HMI

seperti notulensi kegiatan, arsip pelatihan kader, serta literatur akademik terkait budaya organisasi dan komunikasi publik.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa instrumen yang disesuaikan dengan pendekatan kualitatif fenomenologis. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara semi-terstruktur yang disusun untuk menggali pengalaman subjektif kader terhadap budaya organisasi, internalisasi nilai, dan proses peningkatan kapasitas komunikasi publik. Selain itu, peneliti menggunakan lembar observasi untuk mencatat praktik simbolik, interaksi sosial, dan dinamika budaya yang berlangsung dalam aktivitas kaderisasi. Instrumen lain berupa dokumentasi visual dan administratif digunakan sebagai pelengkap untuk menelusuri bukti empirik dari praktik budaya organisasi HMI.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara bertahap melalui observasi langsung terhadap dinamika organisasi di Wisma HMI Cabang Makassar, wawancara mendalam dengan informan utama yang telah ditentukan berdasarkan keterlibatan aktifnya dalam struktur organisasi, serta pengumpulan dokumen internal yang relevan. Ketiga teknik ini digunakan secara triangulatif untuk membangun pemahaman yang utuh dan mendalam mengenai bagaimana budaya organisasi membentuk kemampuan komunikasi publik kader.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri atas tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara simultan selama proses pengumpulan data berlangsung, untuk memastikan bahwa makna yang muncul dari interaksi dan simbol budaya organisasi dapat ditafsirkan secara valid dan kontekstual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Budaya Organisasi HMI Cabang Makassar Memengaruhi Proses Pembentukan Kapasitas Kader, Khususnya Dalam Konteks Komunikasi Publik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Makassar memiliki karakteristik khas yang berkontribusi langsung terhadap pembentukan kapasitas kader, terutama dalam aspek komunikasi publik. Budaya ini terbentuk dari nilai-nilai ideologis, simbol-simbol organisasi, serta sistem pelatihan kader yang terstruktur.

Nilai-nilai utama seperti independensi, keilmuan, ukhuwah Islamiyah, dan tanggung jawab sosial ditanamkan melalui kegiatan Latihan Kader I dan II, serta diperkuat melalui praktik diskusi, debat, dan forum organisasi lainnya. Kader tidak hanya dilatih untuk memahami materi ideologis, tetapi juga dibiasakan untuk menyampaikan gagasan secara terbuka, kritis, dan logis.

Tabel 1. Karakteristik Budaya Organisasi HMI Cabang Makassar dan Dampaknya terhadap Kemampuan Komunikasi Publik

Elemen Budaya Organisasi	Praktik Nyata dalam Kegiatan Organisasi	Dampak terhadap Komunikasi Publik Kader
Nilai Keilmuan	Forum diskusi rutin, pelatihan kaderisasi	Meningkatkan kemampuan menyusun argumen logis

Tradisi Debat dan Dialektika	Latihan kader dan forum evaluasi kegiatan	Melatih keberanian berbicara dan berpikir kritis
Hierarki dan Jenjang Pelatihan	LK I, LK II, hingga peran struktural komisariat	Memberi ruang praktik komunikasi vertikal dan horizontal
Simbol dan Identitas Organisasi	Mars HMI, bendera, atribut, struktur formal	Menumbuhkan rasa percaya diri dan sense of belonging
Ideologi dan Spirit Perjuangan	Penyampaian materi ideologis dalam setiap agenda	Mendorong kader mengomunikasikan gagasan dengan semangat perubahan

Sumber: Hasil Wawancara, 2025

Tabel ini menunjukkan bahwa proses kaderisasi HMI tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga kultural, di mana setiap aktivitas organisasi menjadi medium bagi kader untuk mengembangkan keterampilan komunikasi publik secara alami. Informan mengungkapkan bahwa pengalaman menyampaikan ide dalam forum internal organisasi memberi mereka bekal yang cukup ketika berbicara di ruang publik eksternal, seperti kampus atau forum diskusi masyarakat.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori budaya organisasi Edgar Schein yang menekankan tiga lapisan budaya: artefak, nilai-nilai, dan asumsi dasar. Ketiga lapisan ini tampak dominan dalam konteks HMI Cabang Makassar. Nilai keilmuan dan tradisi debat menjadi bagian dari nilai eksplisit, sedangkan rasa percaya diri, inisiatif berbicara, dan keberanian berargumen menjadi asumsi dasar yang tertanam.

Temuan ini juga sejalan dengan pandangan Rubin & Morreale (2006) bahwa kompetensi komunikasi tidak hanya ditentukan oleh aspek teknik komunikasi, tetapi juga oleh konteks sosial, budaya, dan psikologis tempat individu belajar dan berlatih. Dalam konteks HMI, proses tersebut berlangsung secara kolektif, konsisten, dan bernilai strategis dalam menciptakan kader yang komunikatif, kritis, dan reflektif.

2. HMI Cabang Makassar Mengembangkan Kemampuan Komunikasi Publik Kader dalam Budaya Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan kemampuan komunikasi publik kader HMI Cabang Makassar dilakukan melalui proses kaderisasi yang terstruktur, budaya organisasi yang kuat, serta pembiasaan dalam forum diskusi internal maupun eksternal. Budaya organisasi HMI yang berlandaskan nilai-nilai keislaman, intelektualitas, dan perjuangan kolektif menjadi fondasi dalam membentuk kemampuan komunikasi kader secara menyeluruh.

Dalam proses kaderisasi formal seperti LK 1 (Basic Training) dan LK 2 (Intermediate Training), kader dilibatkan dalam berbagai aktivitas yang menuntut keterampilan berbicara, menyusun argumen, serta menyampaikan gagasan secara sistematis. Aktivitas ini didukung oleh mentoring senior dan kegiatan diskusi yang membentuk kebiasaan berpikir kritis serta komunikasi yang beretika.

Tabel 2. Strategi Pengembangan Kemampuan Komunikasi Publik Kader HMI Cabang Makassar

Aspek Budaya Organisasi	Bentuk Pengembangan Komunikasi Publik	Keterangan
Kaderisasi Formal (LK 1 dan LK 2)	Latihan presentasi, forum diskusi, penyampaian pendapat	Membentuk dasar keberanian berbicara dan menyusun argumen
Mentoring oleh Senior	Bimbingan berbasis pengalaman dalam menyampaikan gagasan	Proses informal yang memperkuat komunikasi interpersonal
Forum Internal (Intermediate Class)	Simulasi pidato, debat, dan pembacaan makalah	Melatih retorika dan struktur berpikir kritis
Nilai-Nilai Keislaman dan Etika HMI	Penguatan komunikasi etis dan bernilai dakwah	Menekankan komunikasi yang santun, argumentatif, dan bermakna
Aktivisme dan Advokasi Sosial	Pelibatan dalam aksi sosial dan forum eksternal	Mengasah keberanian komunikasi publik di luar organisasi

Sumber: Hasil Wawancara, 2025

Tabel di atas memperjelas bahwa pengembangan komunikasi publik kader dilakukan secara sistematis dan berjenjang. Baik melalui jalur formal (kaderisasi) maupun informal (mentoring), setiap proses selalu diarahkan pada peningkatan kapasitas kader dalam menyampaikan ide dan berdialog secara kritis serta etis.

Budaya organisasi HMI juga terbukti adaptif dengan perkembangan zaman. Dalam era digital, kader diarahkan untuk memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi publik baru, tanpa meninggalkan prinsip-prinsip dasar komunikasi HMI yang santun, intelektual, dan konstruktif.

Secara keseluruhan, budaya organisasi HMI Cabang Makassar memainkan peran penting sebagai ruang pendidikan komunikasi publik yang progresif. Komunikasi tidak sekadar keterampilan teknis, tetapi bagian dari proses pembentukan karakter kader sebagai intelektual Muslim yang mampu berperan dalam masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa HMI Cabang Makassar mengembangkan kemampuan komunikasi publik kader melalui proses kaderisasi yang menyatu dengan budaya organisasi. Penguatan komunikasi publik tidak hanya dilakukan secara formal dalam jenjang pelatihan seperti LK 1 dan LK 2, tetapi juga secara informal melalui forum-forum internal seperti Intermediate Class, mentoring senior, dan partisipasi aktif dalam kegiatan organisasi. Budaya organisasi HMI yang menekankan nilai keislaman, intelektualitas, etika, dan kolektivitas memberikan ruang yang kondusif bagi kader untuk mengasah keberanian, retorika, dan kemampuan menyampaikan gagasan secara argumentatif dan santun. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi publik kader dibentuk secara menyeluruh, bukan sekadar keterampilan teknis, tetapi sebagai bagian dari pembentukan karakter dan identitas kader HMI dalam menjalankan peran sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhrurrazi. (2023). *Rekonstruksi pelatihan komunikasi organisasi berbasis nilai budaya lokal*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Sosial*, 11(1), 8–14.
- Kusumastuti, A., & Suharyanto, B. (2023). Model komunikasi reflektif dalam pengembangan kapasitas kader. *Jurnal Ilmu Komunikasi Interaktif*, 5(1), 89–102.
- Malik, I., & Ritonga, E. Y. (2024). Strategi komunikasi organisasi HMI dalam rekrutmen kaderisasi. *Jurnal Komunikasi Dakwah*, 8(1), 22–31.
- Muslimah, E. O. (2021). Internalisasi nilai organisasi dalam pembentukan karakter kader. *Jurnal Kajian Mahasiswa Islam*, 6(2), 43–51.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Setiyadi, R. (2023). Literasi dan narasi dalam penguatan komunikasi kader. *Jurnal Transformasi Sosial*, 7(2), 15–28.
- Teguh, A. D., Hidayah, N., & Afwan, R. (2025). Refleksi budaya organisasi mahasiswa Islam. *Jurnal Kajian Sosial Politik*, 9(1), 70–85.
- Wajdi, A., & Rahman, F. (2023). Pola komunikasi organisasi dalam perkaderan HMI Cabang Palembang Darussalam. *Jurnal Organisasi Mahasiswa*, 5(1), 53–63.