

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Partisipasi anggota merupakan elemen penting dalam keberlangsungan sebuah organisasi, terutama organisasi mahasiswa daerah yang mengandalkan keterlibatan aktif anggotanya untuk menjalankan program, salah satunya kegiatan yang berkaitan dengan *Public Relations*. Menurut Davis & Newstrom (1989), partisipasi merupakan keterlibatan mental dan emosional seseorang di dalam suatu kelompok yang mendorong individu untuk memberikan kontribusi terhadap tujuan kelompok serta berbagai tanggung jawab atas pencapaian tujuan tersebut. Organisasi merupakan sekumpulan individu yang bekerja sama secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Robbins (1994:4) organisasi adalah suatu kesatuan sosial yang dikoordinasikan, yang memiliki sebuah batasan yang dapat diidentifikasi dan bekerja atas dasar relatif untuk mencapai sebuah tujuan bersama, dan menurut Hasibuan (2011:120) organisasi adalah sebuah sistem formal, memiliki struktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sejalan dengan pengertian tersebut, untuk melaksanakan sebuah kegiatan *Public Relations* dalam organisasi memerlukan partisipasi anggota organisasinya.

Dalam dunia organisasi, tingkat partisipasi anggota dalam kegiatan *Public Relations* merupakan elemen penting, tidak hanya pada lembaga pemerintah atau perusahaan besar, tetapi juga oleh organisasi nirlaba, termasuk organisasi mahasiswa daerah. Pada lingkup organisasi nirlaba, menurut Korompis (2014) organisasi nirlaba adalah sebuah lembaga yang didirikan yang bertujuan tidak untuk mendapatkan profit, tetapi untuk mendukung sebuah organisasi yang berkaitan dengan kemasyarakatan. Dengan demikian, organisasi mahasiswa daerah dalam mencapai tujuan tersebut sangat ditentukan oleh tingkat partisipasi anggotanya.

Kegiatan *Public Relations* menurut Thomas L. Harris dalam Ruslam (2000:13) tersebut digambarkan sebagai “PENCILS” of *Public Relations*, lalu kegiatan yang termasuk yaitu: *publications, event, news, community involvement, identity media, lobbying and negotiations, and social investment*. Berbagai kegiatan *Public Relations* tersebut pada dasarnya mampu menjadi pemicu meningkatnya partisipasi anggota karena memberikan ruang untuk berkontribusi secara langsung. Seperti, kegiatan yang melibatkan anggota dalam proses kreatif, kegiatan yang membawa nama, logo, atribut organisasi dalam kegiatan sosial sehingga memperkuat identitas organisasi. Dengan demikian, mendorong anggota aktif berpartisipasi dalam kegiatan organisasi. Hal ini sejalan dengan konsep tingkat partisipasi menurut Cohen dan Uphoff dalam Dwiningrum (2011:62) yang mencakup partisipasi dalam pengambilan keputusan, partisipasi dalam pelaksanaan, partisipasi dalam pengambilan manfaat, dan partisipasi dalam evaluasi.

Temuan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitriani *et al.* (2025) bahwa kegiatan seperti publikasi, penyebaran informasi melalui media sosial, kegiatan sosial berbasis komunitas mampu meningkatkan tingkat partisipasi secara signifikan. Pentingnya tingkat partisipasi anggota terhadap kegiatan *Public Relations* juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulandari *et al.* (2020) dalam penelitian tersebut menemukan bahwa partisipasi petani dalam kelompok tani berlangsung pada empat aspek: perencanaan, pelaksanaan, pemanfaatan hasil, dan evaluasi. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa ketika anggota berpartisipasi pada setiap aspek, maka kegiatan kelompok tercapai dan berhasil. Selanjutnya penelitian oleh Ramadani & Irham (2022) menegaskan bahwa tingkat partisipasi anggota berperan besar dalam menentukan keberhasilan program.

Organisasi mahasiswa daerah atau disebut ORMADA adalah organisasi yang beranggotakan sekumpulan mahasiswa dari asal yang sama dan melanjutkan pendidikannya di suatu wilayah tertentu. Salah satu organisasi mahasiswa daerah yang menjalankan peran tersebut adalah IKAMASI Yogyakarta. Ikatan Keluarga Mahasiswa Bekasi (IKAMASI) Yogyakarta merupakan organisasi mahasiswa

daerah yang berawal dari berdirinya Ikatan Keluarga Bekasi (IKASI) pada 12 Mei 1970 di Yogyakarta sebagai wadah pemersatu pelajar dan mahasiswa asal Bekasi di perantauan. Organisasi ini didirikan berlandaskan Pancasila dan berasaskan kekeluargaan untuk mempererat solidaritas antaranggota. Setelah sempat mengalami masa vakum, melalui Musyawarah Luar Biasa pada 26 Mei 2002, organisasi ini kembali aktif dan berganti nama menjadi IKAMASI Yogyakarta dengan fokus keanggotaan pelajar dan mahasiswa. Saat ini, IKAMASI Yogyakarta beralamatkan di Jl. Ngorojo No.18, Ambarukmo, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai organisasi mahasiswa daerah, IKAMASI Yogyakarta memiliki tujuan untuk sebagai wadah aspirasi, identitas, dan kebersamaan mahasiswa asal Bekasi di perantauan. Berdasarkan data keanggotaan, jumlah anggota aktif IKAMASI Yogyakarta pada tahun 2024 tercatat sebanyak 55 orang, lalu pada tahun 2025 sebanyak 45 orang. Dengan periode 2024-2025 organisasi ini menjalankan berbagai kegiatan *Public Relations* dan jumlah anggota yang terlibat beragaram, terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1 Kegiatan IKAMASI Yogyakarta

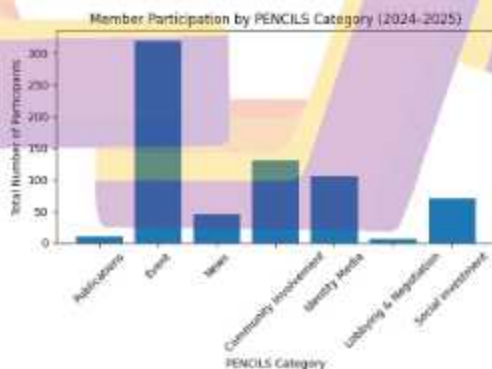
Kategori PENCILS	Jenis Kegiatan	Tahun Kegiatan	Jumlah Anggota Terlibat
PUBLICATIONS	Publikasi Kegiatan IKAMASI	2024-2025	5
	Poster Peringatan Hari Kartini	2025	5
EVENT	Program Alih Pengalaman di SMAIT GEMA NURANI	2025	20
	Program Alih Pengalaman di MA MIFTAHUL	2025	20

	MAHABBAH ANNAWAWY		
	SAPA IKAMASI 1 di Qamari Coffee	2024	40
	SAPA IKAMASI 2 di Cangkir Bumi Coffee	2025	27
	Malam Latihan Kader di Gedung DPD DIY	2024	40
	Malam Keakraban	2024	40
	Seminar Kedaerahan di Cangkir Bumi Coffee	2025	27
	Workshop Self Defense di Rambat Coffee	2025	5
	Seminar Keperempuanan di DPD RI DIY	2025	29
	Bekasi Festival Vol 2 "CUSTOM CULTURE ENTHUSIANST"	2024	42
	Milad IKAMASI Ke 23 Tahun	2025	30
NEWS	IKAMASI Desak Pemerintah Segera Perbaiki Asrama Mahasiswa Bekasi di Yogyakarta	2025	45
COMMUNITY INVOLVEMENT	IKAMASI Mengabdi di Mushola Amanah	2025	33
	IKAMASI Mengabdi di Mushola Ar-Rahman	2025	33

	IKAMASI Mengabdi di Al-Qamar	2025	33
	IKAMASI Berbagi di LKSA Nurul Haq Madania	2025	32
IDENTITY MEDIA	Pembuatan Template Instagram	2024-2025	5
	Atribut Organisasi	2024-2025	100
LOBBYING AND NEGOTIATION	Lobby Proposal Kapolda untuk Dana Acara SAPA IKAMASI	2025	6
SOCIAL INVESTMENT	Penggalangan Dana Korban Banjir di Bekasi	2025	70

Sumber: Data IKAMASI Yogyakarta, 2026

Gambar 1. 1 Variasi Tingkat Partisipasi



Sumber: Data IKAMASI Yogyakarta, 2026

Berdasarkan **Tabel 1. 1** dan **Gambar 1. 1**, terlihat bahwa tingkat partisipasi anggota dalam setiap kategori kegiatan *Public Relations* menunjukkan variasi yang

beragam. Kategori *Event* memiliki jumlah keterlibatan anggota yang lebih tinggi dibandingkan kategori *Publications* maupun *Lobbying and Negotiation*. Sementara itu, kegiatan berbasis *Community Involvement* dan *Social Investment* juga menunjukkan tingkat partisipasi yang relatif besar. Perbedaan tingkat keterlibatan tersebut mengindikasikan bahwa tidak semua bentuk kegiatan *Public Relations* melibatkan anggota dalam tingkat partisipasi yang sama. Tingkat partisipasi anggota yang beragam merupakan dinamika yang sering muncul dalam organisasi daerah, di mana keterlibatan anggota tidak selalu sama. Menurut Mardikanto (2010), keberagaman tingkat partisipasi dalam suatu komunitas atau organisasi merupakan hal yang wajar, namun perlu dikelola dengan baik karena keberhasilan kegiatan *Public Relations* bergantung pada jumlah keterlibatan anggotanya. Dengan demikian, memahami fenomena partisipasi anggota yang beragam dalam kegiatan *Public Relations* organisasi mahasiswa daerah menjadi penting agar mampu meningkatkan tingkat partisipasi anggota secara lebih merata dan berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan karena masih terbatasnya kajian mengenai pengaruh kegiatan *Public Relations* terhadap tingkat partisipasi anggota dalam lingkup organisasi mahasiswa daerah. Sebagian besar penelitian tingkat partisipasi anggota dilakukan pada lingkup perusahaan, lembaga pemerintah, organisasi kemahasiswaan, dan organisasi laba. Fenomena tersebut menimbulkan kesenjangan penelitian (*research gap*), dimana organisasi mahasiswa daerah jarang dijadikan objek kajian terkait kegiatan *Public Relations* dan tingkat partisipasi anggotanya. Padahal, dalam organisasi mahasiswa daerah dalam melaksanakan kegiatan *Public Relations* membutuhkan partisipasi anggotanya. Maka dari itu peneliti ini mengkaji mengenai **“Pengaruh Kegiatan *Public Relations* IKAMASI Yogyakarta terhadap Tingkat Partisipasi Anggota Organisasi Kemahasiswaan Periode 2024-2025”**.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini memiliki rumusan masalah yang akan dijawab, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kegiatan *Public Relations* IKAMASI Yogyakarta terhadap tingkat partisipasi anggota organisasi kemahasiswaan periode 2024-2025?

1.3 Batasan Penelitian

Permasalahan yang berhubungan dengan kegiatan *Public Relations* cukup luas dan kompleks sehingga tidak dapat dikaji seluruhnya secara lengkap dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian ini hanya difokuskan pada pengaruh kegiatan *Public Relations* terhadap tingkat partisipasi anggota.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kegiatan *Public Relations* IKAMASI Yogyakarta terhadap tingkat partisipasi anggota organisasi kemahasiswaan periode 2024-2025.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan, baik secara praktis bagi pihak-pihak yang terlibat langsung, maupun secara teoritis untuk perkembangan ilmu pengetahuan dengan bidang ilmu yang sama.

1. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat langsung bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi Pengurus IKAMASI Yogyakarta

Menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam merancang dan melaksanakan kegiatan *Public Relations* yang lebih efektif dengan memahami pengaruh kegiatan *Public Relations* terhadap tingkat partisipasi anggota.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya dengan topik serupa, khususnya mengenai pengaruh kegiatan *Public Relations* terhadap tingkat partisipasi anggota.

b. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Memberikan pemahaman baru tentang bagaimana kegiatan *Public Relations* memengaruhi tingkat partisipasi anggota IKAMASI Yogyakarta.

1.6 Sistematika Bab

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari setiap bab yang akan disusun dalam penelitian ini. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bab I berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika bab yang akan diikuti dalam skripsi ini.

2. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menyajikan penelitian sebelumnya, landasan konsep termasuk konsep yang berkaitan dengan tingkat partisipasi anggota, dan kegiatan *Public Relations*. Selanjutnya, berisikan hipotesa penelitian, dan

kerangka pemikiran yang didalamnya terdapat pembahasan kerangka konseptual.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III menyajikan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengambilan data dan teknik sampel, waktu dan lokasi penelitian, teknik analisis data yang juga dijelaskan dalam bab ini.

4. BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menjelaskan temuan yang didalamnya akan menjabarkan uji yang telah didapat dan menganalisis data secara rinci, dan menambahkan pembahasan.

5. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang bisa diberikan berdasarkan temuan. Saran tersebut tertuju pada mahasiswa dan penelitian selanjutnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Bab ini mencantumkan referensi yang telah digunakan dalam penelitian untuk mendukung argumen dan informasi yang ada dalam skripsi.

7. LAMPIRAN

Jika diperlukan, bab tambahan ini mencakup dokumen-dokumen pendukung seperti prasurvei, kuisioner, data asli, atau informasi tambahan lainnya yang relevan dengan penelitian namun tidak dimasukkan ke dalam bab-bab sebelumnya.