

Komunikasi Organisasi Masyarakat Islam pada Pemilu 2024 (Studi Kasus Terhadap Identitas Organisasi Muhammadiyah dan Persatuan Islam) = Islamic Community Organization Communication in the 2024 Election (Case Study on the Organizational Identities of Muhammadiyah and Persatuan Islam)

Ivan Nurdin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544805&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi komunikasi organisasi Masyarakat Islam Muhammadiyah dan Persatuan Islam terkait isu politik pada Pemilu 2024. Menggunakan kerangka teoritis identitas organisasi dari Cheney dan Christensen, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi internal dan eksternal yang saling terkait dalam membentuk makna dan identitas organisasi. Metode penelitian kualitatif konstruktivis diterapkan untuk memahami kompleksitas komunikasi organisasi, identitas, dan sikap netral ormas Islam pada Pemilu 2024. Studi kasus digunakan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang komunikasi Muhammadiyah dan Persatuan Islam dalam konteks politik ini, memungkinkan penyelidikan yang holistik dan menyeluruh. Penelitian ini mengeksplorasi hubungan sejarah dan sikap politik Muhammadiyah dan Persatuan Islam terhadap Pemilu 2024, dengan fokus pada identitas organisasi dan strategi komunikasi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua organisasi mempertahankan netralitas politik melalui komunikasi internal dan eksternal yang terstruktur. Muhammadiyah dan Persis, sebagai ormas Islam, tetap berfokus pada dakwah non-politik, meskipun terlibat aktif dalam momentum politik Pemilu 2024 bukan sebagai organisasi pendukung. Komunikasi proaktif memperkuat identitas organisasi, sementara dialog internal dan eksternal mengukuhkan konsistensi. Identitas organisasi dipengaruhi oleh komunikasi self-referensial yang memperkuat sikap netral dan fokus pada dakwah. Netralitas politik bagi kedua organisasi ini merupakan hasil dari proses komunikasi organisasi yang menguatkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai inti mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar penelitian lanjutan dilakukan untuk memperluas konsep identitas organisasi ormas Islam seperti Muhammadiyah dan Persis dalam konteks komunikasi. Selain itu, analisis perbandingan strategi komunikasi antar organisasi Islam juga penting untuk pemahaman yang lebih komprehensif. Peningkatan komunikasi internal dan eksternal, bersama dengan menjaga sikap netral dalam politik, akan memperkuat konsistensi dan citra organisasi. Partisipasi aktif dalam pendidikan politik dan pengembangan kerangka konseptual komunikasi Islam akan lebih lanjut meningkatkan kesadaran dan efektivitas komunikasi dalam konteks keagamaan.

.....This study aims to explore the organizational communication of the Islamic communities Muhammadiyah and Persatuan Islam (Persis) regarding political issues in the 2024 elections. Using the theoretical framework of organizational identity from Cheney and Christensen, this research highlights the importance of interrelated internal and external communication in shaping organizational meaning and identity. A constructivist qualitative research method is applied to understand the complexity of organizational communication, identity, and the neutral stance of these Islamic organizations in the 2024 elections. A case study approach is used to gain in-depth insights into the communication of Muhammadiyah and Persis within this political context, allowing for a holistic and thorough investigation. This study explores the historical relationship and political stance of Muhammadiyah and Persis towards the

2024 elections, focusing on their organizational identity and communication strategies. The findings indicate that both organizations maintain political neutrality through structured internal and external communication. As Islamic organizations, Muhammadiyah and Persis remain focused on non-political da'wah, although they are actively involved in the political momentum of the 2024 elections, not as supporting organizations. Proactive communication strengthens organizational identity, while internal and external dialogue ensures consistency. Organizational identity is influenced by self-referential communication, which reinforces their neutral stance and focus on religious outreach. The political neutrality of these organizations is thus a result of their communication processes, which fortify their core principles and values. Therefore, this study suggests further research to expand the concept of organizational identity in Islamic organizations such as Muhammadiyah and Persis within the context of communication. Additionally, a comparative analysis of communication strategies among Islamic organizations is essential for a more comprehensive understanding. Enhancing internal and external communication, along with maintaining political neutrality, will strengthen organizational consistency and image. Active participation in political education and the development of a conceptual framework for Islamic communication will further enhance awareness and communication effectiveness in the religious context.