

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Melalui berbicara, manusia dapat berinteraksi dengan orang lain di mana pun mereka berada. Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik itu dalam level individu, kelompok, maupun organisasi. Sebagai makhluk sosial, manusia berinteraksi dengan orang lain untuk memahami lingkungan sekitarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Joseph DeVito, komunikasi merujuk pada tindakan seseorang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan dalam suatu konteks tertentu, memiliki dampak tertentu, dan memberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik yang dipengaruhi oleh lingkungan di mana komunikasi tersebut terjadi.¹

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan dasar bagi kehidupan manusia. Tanpa komunikasi, kehidupan manusia akan menjadi kosong atau bahkan tidak ada sama sekali. Dengan berkomunikasi, manusia dapat menjalin hubungan antara satu dengan yang lain, baik itu dalam kehidupan

¹ Nur Sholichah, *Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Untuk Literasi Media Pada Masyarakat Surabaya*, (Skripsi-S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2016).

sehari-hari di rumah, tempat kerja, maupun di mana pun mereka berada. Setiap individu manusia terlibat dalam proses komunikasi.

Setiap aspek kehidupan manusia, mulai dari aktivitas sehari-hari, organisasi, lembaga, dan lain sebagainya, tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat, selalu terlibat dalam proses komunikasi. Mengapa hal ini terjadi? Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan kebutuhan esensial bagi kehidupan manusia. Tidak mungkin seseorang dapat menjalani hidupnya tanpa melakukan komunikasi, dan komunikasi sendiri memainkan peran penting dalam membentuk dan memungkinkan terjadinya interaksi sosial dalam masyarakat.²

Manusia tidak bisa mengabaikan pentingnya komunikasi sebagai sarana interaksi dengan individu lain, yang memenuhi kebutuhan informasi, baik informasi internal maupun eksternal dalam kehidupan manusia. Hal yang sama berlaku juga dalam konteks organisasi. Dengan adanya komunikasi yang efektif, suatu organisasi dapat beroperasi dengan lancar dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Namun, jika komunikasi dalam suatu organisasi tidak berjalan dengan

² Zulkarnain Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta, 1993), h.2.

baik, hal tersebut dapat menyebabkan kekacauan atau masalah dalam organisasi tersebut.

Maka dari itu, penting bagi setiap individu yang terlibat dalam dunia organisasi untuk memberikan perhatian pada komunikasi organisasi dan mempelajarinya dengan baik. Komunikasi yang efektif memiliki peran penting dalam mencapai tujuan organisasi, dan kemampuan berkomunikasi dengan efektif akan memengaruhi keberhasilan seseorang, tidak hanya dalam konteks organisasi tetapi juga dalam kehidupan secara umum. Tujuan utama dalam dunia organisasi adalah melakukan perbaikan, yang sering diartikan sebagai usaha untuk mencapai tujuan manajemen. Dengan kata lain, manusia mempelajari komunikasi organisasi agar dapat meningkatkan kinerja mereka. Oleh karena itu, penulis meyakini bahwa kajian tentang komunikasi organisasi memiliki nilai yang sangat penting sebagai dasar yang kuat dalam pengembangan sumber daya manusia melalui pembinaan untuk menjalankan fungsi organisasi dengan baik.

Melalui pemahaman atas permasalahan tersebut, kita dapat menyadari betapa pentingnya komunikasi sebagai suatu proses untuk menyampaikan pesan, ide, atau emosi kepada orang lain. Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, baik secara lisan maupun non-verbal (misalnya, melalui isyarat atau lambang), menggunakan

media tertentu. Pesan yang disampaikan kemudian diterima oleh penerima, diproses melalui sistem saraf, dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan reaksi tertentu dari penerima.

Mahasiswa merupakan elemen yang sangat penting dan tak terpisahkan dalam lingkungan intelektual kampus. Gerakan mahasiswa telah menjadi kekuatan pendorong dalam dinamika kampus, namun disayangkan bahwa sebagian besar mahasiswa saat ini tampak acuh tak acuh terhadap peran aktivis yang berjuang untuk hak-hak mahasiswa. Peran mahasiswa pasca reformasi sering kali dipandang negatif oleh sebagian masyarakat, bahkan oleh beberapa mahasiswa sendiri. Padahal, mahasiswa memiliki peran yang sangat penting dalam mengawal kebijakan kampus. Peran mahasiswa tidak selalu berarti melakukan aksi atau orasi yang menentang kebijakan, tetapi dapat melibatkan partisipasi dalam berbagai bentuk untuk memperjuangkan kepentingan mahasiswa.³

Organisasi memiliki peran penting sebagai tempat bagi anggotanya untuk mengaktualisasikan diri. Adanya kebutuhan untuk berinteraksi sosial menjadi alasan mendasar mengapa organisasi dibentuk. Dalam konteks pendidikan, organisasi berkontribusi dalam upaya menciptakan

³ Fahri Khusaini, *Strategi Komunikasi Organisasi Mahasiswa Walisongo Pencinta Alam (Mawapala) Dalam Menyampaikan Pesan An-Nadhafatu Minal Iman* (Skripsi-S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Walisongo 2021).

pendidikan yang holistik, termasuk dalam menjaga dan mengembangkan nilai-nilai moral yang biasanya menjadi tanggung jawab pendidikan. Pentingnya organisasi semakin terlihat dalam era perubahan yang cenderung mengarah pada individualisme, dan kesadaran akan hal tersebut semakin meningkat. Lebih jauh lagi, perkembangan organisasi yang terlintas dalam pikiran mahasiswa saat ini berkaitan dengan sejauh mana organisasi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa, bukan lagi seberapa besar sumbangan dan pengabdian yang dapat diberikan mahasiswa kepada organisasi tersebut.⁴

Namun, terlepas dari hal tersebut, terdapat fenomena yang sering terjadi di lapangan, yaitu dominasi pemegang jabatan kunci dalam organisasi di luar lingkungan kampus. Budaya pengkaderan dalam organisasi di luar kampus sering melibatkan program-program seperti mengisolasi calon anggota di suatu tempat yang dianggap cocok untuk acara pengkaderan dan peresmian mereka sebagai anggota. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan organisasi dengan lebih baik, memperkuat ikatan antar anggota, dan memotivasi mereka untuk berperan aktif dalam organisasi. Organisasi sering merancang model pengkaderan yang dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan semangat

⁴ Kosasih Kosasih, *Peranan Organisasi Kemahasiswaan Dalam Pengembangan Civic Skills Mahasiswa*, (Kota Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia 2016), Vol. 25 No. 2, h. 65.

perjuangan organisasi. Sebagai mahasiswa dalam organisasi, sikap yang harus dijaga adalah idealisme dalam menjunjung tinggi nilai-nilai dan moral intelektual. Karena kompetisi intelektual menjadi hal yang penting di lingkungan kampus, maka menjadi kewajiban bagi mahasiswa untuk terus meningkatkan kapasitas intelektual mereka. Selain itu, nilai-nilai moral juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan.

Mahasiswa yang belajar di perguruan tinggi diharapkan menjadi agen perubahan yang nyata ketika kembali ke masyarakat tempat asal mereka. Hanya dengan sikap tersebut, gerakan kader Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia akan mendapatkan pengakuan dari seluruh anggota akademik yang tergabung dalam kampus. Sikap intelektual tersebut tidak hanya terkait dengan kegiatan yang berhubungan dengan mata kuliah yang ada di dalam jurusan atau yang diukur dalam SKS, tetapi lebih pada kepekaan mahasiswa dalam memahami dan mengikuti perkembangan diskursus ilmiah yang ada. Sebagai contoh, pemahaman tentang digitalisasi. Namun, tidak cukup hanya dengan itu, kader Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia juga harus memiliki sikap dalam dunia tulis-menulis. Aktivitas menulis menjadi bagian tak terpisahkan dari dinamika gerakan mahasiswa. Dalam tugas-tugas seperti makalah, skripsi, laporan kuliah kerja nyata, mahasiswa

selalu terlibat dalam kegiatan menulis. Terlebih lagi, dalam mengungkapkan gagasan di lingkungan kampus, melakukan penelitian, dan sebagainya.⁵

Para kader Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (IMIKI) perlu memiliki kemampuan intelektual yang kompetitif dan pemahaman yang luas guna menjaga reputasi organisasi dan menjadi kader yang dapat diandalkan. Mereka tidak hanya bersaing dengan mahasiswa yang tergabung dalam organisasi lain, tetapi juga dengan seluruh mahasiswa di dalam kampus, di Indonesia, bahkan di tingkat internasional. Hanya dengan sikap tersebut, para kader IMIKI akan menjadi pemimpin baik di dalam maupun di luar lingkungan kampus.⁶

Kaderisasi kepemimpinan dan fenomena persoalan sistem kaderisasi kepemimpinan yang ala kadarnya pada organisasi semi profesi. Dalam sejarah, Rasulullah telah terbukti mampu mengader pemimpin berkualitas pada organisasinya, maka penting bagi umat Islam, khususnya para pemimpin organisasi semi profesi, untuk mempelajarinya. Studi ini bertujuan mendeskripsikan proses kaderisasi kepemimpinan organisasi dakwah Rasulullah.

⁵Vina Yunita Dkk, *Pendidikan Politik Organisasi Ekstra Kampus*, (Skripsi-S1, Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang, 2020), h. 67–75.

⁶ Kosasih Kosasih, *Peranan Organisasi Kemahasiswaan Dalam Pengembangan Civic Skills Mahasiswa*, (Kota Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia 2016), Vol. 25 No. 2, h. 66

Dasar teoritis yang digunakan adalah konsep kaderisasi kepemimpinan/pengembangan talenta eksekutif Smiliansky dan Yukl, yang dikontekskan dalam organisasi semi profesi, sedangkan metodologinya kualitatif pustaka sejarah. Hasil studi menunjukkan bahwa proses kaderisasi kepemimpinan organisasi dakwah Rasul dilaksanakan dua tahapan, yaitu (1) identifikasi SDM talenta kepemimpinan dakwah, dan (2) pendidikan/pelatihan dan pengembangan kapabilitas SDM calon pemimpin. Dalam identifikasi talenta kepemimpinan dakwah, Nabi memprioritaskan SDM generasi pertama, yaitu kaum Muhajirin, mengingat bukti keimanan, loyalitas dan konsistensi kinerja dalam dakwah serta potensi kepemimpinan. Namun Nabi juga tetap mengidentifikasi talenta kepemimpinan dakwah dalam lapisan generasi SDM sahabat berikutnya, seperti di kaum Ansar, Muslimin pasca penaklukan Mekkah dan putra-putri Sahabat. Dalam proses pendidikan kepemimpinan dakwah, tahap awal menekankan pembentukan keimanan, visi keIslaman, mentalitas dan moralitas kepemimpinan dakwah.⁷ Tahap selanjutnya berorientasi kemampuan penalaran/pemecahan masalah dan membangun komunikasi pribadi. Pendidikan kepemimpinan dakwah melalui forum pembelajaran, pelibatan dalam forum

⁷ Wahyu Kurniawan and Nur Aini Shofiya Asy'ari, "Strategi Komunikasi OPPM Darussalam Gontor Dalam Melaksanakan Kaderisasi," *Sahafa Journal of Islamic Communication* 2, no. 1 (2019).

strategis, pembimbingan personal, serta penugasan sebagai pemimpin kelompok dakwah.

Selain itu, organisasi kemahasiswaan juga berfungsi sebagai wadah untuk mengembangkan minat dan bakat mahasiswa, baik yang sesuai dengan bidang keilmuannya maupun lintas bidang. Hal ini sangat didorong oleh Peraturan UUKBM UIN SMH Banten yang mendorong terciptanya organisasi kemahasiswaan yang kredibel untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam bidang penalaran, minat, bakat, dan kesejahteraan mahasiswa. Dalam UUKBM, organisasi kemahasiswaan yang diakui dan dibina sebagai bagian dari universitas meliputi Senat Mahasiswa (SEMA), Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA), Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), dan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ). Keempat jenis organisasi kemahasiswaan ini dapat diselenggarakan di tingkat universitas, fakultas, dan kampus daerah. Namun, tingkat prodi dan Sekolah Pasca Sarjana (SPS) tidak memiliki UKM. Selain itu, organisasi kemahasiswaan tidak hanya terbatas pada lingkungan kampus (intra kampus), tetapi juga mencakup organisasi kemahasiswaan di luar kampus (ekstra kampus). Meskipun demikian, organisasi kemahasiswaan ekstra kampus tidak menjadi bagian dari struktur organisasi universitas, melainkan dianggap sebagai organisasi masyarakat biasa. Organisasi kemahasiswaan dianggap

sebagai komponen penting dalam penyelenggaraan universitas, karena berperan dalam proses penjaminan mutu universitas tersebut.

Pelaksanaan tridharma perguruan tinggi harus melibatkan program dan kegiatan kemahasiswaan secara terintegrasi, mulai dari tingkat program studi hingga tingkat universitas. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengatur dan mengembangkan organisasi kemahasiswaan agar dapat berfungsi secara efektif dalam membentuk pribadi mahasiswa secara menyeluruh, sesuai dengan visi dan misi universitas, serta mampu menghasilkan lulusan yang siap untuk berkontribusi dalam pembangunan masyarakat sesuai dengan bidang keahlian mereka masing-masing.⁸

IMIki adalah sebuah organisasi yang memiliki cabang di berbagai daerah dan membuka kesempatan bagi semua mahasiswa ilmu komunikasi dari berbagai perguruan tinggi untuk bergabung. Pendirian organisasi ini dilakukan pada tanggal 1 September 1998. Tujuan dibentuknya IMIKI adalah untuk memberikan dukungan kepada mahasiswa ilmu komunikasi agar dapat mengembangkan karier sesuai dengan jurusan yang mereka tekuni. Selain itu, IMIKI berkomitmen untuk turut serta dalam pembangunan nasional dengan menyumbangkan kemampuan secara maksimal, serta

⁸ *Strategi Komunikasi, Dalam Pengembangan, and Program Studi, "Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja"* 1, no. 2 (2021): 164–77.

berusaha mengembangkan dinamika komunikasi yang merata di seluruh lapisan masyarakat.

Untuk mencapai tujuan pengembangan kaderisasi dalam organisasi IMIKI, diperlukan implementasi strategi komunikasi yang efektif dengan menggunakan manajemen komunikasi yang terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan oleh PPT IMIKI UIN SMH Banten dalam pengembangan kaderisasi. Manajemen komunikasi yang paling relevan untuk diterapkan adalah manajemen dalam bidang keorganisasian. Hal ini berhubungan dengan kegiatan kaderisasi yang dilakukan oleh PPT IMIKI UIN SMH Banten.

Dari latar belakang yang telah disebutkan, IMIKI memiliki agenda kegiatan tahunan yang beragam, termasuk kegiatan pengkaderan atau kaderisasi. IMIKI juga menjalin kerja sama dengan pihak pemerintah. Organisasi IMIKI terbagi menjadi beberapa wilayah dan memiliki cabang di seluruh Indonesia. Karena alasan ini, anggota IMIKI tersebar di berbagai perguruan tinggi yang menawarkan program studi Ilmu Komunikasi.

Berdasarkan konteks tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji "Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Kaderisasi di Organisasi Semi Profesi" khususnya dalam studi kasus IMIKI UIN SMH Banten. Peneliti tertarik untuk

menggali masalah ini dengan tujuan memahami perkembangan organisasi tersebut dan strategi komunikasi yang digunakan dalam pengembangan kaderisasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diperoleh rumusan terkait penelitian yang dilakukan penulisan yaitu:

1. Bagaimana strategi komunikasi dalam mengembangkan kaderisasi di organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung dalam mengembangkan kaderisasi di organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ?

C. Tujuan Penelitian

Terkait rumusan masalah di atas, maka penulisan melakukan penelitian ini di lakukan bertujuan untuk mengetahui tentang:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pengembangan kaderisasi di organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Untuk mengetahui Faktor penghambat dan pendukung pengembangan kaderisasi di organisasi Ikatan Mahasiswa

Ilmu Komunikasi Indonesia Universitas Islam Negeri
Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki harapan untuk memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat secara Teoritis
 - a) Penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan studi tentang Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam bidang strategi komunikasi.
 - b) Hasil penelitian ini akan menjadi referensi dan pembanding bagi mahasiswa dan peneliti di masa depan yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa.
 - c) Hasil penelitian ini akan menjadi bahan informasi dan Referensi yang lebih lanjut.
 - d) Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi pemahaman tentang pengembangan komunikasi organisasi.
2. Manfaat secara Praktis
 - a) Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan saran praktis bagi organisasi yang terlibat dalam pengembangan komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - b) Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis kepada organisasi terkait dalam pengembangan komunikasi organisasi mereka.

- c) Penelitian ini dapat menjadi sumbangan dalam pengembangan literatur dan pemahaman tentang strategi komunikasi dalam konteks organisasi semi profesi.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum Peneliti melakukan Penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Pengembangan Kaderisasi Di Organisasi Semi Profesi”, Telah ada penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang Strategi Komunikasi yang hampir sama dengan judul penulis.

Pertama, skripsi Fahri Khusaini dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi Mahasiswa Walisongo Pencinta Alam (Mawapala) Dalam Menyampaikan Pesan An-Nadhafatu Minal Iman” Peneliti Menyimpulkan bahwa strategi komunikasi organisasi mahasiswa walisongo pencinta alam (MAWAPALA) dalam menyampaikan pesan an-nadhafatu minal iman menerapkan berbagai jenis komunikasi organisasi, yaitu komunikasi ke bawah yang dilakukan pengurus terhadap anggotanya, komunikasi ke atas komunikasi yang disampaikan oleh anggota kepada pengurus, komunikasi horizontal yang dilakukan antar pengurus, serta komunikasi diagonal yang mana alumni diluar lingkup anggota organisasi yang memberi masukan kepada anggota organisasi dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan. Serta strategi komunikasi, faktot

penghambat, dan solusi untuk mengatasi hambatan yang dihadapi.⁹

Kedua, skripsi mukhtar rahmad “*Strategi Komunikasi Basic Training (Lk I) Hmi Cabang Batusangkar*” Berdasarkan paparan hasil dan pembahasan penelitian, maka peneliti dapat menyimpulkan Strategi komunikasi Basic Training (LK I) HMI Cabang Batusangkar menggunakan strategi komunikasi secara langsung (face to face) dan komunikasi secara tidak langsung (media) dan juga komunikasi atas bawah (top down), sementara dalam proses kaderisasi anggota baru lebih memerlukan strategi komunikasi pra kondisi, tebar jala, dan tombak. Setelah itu dalam penyampaian materi, komunikasi yang dipakai dengan cara Doktrinisasi, Dekonstruksi dan Rekonstruksi. Sedangkan mode yang dipakai dalam penyampaian materi adalah metode ceramah, diskusi, tanya jawab dan juga evaluasi serta follow up.¹⁰

Ketiga, skripsi Herman “*strategi kaderisasi hmj manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas mahasiswa*” Format materi dalam kegiatan kaderisasi HMI

⁹ Fahri Khusaini, “*Strategi Komunikasi Organisasi Mahasiswa Walisongo Pencinta Alam (Mawapala) Dalam Menyampaikan Pesan An-Nadhafatu Minal Iman.*” (Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

¹⁰ Mukhtar Rahmad, “*Strategi Komunikasi Basic Training (Lk I) Hmi Cabang Batusangkar.*” (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2021).

Manajemen Dakwah mencakup kegiatan latihan dasar kepemimpinan, Upgrading, pelatihan Da'i Dalam kegiatan latihan dasar kepemimpinan mahasiswa materi, yang diberikan adalah Retorika, Metode Persidangan, Kepemimpinan, Keorganisasian. Dalam kegiatan Upgrading, dan mengembangkan intelektual, keterampilan dan kemampuan di bidang dakwah. Melakukan kegiatan follow up materi dengan dua metode yaitu metode kajian dan pendampingan dalam kepanitiaan. Strategi yang digunakan adalah konservatif.¹¹

F. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, Peneliti akan menguraikan terkait kerangka pembahasan yang dimana kerangka pembahasan ini akan menjadi sebuah acuan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini, yang peneliti gunakan terdiri dari 5 (lima) Bab yaitu:

Bab I : pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian Pustaka dan Landasan Teori terdiri dari Tinjauan Umum Tentang Komunikasi, Tinjauan Umum Tentang Strategi Komunikasi, Tinjauan Umum Tentang

¹¹ Herman “*Strategi Kaderisasi Hmj Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Kualitas Mahasiswa.*” (Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017).

Organisasi, membahas mengenai fungsi organisasi, tujuan organisasi, organisasi formal, organisasi non formal, organisasi profesi, Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Organisasi, membahas mengenai tentang pengertian komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, Tinjauan Umum Tentang Kaderisasi, Tinjauan Umum Tentang Pengembangan Organisasi dan Landasan Teori. Dan teori yang di pakai di dalam skripsi ini menggunakan Teori AIDDA yang artinya Attention (Perhatian), Interest (Minat), Desire (Hasrat), Decision (Keputusan) dan Action (Tindakan/ kegiatan).

Bab III Metodologi Penelitian terdiri dari gambaran umum tentang penelitian di PPT IMIKI UIN SMH Banten terdiri dari Metode penelitian apa yang di gunakan, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, metode pengumpulan data yg berisi (observasi, wawancara serta pendukung terakhir dalam sebuah data yaitu dokumentasi) dan langkah terakhir yang dilakukan penulis dengan menggunakan teknik analisis data.

Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan terdiri dari gambaran umum organisasi imiki uin smh banten yang terdiri dari profil, visi misi, struktur organisasi, database pengurus organisasi imiki uin smh banten, kaderisasi, serta strategi pengurus dalam mengembangkan kaderisasi di organisasi imiki uin smh banten, faktor pendukung dan penghambat

dalam pengembangan kaderisasi di organisasi imiki uin smh banten.

Bab V : Penutup meliputi kesimpulan, lampiran dan saran.

