ABSTRAK

KAMMI UPN Veteran Yogyakarta merupakan sebuah organisasi mahasiswa eksternal yang memiliki basis komisariat di kampus UPN Veteran Yogyakarta. Sebagai organisasi mahasiswa eksternal, KAMMI tidak memiliki afiliasi formal terhadap akses fasilitas kampus untuk melakukan agenda dan khususnya pada rekrutmen anggota baru organisasinya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh KAMMI UPN Veteran Yogyakarta dalam perekrutan anggota baru organisasi. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memakai konsep strategi komunikasi Hafied Cangara (2013) yang terdapat lima tahapan mulai dari penelitian, perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pelaporan sebagai kerangkanya. Pada penelitian ini juga mengkaji penggunaan media komunikasi pada rekrutmen dengan melihat animo pendaftar dari penggunaan media tersebut. Penulis melakukan wawancara dan dokumentasi sebagai penghimpunan data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini KAMMI UPN Veteran Yogyakarta telah menerapkan kelima tahapan dalam strategi komunikasi yang mereka lakukan pada perekrutan anggota baru namun belum mampu menarik secara siginifikan calon anggota baru untuk terekrut. Pada penggunaan media komunikasi, media digital ternyata tidak menjadi arus utama dalam sarana rekrutmen anggota baru karena *engagement* konten yang tinggi tidak sejalan dengan animo rekrutmen. Penggunaan media digital utamanya digunakan sebagai bentuk pengenalan atau informasi terkait eksistensi keaktifan organisasi. Rekrutmen anggota baru masih mengandalkan komunikasi antar prbadi melalui konsep *word of mouth* (WOM) dan *electronic word of mouth* (E-WOM). KAMMI UPN Veteran Yogyakarta memiliki banyak kesempatan dan peluang sebagai sebuah organisasi mahasiswa eksternal, namun independensi ini perlu penyesuaian yang lebih, dalam berbagai aspek seperti strategi komunikasi, rekrutmen, penggunaan media komunikasi dan lain sebagainya agar dapat terus menyerap sumber daya manusia pada generasi mendatang demi keberlanjutan estafet organisasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Media Komunikasi, Rekrutmen, Organisasi, KAMMI UPN Veteran Yogyakarta

ABSTRACT

KAMMI UPN Veteran Yogyakarta is an external student organization with a chapter based at the UPN Veteran Yogyakarta campus. As an external student organization, KAMMI lacks formal access to campus facilities for conducting its activities, particularly regarding new member recruitment. This study aims to examine the communication strategies employed by KAMMI UPN Veteran Yogyakarta for recruiting new members. The researcher utilized a qualitative descriptive method, adopting Hafied Cangara's (2013) communication strategy framework, which comprises five stages: research, planning, implementation, evaluation, and reporting. The study also analyzes the use of communication media in recruitment by observing applicant interest generated through these channels. Data collection was conducted via interviews and document analysis. The findings reveal that while KAMMI UPN Veteran Yogyakarta implemented all five stages of the communication strategy, it failed to attract a significant number of new recruits. Regarding communication media, digital platforms did not serve as the primary recruitment channel, as high content engagement did not translate into actual recruitment interest; instead, digital media was primarily used to introduce the organization and showcase its active presence. New member recruitment still relies heavily on interpersonal communication, specifically through word-of-mouth (WOM) and electronic word-of-mouth (E-WOM) channels. Although KAMMI UPN Veteran Yogyakarta possesses numerous opportunities as an external student organization, its independent status requires further adjustments across aspects such as communication strategy, use of communication media, and recruitment to ensure it can continue to attract future generations of members and sustain the organization's continuity.

Keywords **:** *Communication Strategy, Communication Media, Recruitment, Organization, KAMMI UPN Veteran Yogyakarta*