



**POLA KOMUNIKASI HIPMI PUSAT DAN DAERAH PADA
PROGRAM *HIPMI GOES TO SCHOOL* UNTUK
MENGEMBANGKAN JIWA *SOSIOPRENEURSHIP***



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH:
MARIA FIFI YANTI
55216110047

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**



**POLA KOMUNIKASI HIPMI PUSAT DAN DAERAH PADA
PROGRAM *HIPMI GOES TO SCHOOL* UNTUK
MENGEMBANGKAN JIWA *SOSIOPRENEURSHIP***

(sosialisasi program *HIPMI Goes To School* di Sekolah-sekolah)

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
OLEH:
MARIA FIFI YANTI
55216110047**

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

ABSTRACT

The Indonesian Young Entrepreneurs Association (HIPMI) is an organization focused on developing entrepreneurship among Indonesia's young generation. This study intends to determine the communication patterns of HIPMI in implementing HIPMI Goes to School. This study aims to identify the flow of messages, barriers in the communication patterns of HIPMI through the HIPMI Goes to School program to foster the spirit of Social Entrepreneur in Indonesia's young generation. This research uses a case study method with a paradigm of the constructivist approach. Data obtained through in-depth interviews, literature study, observation, and internet searching. The data analysis techniques are carried out, through several stages, namely data reduction, data collection, data presentation, drawing conclusions, and evaluations. The results of the HIPMI organizational communication pattern research in implementing the HIPMI Goes to School program is the Triangle Pipe pattern. The obstacles in the organization's communication patterns in the HIPMI Goes to School activities are more on the busyness and time distribution of members who have other duties besides organizational tasks. The role in organizational communication patterns in HIPMI Goes to School activities is carried out following their respective responsibilities, both those that act as opinion leaders, gatekeepers, bridges, cosmopolites, liaison, and isolates.

Keywords: Central and Regional HIPMI, Organizational Communication Patterns, Social Entrepreneurs

ABSTRAK

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) merupakan organisasi yang fokus terhadap pengembangan wirausaha dikalangan generasi muda Indonesia. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pola komunikasi organisasi HIPMI dalam melaksanakan HIPMI *Goes to School*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui arus pesan, hambatan dalam pola komunikasi organisasi HIPMI melalui program HIPMI *Goes to School* dalam upaya menumbuhkan semangat *Social Entrepreneur* di generasi muda Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan paradigma konstruktivisme. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, studi pustaka, observasi, dan internet searching. Adapun teknik analisis data yang dilakukan, melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi. Hasil dari penelitian pola komunikasi organisasi HIPMI dalam melaksanakan program HIPMI *Goes to School* adalah pola komunikasi *Triangle Pipe*. Hambatan dalam pola komunikasi organisasi dalam kegiatan HIPMI *Goes to School* lebih kepada kesibukan dan pembagian waktu dari anggota yang memiliki tugas lain selain tugas organisasi. Peranan dalam pola komunikasi organisasi di dalam kegiatan HIPMI *Goes to School* dijalankan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing, baik itu yang berperan sebagai *opinion leader*, *gatekeeper*, *bridge*, *cosmopolities*, *liaison*, dan *isolate*.

Kata Kunci : HIPMI Pusat dan Daerah, Pola Komunikasi Organisasi, HIPMI *Goes to School*, *Sosiopreneurship*



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Pola Komunikasi Hipmi Pusat Dan Daerah Pada Program Hipmi Goes To School Untuk Mengembangkan Jiwa Sosiopreneurship

Nama : Maria Fifi Yanti

NIM : 55216110047

Program : Magister Ilmu Komunikasi

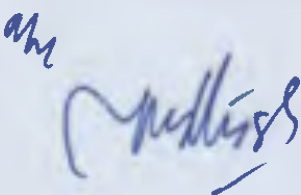
Tanggal : 22 Oktober 2019

UNIVERSITAS
Mengesahkan,
MERCU BUANA
Pembimbing,


Dr. Henni Gusfa, M.Si

Direktur

Program Pascasarjana



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi

Maglster Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pola Komunikasi Hipmi Pusat Dan Daerah Pada Program Hipmi Goes To School Untuk Mengembangkan Jiwa Sosiopreneurship

Nama : Maria Fifi Yanti

NIM : 55216110047

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 22 Oktober 2019

Merupakan hasil studi pustaka dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Oktober 2019



(Maria Fifi Yanti)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Maria Fifi Yanti
NIM : 55216110047
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

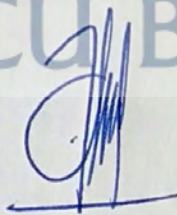
“Pola Komunikasi Hipmi Pusat Dan Daerah Pada Program Hipmi Goes To School Untuk Mengembangkan Jiwa Sosiopreneurship”

telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 21 September 2020 didapatkan nilai persentase sebesar 25%.

Jakarta, 22 Oktober 2019

Administrator Turnitin

MERCU BUANA



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: **Pola Komunikasi HIPMI Pusat dan Daerah Pada Program *HIPMI Goes To School* Untuk Mengembangkan Jiwa *Sosiopreneurship*** (sosialisasi program *HIPMI Goes To School* di Sekolah-sekolah).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana **Pola Komunikasi HIPMI Pusat dan Daerah Pada Program *HIPMI Goes To School* Untuk Mengembangkan Jiwa *Sosiopreneurship*** (sosialisasi program *HIPMI Goes To School* di Sekolah-sekolah)..

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Direktur Program Pascasarjana, Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, dan seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi yang selalu mendorong untuk menyelesaikan studi tepat pada waktunya.

3. Dr. Henni Gusfa, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Terima kasih sudah sabar banget sama saya Ibu!
4. Suami tercinta Bakhtiar, S,Pd.I, kedua orang tua serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, memotivasi dan mendukung dalam penyelesaian tesis ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia.



Maria Fifi Yanti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	vii
PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori.....	30
2.2.1 Komunikasi Organisasi	30
2.2.2 Aliran Informasi	30
2.2.3 Pola Aliran Informasi.....	33
2.2.4 Arah Aliran Informasi.....	33
2.3 Pola Komunikasi Organisasi	35

2.4	Saluran Komunikasi Organisasi	38
2.5	Teori Weick Pengorganisasian	39
2.6	Social Entrepreneurship (<i>Sociopreneurship</i>)	40
2.7	Kerangka Pemikiran	47
BAB III	49
3.1	Objek Penelitian	49
3.2	Paradigma Penelitian	49
3.3	Metode Penelitian	49
3.4	Subjek Penelitian	50
3.5	Teknik Pengumpulan data	50
3.5.1	Observasi	50
3.5.2	Wawancara	51
3.5.3	Dokumentasi	52
3.6	Sumber Data	52
3.6.1	Data Primer	52
3.6.2	Data Sekunder	52
3.7	Teknik Analisa Data	53
3.8	Pengujian Kredibilitas Data	53
BAB IV	58
4.1	Hasil Penelitian	58
4.1.1	Deskripsi Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1.1	Sekilas Perjalanan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia(HIPMI) 58	
4.1.1.2	Organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI)	59
4.1.1.3	Motto	60
4.1.1.4	Bentuk Organisasi	60
4.1.1.5	Struktur Organisasi	60
4.1.1.6	Keanggotaan	62
4.1.1.7	Jenis Usaha Anggota	63
4.1.1.8	Program HIPMI	64
4.1.1.9	Posisi HIPMI	65

4.1.1.10	Fungsi Kewenangan Organisasi.....	65
4.1.1.11	Kebijakan Internal HIPMI	70
4.1.1.12	Platform Perjuangan HIPMI kedepan.....	70
4.1.2	Deskripsi Data Penelitian.....	70
4.1.2.1	Program HIPMI <i>Goes to School (HGTS)</i>	70
4.1.2.2	Tujuan Program HIPMI <i>Goes To School “HGTS”</i>	72
4.1.2.3	Pola Komunikasi BPP dan BPD Pada Program HGTS.....	76
4.1.2.4	Kendala Dalam Program “ <i>HIPMI Goes to School</i> ”.....	79
4.2	Pembahasan	83
BAB V	88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel penelitian terdahulu.....	22
Tabel 2.6. Tabel kerangka pemikiran.....	53
Tabel 3.4. Tabel Subjek Penelitian	55
Tabel 4.1. Jumlah Wirausahawan Indonesia.....	65
Tabel 4.2. Kriteria Informan.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Konsep <i>Sociopreneur</i>	47
Gambar 2.5 Konsep <i>Sociopreneur</i>	48
Gambar 4.1. Bagan struktur organisasi HIPMI (Profile HIPMI, 2011).....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....

Lampiran 2.....



UNIVERSITAS
MERCU BUANA