KOMUNIKA BANGSA: Jurnal Ilmu Komunikasi
Vol 3, No 1, September 2025
ISSN: 3026-4049

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI TEATER SUNDA KIWARI DALAM MENYUKSESKAN FESTIVAL DRAMA BASA SUNDA (FDBS)

Andriansah
andriansah@fasos.ukri.ac.id, Universitas Kebangsaan Repiublik Indonesia

Abstract. *This study aims to describe the organizational communication strategy of the Kiwari Sundanese Theatre in ensuring the success of the 22nd Sundanese Drama Festival (FDBS) in 2024. The research approach used was qualitative with descriptive methods, through in-depth interviews, observations, and documentation studies of administrators, members, and related parties in organizing the festival. The results of the study indicate that the Kiwari Sundanese Theatre implements a structured organizational communication strategy in three main dimensions: internal communication, external communication, and public communication. Internal communication is carried out through regular meetings, online groups, and a clear division of tasks to strengthen coordination between members. External communication is realized in collaboration with the Government, sponsors, the media, and other arts communities as an effort to expand networks and support. Meanwhile, public communication is focused on promoting the festival through social media, radio broadcasts, and creative campaigns based on local wisdom to attract the attention of the wider community. The implemented strategy is considered effective in increasing participation, enthusiasm, and the success of the 22nd FDBS. This study recommends strengthening digital-based communication innovation and increasing human resource capacity within the organization to face the challenges of organizing festivals in the future.*
Keywords: *communication strategy, arts organization, Sunda Kiwari Theatre, Sundanese Drama Festival, organizational communication*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi organisasi Teater Sunda Kiwari dalam menyukseskan pelaksanaan Festival Drama Basa Sunda (FDBS) XXII tahun 2024. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, melalui teknik wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap pengurus, anggota, serta pihak terkait dalam penyelenggaraan festival. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teater Sunda Kiwari menerapkan strategi komunikasi organisasi yang terstruktur dalam tiga dimensi utama: komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan komunikasi publik. Komunikasi internal dilakukan melalui rapat rutin, grup daring, dan pembagian tugas yang jelas untuk memperkuat koordinasi antar anggota. Komunikasi eksternal diwujudkan dalam kerja sama dengan pihak Pemerintah, sponsor, media, dan komunitas seni lain sebagai upaya memperluas jaringan dan dukungan. Sementara itu, komunikasi publik difokuskan pada promosi festival melalui media sosial, siaran radio dan kampanye kreatif berbasis kearifan lokal untuk menarik perhatian masyarakat luas. Strategi yang diterapkan dinilai efektif dalam meningkatkan partisipasi, antusiasme, dan keberhasilan pelaksanaan FDBS XXII. Penelitian ini merekomendasikan penguatan inovasi komunikasi berbasis digital serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam organisasi untuk menghadapi tantangan penyelenggaraan festival di masa mendatang.

Kata kunci: strategi komunikasi, organisasi seni, Teater Sunda Kiwari, Festival Drama Basa Sunda, komunikasi organisasi

PENDAHULUAN

Kesenian tradisional merupakan salah satu pilar penting dalam melestarikan dan mengembangkan kebudayaan suatu bangsa, Yoeti (1985, hlm.2) menyatakan, seni budaya tradisional adalah seni budaya yang sejak lama turun-temurun telah hidup dan berkembang pada suatu daerah tertentu. Kesenian akan tetap lestari sampai bertahun-tahun lamanya jika masyarakat setempat selalu menjaga, merasa memiliki sebagai wujud rasa tanggung jawab dalam melestarikan kebudayaannya sendiri. dijawa barat teater sunda kiwari dengan segala kekhasan nilai-nilai lokalnya memiliki peran strategis dalam menjaga identitas budaya sunda ditengah arus gelobalisasi (nisa 2020)

Teater Sunda Kiwari merupakan salah satu kelompok teater yang difokuskan pada pelestarian dan pengembangan bahasa dan budaya Sunda melalui seni pertunjukan drama dengan menggunakan bahasa Sunda yang menjadi ciri khas dalam pementasannya. Teater sunda kiwari juga merupakan salah satu kelompok teater yang sudah lama eksis di panggung budaya jawa barat, mereka lahir dari rahim keinginan membangkitkan minat dan kecintaan generasi muda terhadap bahasa sunda.

Para artis datang dari komunitas tingkat Rukun Warga (RW) di daerah Karapitan, Kelurahan Cikawao, Bandung melalui R. Dadi Danusubrata dan R. Hidayat Suryalaga pada 16 januari 1975, hingga menjadi kelompok teater yang dikenal luas oleh masyarakat. Menurut Achmad Kasim (1981), dalam Masunah dan Narawati (2012, hlm.138), kesenian tradisional adalah suatu bentuk seni yang bersumber dan berakar serta telah dirasakan sebagai milik sendiri oleh masyarakat dan lingkungannya. Pengolahannya berdasarkan atas cita-cita masyarakat pendukungnya . cita rasa di sini mempunyai pengertian yang luas, termasuk 'nilai kehidupan tradisi', pandangan hidup, pendekatan falsafah, rasa etis dan estetis serta ungkapan budaya lingkungan. Hasil kesenian tradisional biasanya diterima sebagai tradisi, pewarisan yang dilimpahkan dari angkatan tua ke angkatan muda. (nisa, 2020)

Teater Sunda Kiwari dikenal sebagai organisasi teater aktif yang terus berupaya melestarikan seni pertunjukan berbasis budaya sunda yang berdomisili di kota bandung jawa barat. Sejak berdiri, teater sunda kiwari berperan penting dalam menjaga eksistensi drama bahasa sunda melalui berbagai kegiatan, salah satunya penggagas penyelenggaraan Festival Drama Bahasa Sunda (FDBS) yang sudah berlangsung lebih dari dua dekade.

Festival ini menjadi wadah apresiasi, edukasi serta regenerasi seniman muda dalam bidang drama berbahasa sunda. Caturwati (2007, hlm.162-163) bahwa "Seni pertunjukan tradisional bersumber dari peristiwa-peristiwa adat yang khas dari masyarakat setempat yang kemudian membeku dan berkembang secara turun temurun dari generasi di lingkungan masyarakatnya.FDBS merupakan ajang bergengsi yang diselenggarakan secara berkala untuk mengapresiasi, mengembangkan, dan mempopulerkan drama berbahasa Sunda di kalangan masyarakat luas, khususnya generasi muda.

Keberhasilan penyelenggaraan FDBS tidak hanya bergantung pada kualitas artistik pementasan, namun juga sangat ditentukan oleh efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh organisasi penyelenggara. Dalam konteks FDBS XXII Tahun 2024, Teater Sunda Kiwari memiliki peran krusial sebagai motor penggerak yang bertanggung jawab atas kesuksesan festival secara keseluruhan. Sejalan dengan apa yang diungkapkan (R. Wayne Pace, 1979) dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication,* menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu: (a) *to secure understanding, (b)to establish acceptance, (c) to motivate action.*

Menyukseskan sebuah festival berskala regional seperti FDBS XXII Tahun 2024 bukanlah tugas mudah, diperlukan perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi komunikasi yang matang untuk mencapai tujuan-tujuan festival, seperti peningkatan

partisipasi, perluasan jangkauan audiens, pencitraan positif, serta keberlanjutan kegiatan. Berbagai tantangan komunikasi mungkin muncul, mulai dari keterbatasan sumber daya, persaingan dengan bentuk hiburan modern, hingga kurangnya pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai drama berbahasa Sunda. Oleh karena itu, strategi komunikasi organisasi menjadi faktor determinan dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan memastikan FDBS XXII Tahun 2024 dapat berjalan optimal dan mencapai target yang diharapkan.

Quinn dan Mintzbreg (1991:23) berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal, yaitu: a). *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan, b). *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama, c). *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasi sesuati pada posisi yang tepat, d). *Strategy as a perspective.* Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi, d). *Strategy as a play.* Strategi merupakan cara bermain atau menuver spesifik yang dilakukan organisais dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau competitor (Edi Suryadi, 2018)

Penelitian ini memandang pentingnya untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Teater Sunda Kiwari merumuskan dan mengimplementasikan strategi komunikasinya dalam menyukseskan FDBS XXII Tahun 2024. Fokus penelitian akan mencakup berbagai aspek komunikasi organisasi, seperti komunikasi internal di antara anggota dan panitia, komunikasi eksternal dengan pihak sponsor, media massa, pemerintah, komunitas seni, serta masyarakat umum. Pemahaman terhadap strategi komunikasi yang efektif dari Teater Sunda Kiwari diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan organisasi seni teater di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, serta menjadi studi kasus yang berharga bagi pengelolaan event seni budaya di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mengungkap praktik terbaik komunikasi organisasi dalam konteks pelestarian dan pengembangan seni budaya tradisional.

KAJIAN TEORITIS

Strategi merupakan rencana menyeluruh yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang efektif dan efisien, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.pernyataan sama juga diungkapkan Effendy (2003) Strategi adalah perencanaan komunikasi yang menyeluruh, yang mencakup cara, teknik, pendekatan, dan langkah-langkah untuk menyampaikan pesan kepada penerima agar tujuan tercapai secara efektif. Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa strategi bukan sesuatu yang spontan atau asal-asalan, melainkan dirancang secara terencana & lengkap. Strategi juga memuat unsur secara detail bagaimana komunikasi dilakukan. Strategi selalu fokus kepada siapa target komunikasinya (Audiens/khalayak sasaran) serta pesan yang dibuat disesuikan supaya mudah diterima oleh mereka. Hasil akhir yang ingin dicapai dari komunikasi harus sesuai dengan tujuan organisasi dan cara yang dipilih harus benar-benar tepat guna.

Deddy Mulyana (2007) dalam Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi mengungkapkan bahwa Komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin *Communis* yang berarti sama. *Communico, Communicatio* atau *Communicare* yang berarti membuat sama *(make to common).* Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya *(Communication*

depends on our ability to understand one another). Didalam sebuah organisasi komunikasi sangat penting dalam menyampaikan ide gagasan dengan tujuan dapat mempengaruhi khalayak sasasaran. Menurut Everett M. Rogers (1983) Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari satu sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah perilaku mereka. Dalam hal ini komunikasi bukanlah sesuatu yang terjadi sekali & selesai, tetapi sebuah rangkaian aktivitas yang berlangsung dari awal hingga akhir. inti dari komunikasi adalah ide, gagasan, pesan, atau informasi yang dimiliki oleh pengirim (sumber) disampaikan kepada orang lain. Komunikasi terjadi minimal antara dua pihak dengan tujuan mempengaruhi penerima pesan.

Organisasi merupakan Sebuah tempat atau wadah bagi orang-orang untuk berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terpimpin dan terkendali untuk mencapai tujuan bersama. *R. Wayne Pace, Don F. Faulos yang diterjemahkan oleh Deddy Mulyana (2006)* dalam Komunikasi Organisasi Strategi meningkatkan kinerja perusahaan megungkapkan bahwa Organisasi adalah sebuah wadah yang menampung orang-orang dan obyek-obyek; orang-orang dalam organisasi yang berusaha mencapai tujuan bersama. Pernyataan sama juga diungkapkan oleh *stoner* dikutip dari Wikipedia.org Organisasi adalah suatu pola hubungan-hubungan yang melalui mana orang-orang di bawah pengarahan atasan mengejar tujuan bersama. hal senada juga di ungkapkan oleh James D. Mooney Organisasi adalah bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai tujuan bersama.

Berorganisasi bukan hanya dilakukan oleh satu organisasi saja (kumpulan individu) berorganisasi dapat pula dilakukan secara besar lagi dalam hal ini organisasi dengan organisasi yang memilik tujuan yang sama seperti yang diungkapkan Stephen P. Robbins yang dikutip dari Wikipedia.org Organisasi adalah kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan. Orang-orang yang ada di dalam suatu organisasi mempunyai suatu keterkaitan yang terus menerus. Rasa keterkaitan ini, bukan berarti keanggotaan seumur hidup. Akan tetapi sebaliknya, organisasi menghadapi perubahan yang konstan di dalam keanggotaan mereka, meskipun pada saat mereka menjadi anggota, orang-orang dalam organisasi berpartisipasi secara relatif teratur. (Asri et al., 2022)

Komunikasi organisasi merupakan bentuk pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi yang berada dalam organisasi tertentu. Organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi melibatkan manusia sebagai subyek yang terlibat dalam proses menerima, menafsirkan dan bertindak atas informasi. "Komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun setidak-tidaknya seseorang yang menduduki suatu jabatan menafsirkan suatu pertunjukan pesan" (R. Wayne Pace, Don F. Faulos terjemahan Deddy Mulyana, 2006 hlm. 37).

Strategi komunikasi organisasi merupakan serangkaian perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif. Dalam konteks organisasi seni, seperti Teater Sunda Kiwari, strategi komunikasi menjadi kunci untuk menyukseskan kegiatan besar seperti Festival Drama Basa Sunda (FDBS) XXII tahun 2024, yang berperan penting dalam pelestarian dan pengembangan seni drama berbahasa Sunda. Komunikasi organisasi merupakan proses penciptaan, penyampaian, dan pemahaman pesan antar anggota dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama (Pace & Faules, 2010). Komunikasi yang efektif dalam organisasi akan mendukung koordinasi, kolaborasi, serta keterlibatan semua pihak dalam mencapai visi dan misi organisasi. Menurut Littlejohn &

Foss (2009), komunikasi organisasi dapat berlangsung melalui: Komunikasi internal, yaitu komunikasi di antara anggota organisasi yang meliputi komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal dan Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi organisasi dengan pihak-pihak di luar organisasi untuk membangun citra, mendapatkan dukungan, dan memperluas jaringan.

Strategi komunikasi adalah perencanaan pesan komunikasi secara sistematis yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu (Effendy, 2003). Strategi komunikasi menyangkut cara, teknik, saluran, dan waktu yang dipilih agar pesan dapat diterima dengan efektif oleh khalayak sasaran. Menurut Cangara (2011), strategi komunikasi melibatkan tiga unsur penting: Komunikator: pihak yang menyusun dan menyampaikan pesan. Pesan: isi atau materi komunikasi yang ingin disampaikan. Khalayak: pihak yang menjadi sasaran pesan. Dalam konteks penyelenggaraan FDBS, strategi komunikasi organisasi teater mencakup: Perencanaan komunikasi internal untuk koordinasi antar anggota dan Penyusunan pesan promosi yang menarik dan relevan dengan nilai-nilai budaya Sunda serta Pemilihan media komunikasi yang tepat untuk menjangkau masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Metodelogi penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Teater Sunda Kiwari merumuskan dan mengimplementasikan strategi komunikasinya dalam menyukseskan FDBS XXII Tahun 2024. Denzin & Lincoln (2011) dalam *Qualitative Reseach* mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu aktivitas yang menempatkan penelitinya didunia. Peneliitian kualitatif terdiri dari serangkaian praktik penafsiran material yang membuat dunia menjadi terlihat, praktik-praktik ini mentransformasi dunia. Mereka mengubah dunia menjadi serangkaian refresentasi, yang mencakup berbagai catatan, lapangan, wawancara, percakapan, foto, rekaman, dan catatan pribadi. Dalam hal ini penelitian kualitatif melibatkan suatu pendekatan penafsiran yang naturalistik terhadap dunia. Dengan demikian penelitian kualitatif berarti memepelajari benda-benda di lingkungan alamiahnya, berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena dalam sudut pandang makna-makna yang diberikan oleh masyarakat kepada mereka (Denzim & Lincoln, 2011 hlm. 3).

John W. Creswell (2013) dalam *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* mengungkapkan bahwa penelitian kulaitatif dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka penafsiran/teoritis yang membentuk atau memengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait dengan makna yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia. Proses rancangan penelitian kualitatif ini dimulai dengan asumsi umum dalam penelitian kualitatif, dan penafsiran/teoritis dan topik penelitian. Setelah menjelaskan persoalan yang akan diteliti, peneliti mengajukan pertanyaan penelitian terbuka bagaimana strategi Komunikasi organisasi teater sunda kiwari dalam menyukseskan Festival Drama Basa Sunda XXII Tahun 2024, mengumpulkan data untuk menjawab pertanyaan ini dan memaknai data tersebut dengan mengelompokkannya menjadi kode, tema, atau kategori serta dimensi yang lebih besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi organisasi Teater Sunda Kiwari

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi organisasi Teater Sunda Kiwari dalam menyukseskan pelaksanaan Festival Drama Basa Sunda (FDBS) XXII tahun 2024. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi komunikasi organisasi baik di internal maupun eksternal organisasi, Bentuk dan saluran komunikasi yang digunakan dan hambatan yang dihadapi, serta cara organisasi dalam mengatasi hambatan tersebut. Dalam menjalankan akrtivitas berkesenian, Teater Sundakiewari tidak terlepas dari strategi komunikasi untuk mewujudkan rencana yang telah disusun sebagai perwujudan dari rencana yang sudah ditetapkan sejak awal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teater Sunda Kiwari menerapkan strategi komunikasi yang terencana, partisipatif, dan berbasis budaya. Strategi ini sesuai dengan prinsip komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh (Pace dan Faules (2010), bahwa komunikasi organisasi merupakan aliran pesan di dalam jaringan hubungan manusia yang bertujuan untuk mencapai sasaran tertentu. Upaya Teater Sunda Kiwari dalam membangun koordinasi internal yang kuat serta menjalin relasi eksternal dengan para pemangku kepentingan merupakan cerminan dari pemahaman akan pentingnya komunikasi dalam keberhasilan organisasi.

Secara internal, komunikasi organisasi dilakukan untuk memastikan seluruh anggota memahami tujuan kegiatan, peran masing-masing, dan tahapan waktu pelaksanaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Robbins dan Judge (2017), yang menyebutkan bahwa komunikasi internal yang efektif dapat meningkatkan kepuasan kerja, motivasi, dan produktivitas anggota organisasi. Dalam praktiknya, Teater Sunda Kiwari memanfaatkan forum rapat rutin, grup WhatsApp, serta pembagian tugas yang jelas, baik secara formal maupun informal. Pendekatan komunikasi yang digunakan bersifat partisipatif, sehingga anggota merasa memiliki tanggung jawab kolektif terhadap keberhasilan festival. Pendekatan partisipatif ini terbukti efektif dalam meningkatkan solidaritas, sebagaimana ditegaskan oleh Kreps, (1990) bahwa komunikasi partisipatif memperkuat komitmen anggota terhadap tujuan bersama organisasi.

Sumber: Laporan FDBS XXII/2024

Gambar 1, Aktor panggung Sunda Kiwari

Sementara strategi komunikasi eksternal difokuskan pada promosi, publikasi, dan penggalangan dukungan dari pihak luar. Teater Sunda Kiwari memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, mengirim siaran pers ke media lokal, serta melakukan komunikasi persuasif kepada sponsor, pemerintah daerah, dan komunitas seni lainnya. Gaya komunikasi eksternal ini bersifat kolaboratif dan menekankan pada nilai-nilai budaya Sunda sebagai keunggulan identitas. Strategi ini mendukung pandangan Cutlip, Center, dan Broom (2006), yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi yang baik melibatkan upaya untuk menciptakan hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik melalui pemahaman terhadap nilai-nilai yang relevan.

Sumber: instagram FDBS_Sundakiwari

Gambar 2, Pertunjukan FDBS 2024 di TVRI Jabar

Dalam prosesnya, beberapa hambatan komunikasi ditemukan, seperti keterbatasan anggaran publikasi, perbedaan persepsi antar anggota pada awal perencanaan, serta keterbatasan jangkauan promosi ke luar kota. Namun demikian, hambatan tersebut berhasil diatasi dengan cara memanfaatkan media digital yang lebih ekonomis dan luas jangkauannya, meningkatkan keterbukaan komunikasi internal, serta menjalin kerja sama yang lebih intensif dengan pihak eksternal. Upaya ini selaras dengan pendapat Steers dan Black (1994) bahwa hambatan komunikasi dapat diminimalisir melalui kejelasan pesan, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan keterbukaan antaranggota organisasi.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan Teater Sunda Kiwari memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan festival, yang tercermin dari tingginya partisipasi peserta dan penonton, meningkatnya dukungan dari stakeholder, serta citra organisasi yang semakin positif di mata publik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan organisasi dalam menyelenggarakan kegiatan budaya berskala besar seperti FDBS.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi komunikasi organisasi Teater Sunda Kiwari dalam menyukseskan FDBS XXII tahun 2024 menekankan strategi komunikasi organisasi yang dijalankan bersifat terencana, partisipatif, dan adaptif, dengan fokus pada koordinasi internal yang baik dan komunikasi eksternal yang efektif, komunikasi internal dilakukan melalui rapat rutin, media sosial internal, dan pembagian peran yang jelas sehingga meningkatkan soliditas dan komitmen anggota, komunikasi eksternal dilakukan melalui publikasi di media sosial, siaran pers, dan kerja sama dengan media massa, sponsor, komunitas seni, serta pemerintah daerah dengan pendekatan persuasif berbasis nilai budaya, hambatan yang muncul, seperti keterbatasan dana komunikasi, perbedaan persepsi, dan keterbatasan jangkauan promosi, dapat diatasi melalui keterbukaan komunikasi, fleksibilitas strategi, dan kreativitas tim, strategi komunikasi yang efektif berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan pelaksanaan festival baik dari sisi partisipasi peserta, dukungan stakeholder, maupun publikasi kegiatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga jurnal berjudul *"Strategi Komunikasi Organisasi Teater Sunda Kiwari dalam Menyukseskan Festival Drama Basa Sunda (FDBS) XXII Tahun 2024"* ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada seluruh pengurus, anggota, dan pihak terkait dari Teater Sunda Kiwari yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga selama proses penelitian berlangsung. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Pimpinan di Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, serta rekan-rekan dosen yang telah memberikan mamsukan, dukungan serta semangat sehingga penulisan jurnal ini dapat tersusun dengan lancar.

DAFTAR REFERENSI

Asri, I., Pusdiklat, W., Kementerian, T. A., & Ri, A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBANGUN SEMANGAT KERJA PEGAWAI PUSDIKLAT TENAGA ADMINISTRASI KEMENTERIAN AGAMA RI. *Universitas Persada Indonesia Y.A.I)*, *3*, 267.

Cutlip, S. M. A. H. ,&Broom, G. m. M. (2006). *Effective Public Relations* . New Jersey: Pearson Education.

Denzin, N. K. , and Y. S. L. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (2011th ed.). Sage Publications.

Edi Suryadi. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung:Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. Uchjana. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. .Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kreps, G. L. (1990). *Organizational Communication : Theory and Practice.* . New York: Longman.

Nurul Khairun nisa. (2020). *TARI JAIPONG WAYANG SUBALI SUGRIWA KARYA YAYAN SHOFIYAN DI BENGKEL JAIPONG GALAK SINONGNONG'ART*. http://repository.upi.edu/57277/2/S_STR_1600056_Chapter1.pdf

Pace, R. W. , & F. D. F. (2006). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan (D. Mulyana, Trans.)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pace, R. W. ,&Faules,D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.

R. Wayne Pace, B. D. P. M. D. B. (1979). *Techniques for Effective Communication*. Addison-Wesley, 1979.

Ramadani, T. (2020). Komunikasi Organisasi pada Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional. *Jurnal Komunikasi*, *14*(2), 119–134. https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7076

Robbins, R. M. & Judge. T. A. (2017). *Organitazational Behavior (17th ed)*. Pearson.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations (3rd ed.)*. New York, NY: Free Press. .

Steers, R. M. & B. J. S. (1994). *Organizational Behavior* . New York: HarperCollins College Publishers.