

ABSTRAK

Sebagai satu-satunya lomba dari UKM Olahraga Universitas Telkom yang konsisten menyelenggarakan *event* nasional setiap tahun, TUNFC mencetak rekor peserta terbanyak dalam sembilan tahun terakhir pada tahun 2024 dengan peningkatan partisipasi 43,38% dari perguruan tinggi dan 31,03% dari jumlah tim dibanding tahun sebelumnya. Pencapaian ini menunjukkan efektivitas komunikasi organisasi panitia dalam mengelola informasi, membangun kepercayaan, dan melibatkan audiens. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran komunikasi organisasi dalam mendukung kesuksesan TUNFC 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretif serta pendekatan komunikasi organisasi Arnold dan Feldman, dan retorika untuk menganalisis peran komunikasi organisasi dalam kesuksesan TUNFC 2024. Hasil menunjukkan bahwa TUNFC menerapkan strategi komunikasi organisasi melalui empat tahap, yaitu *attention* dengan forum aktif dan media visual, *comprehension* melalui komunikasi dua arah dengan ruang klarifikasi dan *feedback*. Pada tahap *acceptance as True*, panitia membangun kepercayaan melalui pengalaman dan posisi formal. Sedangkan pada tahap *retention*, panitia memperkuat daya ingat anggota melalui pencatatan, pengulangan pesan, dan diskusi. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi di bidang *public relations* dengan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya komunikasi organisasi yang efektif dalam mendukung keberhasilan kegiatan organisasi, khususnya dalam sebuah *event* kampus.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Perhatian, Pemahaman, Penerimaan Kebenaran, Retensi, TUNFC