

**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM  
PENGEMBANGAN RUMAH DA'I DI FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam  
Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

**Oleh:**

**Veni Selviyani  
1641010168**

**Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMUKOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H/ 2020 M**

**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM  
PENGEMBANGAN RUMAH DA'I DI FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**SKRIPSI**

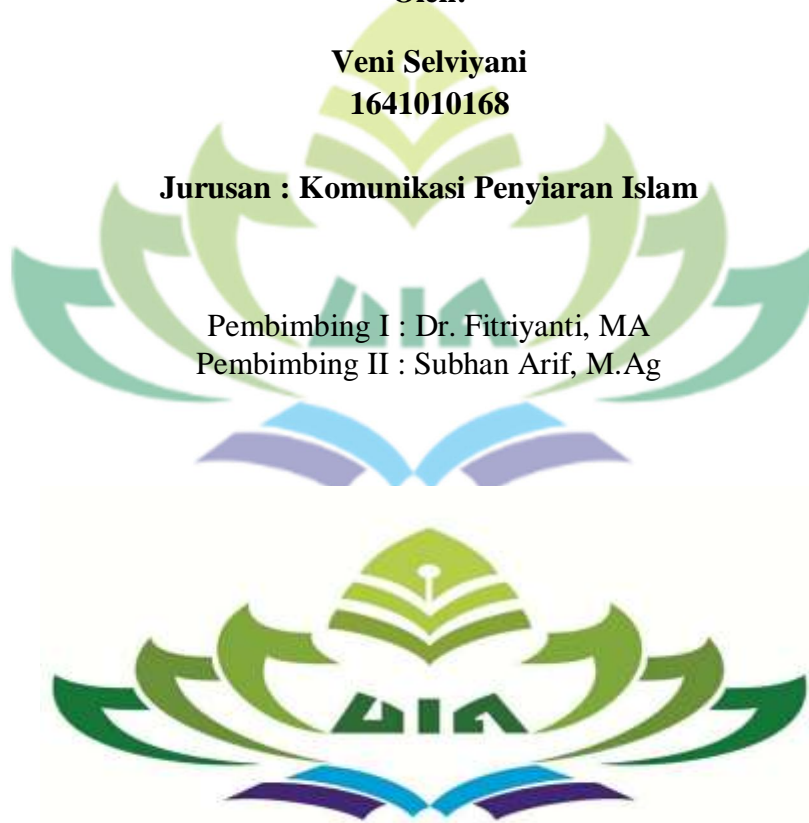
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam  
Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

**Oleh:**

**Veni Selviyani  
1641010168**

**Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam**

Pembimbing I : Dr. Fitriyanti, MA  
Pembimbing II : Subhan Arif, M.Ag



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H/ 2020 M**

## ABSTRAK

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi organisasi dalam pengembangan rumah da'i di Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian *field research* atau lapangan yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden. Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Dengan pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer di dapat dari hasil obsevasi, wawancara dan dokumentasi kepada anggota UKM Rumah Da'i. sedangkan data sekunder di dapat dari literatur buku dan pedoman kepustakaan. Adapun sample penelitian yang di gunakan sebanyak 10 orang dari seluruh pengurus UKM Rumah Da'i. Dari hasil penelitian dapat di ambil kesimpulan bahwa komunikasi organisasi dalam pengembangan Rumah Da;i di Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi UIN Raden Intan Lampung yakni sudah terbangun secara sistematis dimana komunikasi organisasi yang terdapat dalam UKM Rumah Da'i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung menggunakan teori yaitu downward Communication, dimana komunikasi organisasi UKM Rumah Dai juga mengaplikasikan upward communication yakni penyampaian pesan yang dilakukan oleh bawahan kepada atasan atau bisa dimaksudkan dari bawahan kepada atasan. Hal ini dirasa penting karena di dalam komunikasi organisasi secara bottom up ini dari bawahan dapat berpartisipasi dalam memberikan saran maupun pertanyaan terkait organisasi. Komunikasi ke atas ini merupakan salah satu upaya pimpinan memberi kesempatan kepada bawahan untuk mengutarakan ide dan gagasannya dalam mencapai keputusan untuk pengembangan lembaga. Keberhasilan dalam komunikasi porganisasi untuk pengembangan Rumah Da'i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Rden Intan Lampung terdapat dua arus komunikasi organisasi baik internal maupun eksternal.

**PERSETUJUAN**

Judul : **KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENGEMBANGAN  
RUMAH DA'I DI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN  
INTAN LAMPUNG**

Nama : **Veni Selviyani**

NPM : **1641010168**


Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

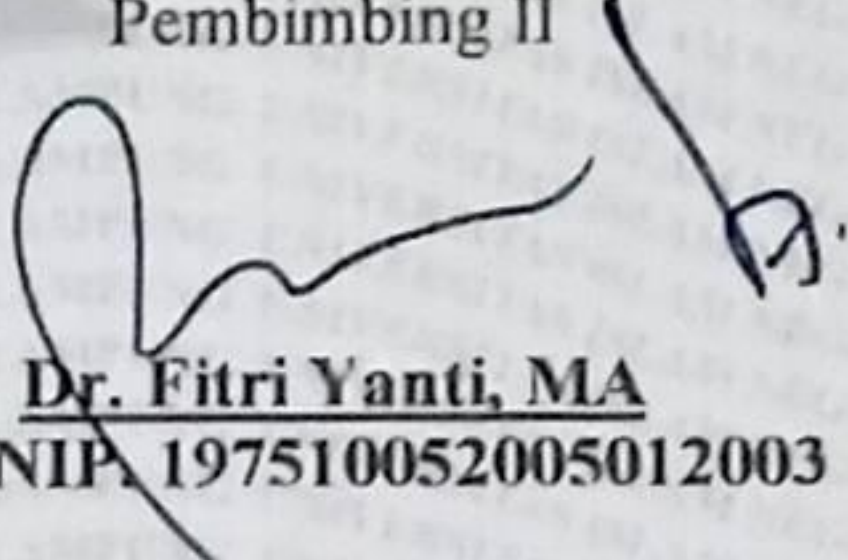
**MENYETUJUI**

Untuk di Munaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

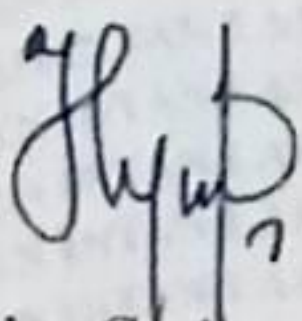
Pembimbing I

  
**Subhan Arif, S.Ag., M.Ag**  
**NIP. 196807201996031002**

Pembimbing II

  
**Dr. Fitri Yanti, MA**  
**NIP. 197510052005012003**

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

  
**M. Apun Syaripudin, S. Ag., M. Si**  
**NIP. 197209291998031003**



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

*Alamat : Jl. Letkol. H Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Telp. (0721) 704030*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul "**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENGEMBANGAN RUMAH DA'I DI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, NPM: 1641010168, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**". Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Kamis 17 Desember 2020.

**TIM PENGUJI**

1. Ketua Sidang : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I
2. Sekretaris Sidang : Siti Wuryan, S.Sos.I.,M.Kom.I
3. Penguji I : Badaruddin., S.Ag,M.Ag
4. Penguji II : Subhan Arif., S.Ag, M.Ag
5. Penguji III : Dr. Fitri Yanti, MA

(.....  
(.....  
(.....  
(.....  
(.....)

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Dakwah dan IlmuKomunikasi**

**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si  
NIP. 196104091990031002**

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama lengkap penulis adalah Veni Selviyani, dilahirkan di Puramekar pada hari Selasa tanggal 03 Maret 1998. Penulis merupakan anak kelima dari pasangan Bapak Risan dan Ibu Wardiati.

Pendidikan pertama penulis di SDN 1 Puramekar Lampung Barat dan lulus pada tahun 2010. Dilanjutkan menempuh pendidikan di MTsN 2 Bandar Lampung pada tahun 2013, dan melanjutkan pendidikan ke SMA Al-Azhar3 Bandar Lampung telah lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Program Strata Satu (S1) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2019 penulis telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Negeri Agung, Kecamatan Margatiga, Kabupaten Lampung Timur.

Bandar Lampung, Desember 2020

Penulis

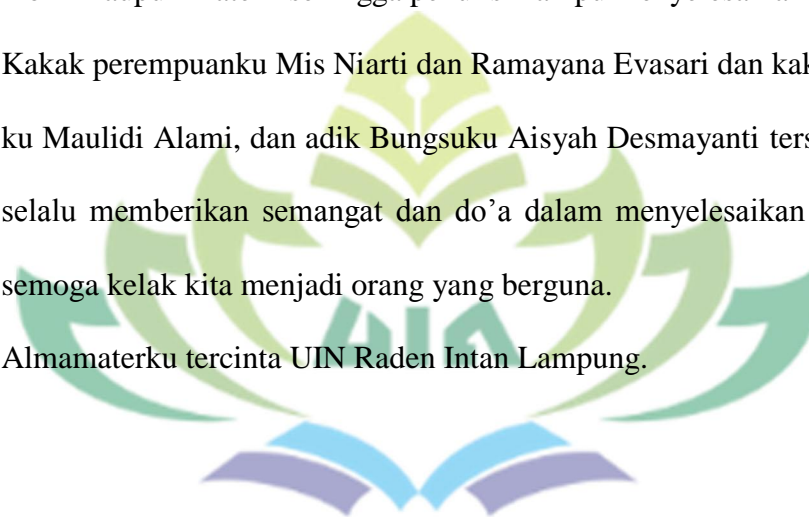
**Veni Selviyani**

**1641010168**

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur saya ucapkan Alhamdulillahilahirabbil'alamin kepada Allah SWT. Karena atas Rahmat dan hidayahnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan iman, taqwa dan rasa sabar. Karya tulis ini ku persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua ku yang tercinta Bapak Risan dan Ibu Wardiati yang telah memberika do'a serta dukungan yang tak terhingga kepada saya baik moril maupun materil sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak perempuanku Mis Niarti dan Ramayana Evasari dan kakak laki-laki ku Maulidi Alami, dan adik Bungsku Aisyah Desmayanti tersayang yang selalu memberikan semangat dan do'a dalam menyelesaikan skripsi dan semoga kelak kita menjadi orang yang berguna.
3. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati sebagai hamba Allah SWT yang harus mengabdikan sekaligus bertafakur di hadapan-Nya, kiranya merupakan suatu tuntutan ilahi yang harus dilaksanakan dimana seorang hamba mempunyai tanggung jawab untuk mengemban amanah sekaligus kewajiban yang bersifat mutlak, maka dalam kesempatan ini merupakan ungkapan rasa syukur penulis sehingga dapat merealisasikan gagasan-gagasan salam wujud nyata, berupa karya ilmiah (skripsi) sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana sosial dalam ilmu dakwah dan komunikasi di UIN Raden Intan Lampung, juga menggali ilmu-ilmu yang ada baik yang diperoleh di bangku perkuliahan maupun dari yang lainnya, khususnya yang menyangkut masalah komunikasi dan kepenyiaran.

Sehubungan dengan terwujudnya karya ilmiah ini yang merupakan upaya penulis secara optimal wujud”.”

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari semua pihak, kiranya tidak berlebihan dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya, terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si , selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
2. Bapak M.Apun Syaripuddin, M.Si, selaku Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos. I , selaku Sekertaris Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Subhan Arif, M.Ag , selaku Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan dukungannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Fitriyanti, MA, selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.



6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan mendidik dengan sabar dan sangat baik.
7. Seluruh karyawan dan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
8. Sahabat-sahabat jurusan KPI terimakasih kepada kalian yang telah memberikan warna dalam hidupku.
9. Sahabat-sahabat satu perjuangan yakni Terimakasih atas support dari kalian semua.
10. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung sarana belajar untuk menambah pengetahuanku.

Bandar Lampung, Oktober 2020

Veni Selviyani  
NPM.1641010168



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	
<b>PERSETUJUAN</b> .....	
<b>PENGESAHAN</b> .....	
<b>MOTTO</b> .....	
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. <b>Penegasan Judul</b> .....	1
B. <b>Alasan Memilih Judul</b> .....	3
C. <b>Latar Belakang Masalah</b> .....	3
D. <b>Rumusan Masalah</b> .....	8
E. <b>Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	9
F. <b>Metode Penelitian</b> .....	10
G. <b>Metode Pengumpulan Data</b> .....	12
H. <b>Analisa Data</b> .....	14
<b>BAB II KOMUNIKASI ORGANISASI DAN</b>	
<b>PENGEMBANGAN LEMBAGA</b> .....	17
<b>A. KOMUNIKASI ORGANISASI</b> .....	17
1. <b>Pengertian Komunikasi Organisasi</b> .....	17
2. <b>Fungsi Komunikasi Organisasi</b> .....	18
3. <b>Tujuan Komunikasi organisasi</b> .....	18
4. <b>Media Komunikasi Organisasi</b> .....	20
5. <b>Konsep Komunikasi Organisasi</b> .....	21
6. <b>Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi</b> .....	23
7. <b>Alur Komunikasi Organisasi</b> .....	26
8. <b>Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi</b> .....	30
9. <b>Pola Komunikasi Organisasi</b> .....	32

10. Iklim Komunikasi Organisasi .....	33
11. Arus Komunikasi Organisasi .....	36
12. Proses Komunikasi Organisasi .....	41
<b>B. PENGEMBANGAN LEMBAGA .....</b>	<b>42</b>
1. Pengertian Lembaga .....	42
2. Karakteristik Lembaga .....	43
<b>C. PENGEMBANGAN ORGANISASI.....</b>	<b>44</b>
1. Pengertian Pengembangan Organisasi .....	44
2. Tujuan Pengembangan Organisasi .....	45
3. Ruang Lingkup pengembangan Organisasi .....	46
<b>D. PENGEMBANGAN DAKWAH .....</b>	<b>47</b>
1. Pengertian Pengembangan Dakwah .....	47
2. Prinsip-Prinsip Pengembangan Dakwah .....	48
3. Strategi Pengembangan Dakwah.....	52
<b>E. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>BAB III KOMUNIKASI ORGANISASI RUMAH DA'I .....</b>	<b>56</b>
<b>A. Profil Rumah Da'i FDIK .....</b>	<b>56</b>
1. Sejarah Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rumah Da'i Universitas Negeri Raden Intan Lampung .....	56
2. Makna Logo UKM Rumah Da'i .....	57
3. Visi dan Misi UKM-F Rumah Da'i .....	57
4. Struktur Rumah Da'i .....	58
5. Bentuk Kegiatan Rumah Da'i .....	61
6. Jenjang Pelatihan-pelatihan Kader Da'i.....	64
<b>B. Komuniaksi Organisasi Dalam Pengembangan Ruamah Da'i         Di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan         Lampung .....</b>	<b>68</b>
<b>BAB IV KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENGEMBANGAN RUMAH DA'I DI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKAS UIN RADEN INTAN LAMPUNG .....</b>	<b>75</b>

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	87
<b>A. KESIMPULAN</b> .....	87
<b>B. SARAN</b> .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam penulisan skripsi ini maka penulis akan menjelaskn secara satu persatu. Adapun skripsi ini adalah **“Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Rumah Da’i Di Fakultas Dakwah Uin Raden Intan Lampung”**. Adapun penjelasan secara singkatnya adalah sebagai berikut:

Komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.<sup>1</sup>

Sedangkan menurut Wiryanto komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.<sup>2</sup>

Adapun komunikasi organisasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan di unit-unit komunikasi dalam pengembangan organisasi Rumah Da’i di Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung untuk mencapai visi, misi kerja organisasi yang sudah dibentuk.

Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan, pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang

---

<sup>1</sup> R. Wayne Pace dan Don F.Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandun: Remaja Roadakarya, 2001), Edisi Terjemahan, h. 31

<sup>2</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta: Grasindo, 2014), h. 2

dikehendaki.<sup>3</sup> Pengembangan yang berarti suatu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan keahlian teoritis, konseptual, dan moral. Sedangkan menurut Andrew F. Sikula mendefinisikan pengembangan adalah suatu proses pendidikan jangka panjang menggunakan suatu prosedur yang sistematis dan terorganisasi dengan mana manajer belajar pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum.<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pengembangan adalah suatu proses jangka panjang menggunakan suatu prosedur yang sistematis dan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan di unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Dimana pengembangan tersebut dilakukan dalam institusi yakni Rumah Da'i. Rumah Da'i adalah salah satu wadah aktivitas mahasiswa yang ada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang memiliki visi dan misi yaitu “ terbinanya da'i yang berfikir ilmiah, berakhlakul karimah, beramal ibadah atas mewujudkan dai'i professional yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadist.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dalam penegasan judul skripsi ini, adapun yang dimaksud dengan judul secara keseluruhan adalah upaya atau usaha yang dilakukan unit kegiatan mahasiswa Rumah Da'i dalam membentuk Da'i dan Da'iah yang professional pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

---

<sup>3</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, Balai Pustaka:2003)h. 473

<sup>4</sup>Development Country. Definisi Pengembangan, blongspot Evelopment Country.co.id

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan dan pertimbangan dalam memilih judul ini adalah sebagai berikut:

1. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Rumah Da'i merupakan wadah sarana pembinaan serta pengembangan kreatifitas diri mahasiswa yang strategis, terstruktur dan terorganisir dengan baik dalam melaksanakan visi misi dakwahnya, yang menangani kegiatan keagamaan dan pembinaan, terutama pada pembinaan dan pelatihan para kader dalam proses pembentukan da'i dan da'iah professional, hal ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian.
2. Judul ini memiliki relevansi terhadap jurusan penulis yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam, yaitu konsentrasi pada ilmu dakwah, sumber data lapangan yang mudah didapat, banyak bahan materi dan landasan teori yang dapat mendukung penulis dalam penelitian ini, disamping itu juga lokasi penelitian mudah dan terjangkau.

## **C. Latar Belakang Masalah**

Dakwah merupakan bagian terpenting dalam menyebarkan ajaran Islam, keberadaan dakwah memberikan efek positif terhadap umat. Kokohnya Islam saat ini tidak terlepas dari suksesnya dakwah, ini dibuktikan dengan berkembangnya agama Islam di seluruh pelosok negeri, keberadaan dai dan lembaga-lembaga yang bergerak dibidang dakwah di seluruh Indonesia membuat Islam berkembang dan bertahan sampai saat ini.

Dakwah menjadi salah satu aktivitas keagamaan yang secara langsung

digunakan untuk mensosialisasikan ajaran Islam bagi penganutnya dan umat manusia pada umumnya. Aktivitas dakwah ini dilakukan baik melalui lisan, tulisan maupun perbuatan<sup>5</sup>, yang lazim disebut dengan istilah *da'wah bi al-Lisaan*, *da'wah bi alQalam* dan *da'wah bi al-Haal*.

Dakwah merupakan aktifitas penyampaian risalah secara universal kepada manusia secara keseluruhan. Dengan kata lain dakwah adalah segala bentuk aktifitas kebajikan yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip Islam dalam membawa manusia kepada kesejahteraan dan kebahagiaan hidup. Dalam hal pengembangan berdakwah sebuah organisasi membutuhkan komunikasi dalam berorganisasi.

Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang di setuju oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus di lakukan dalam organisasi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang di setuju secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.<sup>6</sup>

Menurut Arni Muhammad, komunikasi organisasi juga dapat di definisikan sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah – ubah.<sup>7</sup>

Sedangkan menurut S. Djuarsa, komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 1.

<sup>6</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : Grasindo, 2011), h. 2

<sup>7</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), h. 67

<sup>8</sup> S. Djuarsa Senjaya, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), h. 133



Berdasarkan uraian di atas dapat dimaknai bahwa organisasi bukan hanya dianggap sekedar sekumpulan orang yang berinteraksi, akan tetapi adanya komunikasi organisasi akan berpusat pada simbol-simbol yang akan memungkinkan kehidupan suatu organisasi, baik berupa kata-kata atau gagasan-gagasan yang mendorong, mengesahkan mengkoordinasikan dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi-situasi tertentu.

Organisasi dakwah ini sebagai perwujudan format dari gerakan dakwah Islam yang dilakukan oleh mahasiswa yang merasa peduli dengan kondisi eksistensi Islam di lingkungan kampus. Oleh karena itu dalam berorganisasi dibutuhkan komunikasi organisasi, dimana keberadaan komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam berorganisasi.

Komunikasi dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan karena dalam mempelajari komunikasi organisasi dapat memperbaiki organisasi. Selain itu komunikasi sangat penting sekali untuk kemajuan organisasi, suatu organisasi bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antara internalnya harmonis. Komunikasi juga sangat berguna untuk kelangsungan suatu organisasi, dengan adanya studi komunikasi ini organisasi bisa memajemen pengembangan sumber daya manusia, instansidan tugas-tugas yang lain.

Organisasi merupakan sistem yang terbuka, dinamis, menciptakan komunikasi, dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena menciptakan dan tukar menukar pesan ini berjalan terus menerus dan tidakada hentinya maka dirumuskan suatu proses yang dapat dirumuskan sebagai suatu kerja sama berdasarkan suatu pembagian tugas untuk mengarah padasuatu

tujuan yang ingin dicapai.

Dalam proses mencapai tujuan organisasi diperlukan adanya komunikasi yang dapat menghubungkan, mengatur dan membina lingkungan organisasi itu menyangkut struktur dan fungsi organisasi, dalam suatu hubungan antara anggotanya, proses informasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi tersebut. Disitulah peran komunikasi organisasi berfungsi menjadikan wadah komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia di dalam suatu kelompok dan memberikan kelancaran yang dapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih harmonis serta lebih memahami perencanaan dan mengetahui keberlangsungan aktifitas organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi juga mengandung unsure penting dalam manajemen lingkungan organisasi seperti diantaranya, komunikasi untuk pembuatan keputusan, berupa komunikasi kelompok kecil atau besar, sistem kepemimpinan, pengelolaan konflik, pengembangan organisasi serta kepuasan kerja diantara seluruh anggota.

Ada berbagai jalan dalam mengembangkan dakwah, baik dengan organisasi/lembaga serta secara individu. Dari segi perguruan tinggi Islam pun sudah ada organisasi Islam seperti Rumah Dai. Kendati demikian di lingkungan kampus Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung, juga membentuk organisasi dakwah seperti Rumah Dai. Ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi Islam di Indonesia menjadi wadah gerakan dakwah Islam dikalangan mahasiswa yang berpusat di

kampus, gerakan dakwahnya meliputi kampus, masyarakat disekitar kampus dan segenap civitas akademik yang ada di kampus.

Rumah Da'i yakni suatu wadah aktivitas mahasiswa atau UKM yang ada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang memiliki visi dan misi yaitu "terbinanya da'i yang berfikir ilmiah, berakhlakul karimah, beramal ibadah atas terwujudnya dai'i professional yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist."<sup>9</sup>

Organisasi ini membina anggota untuk mencapai akhlakul karimah, mengembangkan potensi anggota dalam ilmu agama dan disiplin ilmu lainnya, memberdayakan potensi anggota dalam dunia kemahasiswaan dan masyarakat, usaha-usaha lain yang tidak bertentangan dengan aturan dan sesuai dengan azaz dan peran organisasi serta berguna untuk mencapai tujuan organisasi.

Dalam pengembangannya permasalahan yang terjadi di dalam organisasi rumah da'i, pengembangan yang dilakukan oleh organisasi rumah dai belum terlihat pencapaiannya, seperti salah satunya adalah kurangnya komunikasi antar anggota, hal tersebut yang membuat pengembangan rumah da'i baik dari struktur dan kegiatannya menjadi terhambat.

Rumah Da'i juga merupakan wadah sebagai da'i institusional yakni rumah da'i sebagai pelaksana dakwah secara akademik dan secara sosial di tengah masyarakat luas. Untuk mengembangkan tujuannya rumah da'i di tuntut memiliki peran upaya strategis dalam membentuk atau membina anggotanya agar menjadi da'i yang profesional di bawah naungan rumah da'i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi mampu berfungsi sebagai lembaga organisasi

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Agung Pratama Ketua Umum UKM Rumah Da'i, pada tanggal 04 September 2020.

dakwah.<sup>10</sup>

Dalam lingkup internal, peran rumah da'i sebagai lembaga pendidikan dakwah, memiliki tujuan utamanya ialah mengembangkan serta membentuk anggota yang memiliki kemampuan berdakwah secara profesional memahami metodologi dakwah, menguasai materi baik agama maupun umum dapat menguasai mad'unya serta mampu mengaplikasikan dakwahnya pada individu dan keluarga sang da'i tersebut di terapkan pada kehidupannya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai proses komunikasi organisasi dalam pengembangan rumah da'i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

#### **D. Rumusan Masalah**

Mengacu kepada uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka perlu adanya sebuah pengarahannya masalah yang mendalam dari judul skripsi ini, maka penulis memandang penting untuk membatasi permasalahan dalam penelitian ini agar pembahasannya konsisten dan tidak melebar dari fokus kajian yang diteliti yaitu dengan rumusan masalah sebagai berikut: "Bagaimana komunikasi organisasi dalam pengembangan Rumah Da'i di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung?"

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Misalia Sari Sekertaris Umum UKM-F Rumah Da'i Bandar Lampung, 04 September 2020.

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis paparkan, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi organisasi dalam pengembangan Rumah Da'i di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), dan sebagai literature kepustakaan tentang komunikasi organisasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

#### **b. Manfaat Praktis**

Melalui temuan yang ada, diharapkan dapat dijadikan gambaran bagi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), untuk melihat aliran komunikasi, dan hambatannya sehingga dapat di tindak lanjut dengan solusi, dan organisasinya semakin berkembang.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan aspek yang penting dalam melakukan penelitian agar suatu penelitian mendapatkan hasil yang baik, perlu diterapkan metode-metode tertentu dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan agar penelitian

dapat mencapai hasil yang diterapkan.<sup>11</sup> Pada bagian ini akan dijelaskan tentang hal yang berkaitan dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu jenis dan sifat penelitian, metode pengumpulan data, populasi, simple, analisis data, dan penarikan kesimpulan.

## 1. Jenis dan Sifat Penelitian

### a. Jenis penelitian

Berdasarkan tempat penelitiannya, maka peneliti ini digolongkan pada jenis penelitian lapangan (*field research*). Yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau medan terjadi gejala-gejala.<sup>12</sup> Penelitian lapangan dimaksudkan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang datanya berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Kalaupun ada angka-angka sifatnya hanya penunjang. Data yang diperoleh meliputi transkrip interview, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi dan lain-lain.<sup>13</sup>

Dipilihnya penelitian ini agar memperoleh paparan dan gambaran yang tepat tentang komunikasi organisasi dalam pengembangan Unit kegiatan mahasiswa (UKM) Rumah Da'i.

---

<sup>11</sup>M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) h. 11.

<sup>12</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi research jilid 1*, (Yogyakarta: Andi, 1997), Ed, 2, h. 11

<sup>13</sup> Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), cet.1,h.

## 2. Sumber data

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengklarifikasikan sumber data dalam 2 jenis, yaitu :

### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.<sup>14</sup> Sumber data yang dikemukakan sendiri oleh orang/pihak pada waktu terjadinya peristiwa/mengalami peristiwa itu sendiri, seperti buku harian, notulen rapat, dan sebagainya. Dalam penelitian ini data primer didapatkan langsung dari observasi dan wawancara dengan para pengurus Rumah Da'i yakni sebanyak 10 orang.

Dalam pengambilan data primer melalui wawancara, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana tujuan dengan penggunaan teknik ini adalah boleh mengambil contoh dari sampel orang-orang yang dipilih jika sudah pas dan termasuk yang diinginkan penulis dengan memenuhi kriteria yang telah ditentukan yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan permasalahan yang akan diteliti.<sup>15</sup>

Adapun karakteristik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian untuk organisasi Rumah Da'i adalah sebagai berikut:

---

<sup>14</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.29.

<sup>15</sup> Suharmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), h.127

- 1) Pengurus inti yang berperan penting, dan utama dalam menjalankan tata kelola serta koordinasi organisasi meliputi ketua umum, sekretaris dan bendahara umum.
- 2) Ketua pengurus harian yang berperan dalam menjalankan tugas rutin organisasi meliputi ketua-ketua perbidang, atau kepala divisi organisasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur kepustakaan seperti buku, dokumentasi serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

## G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Sementara penulis mencari data yang dibutuhkan dengan menggunakan tiga cara yaitu.

### 1. Metode Interview

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.<sup>16</sup>

Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering

---

<sup>16</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, (Bandung: Rosdakarya, 2004), h. 180



juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka. Sedangkan wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku. Adapun wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terstruktur.

Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu membuat daftar pertanyaan yang terkadang disertai jawaban-jawaban alternatif dari responden dengan maksud agar pengumpulan data dapat lebih terarah kepada masalah, tujuan dan hipotesis penelitian.<sup>17</sup>

Metode ini bertujuan memproleh bentuk-bentuk informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden.

Dalam prakteknya penulis menyiapkan beberapa kerangka pertanyaan dan kepada responden diberi kekuasaan dan kebebasan dalam menggunakan jawabannya. Sehingga, untuk mendapatkan data dan informasi mengenai komunikasi organisasi dalam pengembangan Unit kegiatan mahasiswa (UKM) Rumah Da'i.

## 2. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-

---

<sup>17</sup> Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 62

gejala yang diselidiki.<sup>18</sup> Berdasarkan jenisnya, observasi dibagi menjadi dua yakni sebagai berikut.

- a. Observasi langsung, yaitu observasi yang dilakukan dimana observasi berada bersama objek yang diselidiki.
- b. Observasi tidak langsung, yaitu observasi atau pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diteliti, misalnya dilakukan melalui film, rangkaian, slide, atau rangkaian foto.<sup>19</sup>

Dalam observasi ini penulis menggunakan observasi langsung, yaitu observasi yang dilakukan dengan jalan dimana yang mengobservasi benar-benar ikut mengambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh para subjek atau observer yaitu dalam komunikasi organisasi dalam pengembangan Unit kegiatan mahasiswa (UKM) Rumah Da'i.

### 3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah lalu dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang lainnya. Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk mencatat kondisi lapangan serta mengambil data-data pendukung untuk melengkapi penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

---

<sup>18</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Cet. Ke-XIII, h. 70

<sup>19</sup> Nurul Zuhriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 173

## H. Analisa Data

Analisis data disebut juga sebagai pengelola data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar semua fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.<sup>20</sup>

Miles dan Huberman Michel sebagaimana dikutip Sugiono mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data nya sudah jenuh. Adapun tahap-tahap dalam analisis data yaitu *pengumpulan data*, *data reduction*, *data display*, dan *data conclusion drawing/verification*.<sup>21</sup>

### 1. Pengumpulan data

Pengumpulan data menurut Yin, dilakukan menggunakan multi sumber bukti, membangun rangkaian bukti dan klarifikasi dengan informan tentang draf kasar dari laporan penelitian.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini data yang dimaksud adalah data yang berhasil di kumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dicatat. Catatan lapangan berisi informasi yang benar ada di lapangan komunikasi massa dalam komunikasi organisasi dalam pengembangan Unit kegiatan mahasiswa (UKM) Rumah Da'i.

---

<sup>20</sup> Imam Suprayogo dan Tobrani, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 191

<sup>21</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan E&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 246

<sup>22</sup> Ibid, h. 247

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, maka dengan itu perlu dicatat secara teliti dan terperinci. Dan dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3. *Data Display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, selanjutnya adalah mendisplay data, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Dan yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>23</sup>

4. *Data Conclusion Drawing/Verification*

Selanjutnya penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan yang bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya.

---

<sup>23</sup>*Ibid*, h. 252

## BAB II

### KOMUNIKASI ORGANISASI DAN PENGEMBANGAN LEMBAGA

#### A. Komunikasi Organisasi

##### 1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi dalam buku karya Arni Muhammad mengatakan bahwa Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan organisasi dalam komunikasi yang kompleks. Yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, dan lain-lain.<sup>24</sup>

Komunikasi organisasi yang terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.

Selain itu pendapat Wiryanto yang dikutip oleh Khomsahrial dalam bukunya *Komunikasi Organisasi Lengkap* bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pertanyaan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial.<sup>25</sup>

Komunikasi organisasi yang terjadi adalah menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilakukan.

Berbeda dengan persepsi Katz dan Khan yang mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energy dari lingkungannya

---

<sup>24</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 67

<sup>25</sup> Khomsahrial Romli, *komunikasi Organisasi Lengkap* (Jakarta: PT. Grasindo, 2014), hal 2

dan mengubah energi menjadi produk atau servis dari system data mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.<sup>26</sup>

Komunikasi organisasi di atas menjelaskan bahwa dengan adanya komunikasi organisasi akan muncul jaringan atau *network* informasi di dalam suatu organisasi.

## 2. Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi penting komunikasi organisasi menurut Brent D. Ruben antara lain:

- 1) Mengoordinasikan aktivitas individu, kelompok atau unit-unit lain dalam organisasi.
- 2) Memberikan pengarahan organisasi secara keseluruhan.
- 3) Memfasilitasi pertukaran informasi dalam organisasi.
- 4) Menjamin adanya arus timbal balik (*two way flow information*) antara organisasi dan lingkungan eksternal (di luar) organisasi.<sup>27</sup>

Berdasarkan fungsi komunikasi organisasi di atas adalah suatu sistem pemrosesan informasi, maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang di dapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

## 3. Tujuan Komunikasi Organisasi

Adapun tujuan komunikasi organisasi adalah:

- a. Sebagai Tindakan Organisasi.

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 11

<sup>27</sup> Alo Liliweri, *Wawancara Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Mandar Maju, 2004), h.64

Komunikasi dalam organisasi bertujuan untuk mengkoordinasikan sebagian atau seluruh tugas dan fungsi organisasi yang di bagi-bagi dalam bagian yang melaksanakan visi dan misi organisasi di bawah pimpinan atau manajer serta bawahan mereka. Tanpa komunikasi, maka organisasi hanya merupakan kumpulan orang-orang yang terbagi dalam tugas dan fungsi masing-masing yang melaksanakan aktivitas mereka tanpa keterkaitan satu sama lain (tanpa sinkronasi dan harmonisasi).

b. Membagi Informasi (*Information Sharing*)

Salah satu tujuan komunikasi yang penting adalah menghubungkan seluruh aparatur organisasi dengan tujuan organisasi. Komunikasi mengarahkan manusia dan aktivitas dalam organisasi. Sebuah informasi atau pertukaran informasi berfungsi untuk membagi kemudian menjelaskan informasi tentang tujuan organisasi, arah dari suatu tugas, bagaimana usaha untuk mencapai hasil dari pengambilan keputusan.

c. Menampilkan Perasaan dan Emosi

Di dalam organisasi terdapat sekumpulan manusia yang bekerja sendiri maupun bekerjasama dengan orang lain. Mereka mempunyai kebutuhan dan keinginan, perasaan dan emosi yang harus di ungkapkan kepada orang lain.<sup>28</sup>

Dari ketiga tujuan komunikasi organisasi di atas ialah bertujuan untuk mengkoordinasikan sebagian atau seluruh tugas dan fungsi organisasi tersebut. Organisasi tanpa komunikasi dan koordinasi sama dengan organisasi yang

---

<sup>28</sup>Arnimuhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005),H. 65

menyampaikan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerjasama, tujuan komunikasi ialah bertukar informasi dan kemudian menjelaskan informasi untuk mencapai hasil dari pengambilan keputusan tersebut, dan mereka mempunyai kebutuhan perasaan dan emosional yang harus di ungkap kepada orang lain.

#### **4. Media Komunikasi Organisasi**

Terdapat beberapa macam media komunikasi dalam organisasi. Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan (khalayak). Media komunikasi yang digunakan dalam organisasi antara lain adalah :

##### **a. Media Antar Pribadi**

Media komunikasi antar pribadi salah satunya adalah telepon. Sejak di temukannya teknologi selular, penggunaan telepon genggam (*handphone*) semakin marak di kalangan anggota masyarakat. Ini pertanda bahwa telepon selular tidak lagi di maksudkan sebagai simbol prestise, melainkan lebih banyak di gunakan untuk kepentingan bisnis, kantor, organisasi dan urusan keluarga.<sup>29</sup>

Komunikasi di atas menjelaskan bahwa dengan adanya komunikasi antar pribadi akan lebih mudah memberikan informasi dalam kepentingan pribadi atau kepentingan bisnis dan juga organisasi.

##### **b. Media Kelompok**

---

<sup>29</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 173



Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang lebih banyak di gunakan media kelompok. Misalnya rapat, seminar dan konferensi. Rapat biasanya di gunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang di hadapi oleh suatu organisasi. Media kelompok banyak di gunakan dalam bentuk organisasi profesi, organisasi olahraga, pengajian, arisan, dan organisasi lainnya.<sup>30</sup>

Media kelompok memudahkan banyak khalayak untuk menjalankan komunikasi dan bertukar informasi dengan cepat dan lebih mudah untuk dibicarakan secara langsung agar tidak terjadi kesalah fahaman antara satu dengan yang lainnya.

## **5. Konsep Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian. Masing-masing penjelasan dari konsep kunci ini antara lain:

### **a. Proses**

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis, menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya, karena gejala menciptakan dan menukar informasi yang berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

### **b. Pesan**

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang di hasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirim atau diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Simbol – simbol yang digunakan dalam pesan dapat berupa verbal dan nonverbal.

---

<sup>30</sup> Ibid

c. Jaringan

Organisasi terdiri dari beberapa orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melalui suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.

d. Keadaan Saling Tergantung

Konsep kunci dari komunikasi organisasi yang ke empat adalah keadaan yang saling tergantung antara satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka.

e. Hubungan

Hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu hubungan diantara dua orang atau diadik sampai kepada hubungan yang kompleks, yaitu hubungan dalam kelompok kecil maupun besar dalam organisasi.

f. Lingkungan

Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

g. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi.<sup>31</sup>

Dari ke tujuh konsep di atas secara keseluruhan sangatlah berkaitan satu dengan yang lainnya, karena di dalam komunikasi organisasi membutuhkan konsep di atas agar organisasi bisa berjalan dengan lancar tanpa ada hambatan di dalam berorganisasi.

---

<sup>31</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 68

## 6. Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasai

Komunikasi mempunyai berbagai bentuk bergantung dari segi apa kita memandangnya. Berikut adalah bentuk-bentuk tersebut:

- a. Dari segi penyampaian pesannya, komunikasi dapat dilakukan secara lisan dan secara tertulis, atau secara elektronik melalui radio, televise, telepon, internet dan sebagainya.
- b. Darisegi kemasn pesan, komunikasi dapat dilakukan secara verbal (dengan berbicara) atau dengan nonverbal (dengan bahasa isyarat).  
*Komunikasi verbal:* diwakili dalam penyebutan kata-kata, yang pengungkapannya dapat dilakukan dengan lisan dan tertulis. *Komunikasi nonverbal:* terlihat dalam ekpresi atau mimikwajah, gerakan tangan, mata dan bagian-bagian tubuh lainnya.
- c. Dari segi kemasn keresmian pelaku komunikasi, saluran komunikasi yang digunakan, dan bentuk kemasn pesan, komunikasi dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi formal dan nonformal.<sup>32</sup>
- d. Darisegi pangan komunikasi, komunikasi dapat dilihat sebagai:
  - 1) Komunikasi interpersonal (*infra personal communication*), proses komunikasi dalam diri komunikator: pengirim dan pemesan adalah dirinya sendiri. (manusia sebagai makhluk rohani)

---

<sup>32</sup> ibid

- 2) Komunikasi interpersonal (*inter personal communication*), yaitu interaksi tatap muka antara dua orang atau lebih yang pengirimannya dapat menyampaikan pesan secara langsung, dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. (manusia sebagai makhluk sosial).

Secara garis besar, komunikasi dapat dibagi menjadi komunikasi verbal dan non verbal:

a. Komunikasi Verbal (*verbal communication*)

Dalam komunikasi verbal, informasi disampaikan secara verbal atau lisan. Proses penyampain informasi secara lisan inilah yang dinamakan *berbicara*. Kualitas proses komunikasi verbal sering di tentukan oleh intonasi suara dan ekspresi raut muka serta gerakan-gerakan tubuh atau *body language*. Maksudnya, kata-kata yang diucapkan akan lebih jelas apabila disampaikan dengan intonasi suara, mimik dan gerakan-gerakan yang tepat.

b. Komunkasi Non-verbal (*nonverbal communication*)

Komunukasi nonverbal, informasi disampaikan dengan menggunakan isyarat (*gestures*), gerak-gerak (*movement*), barang, waktu, cara berpakaian, atau sesuatu yang dapat menunjukan suasana hati atau perasaan pada saat tertentu. Misalnya pada saat seseorang sedang sakit, atau mungkin sedang setres.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> ibid

Ada beberapa komunikasi nonverbal:

- 1) *Cara berpakaian*: komunikasi dengan penampilan. Kita sering mendengar pernyataan, “pakaian menunjukkan apakah ia laki-laki atau perempuan”, dan kita mungkin akan memperhatikan bahwa model pakaian mengomunikasikan sesuatu.
- 2) *Waktu*: menantikan saat mekanisme lainnya dalam komunikasi *nonverbal* dalam suatu organisasi adalah penggunaan waktu. Misalnya, pada saat kita akan pergi ke dokter, kita akan memperhatikan waktu, dan disana biasanya disediakan ruang tunggu.
- 3) *Menggunakan tempat*: seperti waktu, tempat membawakan komunikasi penting. Misalnya, seorang kepala biro, tentu menduduki meja kerja yang besar dengan ukuran tertentu dan bentuk-bentuk tertentu yang bisa disebut sebagai *meja biro*, di dalam suatu ruangan yang besar.<sup>34</sup>

Komunikasi di atas menunjukkan kepunyaan, waktu, dan tempat. Agar memudahkan dalam berkomunikasi dan pemberian informasi agar tidak salah dalam penyampaian pesan.

## 7. Alur Komunikasi Organisasi

Dilihat dari arah komunikasi ada dua macam komunikasi yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal

### a. Komunikasi vertikal

---

<sup>34</sup> H. Hendi Suhendi dan SahyaAnggara, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: PUSTAKA SETIA, 2010), HAL. 224.

Dalam komunikasi vertikal dapat dibagi menjadi 2 arah, yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas.

1) Komunikasi ke bawah (downward communication)

Proses komunikasi yang berlangsung dari tingkatan tertentu dalam suatu kelompok atau organisasi ke tingkatan yang lebih rendah disebut komunikasi ke bawah. Ketika membayangkan para manager berkomunikasi dengan bawahannya, komunikasi dengan pola kebawah adalah pola yang pada umumnya diperkirakan. Pola tersebut digunakan oleh para pemimpin untuk mencapai tujuannya. Seperti untuk memberikan instruksi kerja, menginformasikan suatu peraturan dan prosedur-prosedur yang berlaku kepada anak buahnya, menentukan masalah yang perlu perhatian. Tetapi komunikasi dalam bentuk ini tidak selalu harus secara lisan atau bertatap muka secara langsung. Memo ataupun surat yang dikirimkan oleh direksi kepada bawahannya juga termasuk komunikasi ke bawah.<sup>35</sup>

Dalam banyak organisasi, komunikasi ke bawah sering kali tidak mencukupi dan tidak akurat, seperti terjadi dalam pernyataan yang sering kali dengar dari anggota organisasi bahwa tidak memahami apa yang sesungguhnya terjadi. Keluhan-keluhan seperti ini menunjukkan terjadinya komunikasi yang tidak efektif dan kebutuhan individu-individu akan informasi yang relevan dengan pekerjaan mereka.<sup>36</sup> Informasi dari atasan ke bawahan meliputi:

a) Informasi tentang bagaimana melakukan pekerjaan.

---

<sup>35</sup> Stephen P. Robbins, *Prinsip-prinsip perilaku organisasi*, edisi kelima, (Jakarta:Penerbit Erlangga, 1999), h.148

<sup>36</sup> John M. Ivancevich, Robert Konopaske, Michael T. Matteson, *Perilaku dan manajemen organisasi*, (Jakarta:Penerbit Erlangga, 2006), h. 121

- b) Informasi tentang dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaannya.
- c) Informasi tentang kebijakan dan praktik organisasi.
- d) Informasi tentang kinerja pegawai.
- e) Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.<sup>37</sup>

Alur komunikasi memberikan proses komunikasi dengan pola ke bawah adalah pola yang pada umumnya diberikan, pola tersebut digunakan oleh pimpinan untuk mencapai tujuan tertentu. Pola komunikasi ke bawah memudahkan untuk memberikan intruksi kerja, menginformasikan suatu peraturan dan prosedur-prosedur yang berlaku kepada anak buahnya.

## 2) Komunikasi ke atas (Upward communication)

Sebuah organisasi yang efektif membutuhkan komunikasi ke atas sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Dalam situasi seperti ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas yang paling umum melibatkan pemberian saran, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja. Ketika komunikasi ke atas tidak muncul, orang sering kali mencari sejumlah cara untuk menciptakan jalur komunikasi ke atas yang tidak formal.

Pengertian komunikasi ke atas menurut Soekardi Ds ialah “Kegiatan bawahan untuk menyampaikan keterangan, ide, pendapat, dan pernyataan lain kepada pimpinan dengan maksud mempengaruhi tingkah laku dan perbuatan pimpinan” Komunikasi ke atas berperan menjalankan beberapa fungsi penting.

---

<sup>37</sup> Yulius Eka Agung Saputra, *Manajemen Dan Perilaku Organisasi*, (Jogjakarta:Graha Ilmu,2014), h. 172

Gary Kreps, seorang peneliti dalam bidang komunikasi organisasi, menemukan beberapa di antaranya:

- a) Komunikasi ke atas menyediakan umpan balik bagi para manager mengenai isu-isu organisasi terbaru, masalah yang dihadapi, serta informasi mengenai operasi dari hari ke hari yang diperlukan untuk pengambilan keputusan mengenai bagaimana menjalankan organisasi.
- b) Hal ini merupakan sumber utama bagi manajemen untuk mendapatkan umpan balik untuk menentukan seberapa efektif komunikasi ke bawah dalam organisasi.
- c) Hal ini dapat mengurangi ketegangan pada karyawan dengan memberikan kesempatan pada anggota organisasi pada tingkat lebih rendah untuk membagikan informasi yang relevan dengan atasannya.
- d) Hal ini mendorong partisipasi dan keterlibatan karyawan, dan karenanya meningkatkan kohesivitas organisasi.<sup>38</sup>

Sedangkan menurut buku Manajemen dan perilaku organisasi, pentingnya komunikasi ke atas adalah:

- a) Memberi informasi berharga untuk pembuatan keputusan.
- b) Mendorong keluhan yang muncul ke permukaan sehingga penyelia tahu apa yang mengganggu mereka.
- c) Memberitahu penyelia kapan bawahan siap memberikan informasi.

---

<sup>38</sup> John M. Ivancevich, Robert Konopaske, Michael T. Matteson, *Perilaku Dan Manajemen Organisasi*, (Jakarta:Penerbit Erlangga, 2006), h. 121



- d) Menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbang gagasan.
- e) Mengizinkan penyelia untuk menentukan apakah bawahannya memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah
- f) Membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan mereka.<sup>39</sup>

Komunikasi ke atas yang paling umum melibatkan pemberian sarana, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja. Komunikasi ke atas juga memberikan informasi berharga untuk pembuatan keputusan, mendorong keluhan kesah muncul ke permukaan, dan juga membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan mereka.

#### b. Komunikasi horizontal

Menurut Muh Arni pengertian komunikasi horizontal atau mendatar adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi.<sup>40</sup>

Ketika komunikasi terjadi di antara anggota dari kelompok kerja yang sama, atau sesama staf yang sederajat, kita menggambarkannya sebagai komunikasi lateral/ horizontal. Kenapa diperlukan komunikasi horizontal jika komunikasi vertikal dalam kelompok masih efektif jawabannya adalah bahwa komunikasi horizontal dapat menghemat waktu dan dapat mempermudah koordinasi. Dalam beberapa kasus, komunikasi horizontal dapat dibenarkan secara formal.

---

<sup>39</sup> Yulius Eka Agung Saputra, *Manajemen Dan Perilaku Organisasi*, (Jogjakarta:Graha Ilmu,2014), h. 172

<sup>40</sup> Muh. Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 121

Seringkali komunikasi horizontal secara informal dibuat untuk memotong garis kewenangan vertikal dan dapat mempercepat pengambilan tindakan.<sup>41</sup>

Komunikasi horizontal sangatlah efisien untuk menghemat waktu dan lebih mudah untuk mengkoordinasikan sesuatu agar lebih cepat mengambil keputusan dan mempercepat pengambilan tindakan.

## **8. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi**

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu:

### **a. Fungsi Informatif**

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi.

### **b. Fungsi Regulatif**

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini, yaitu:

---

<sup>41</sup> Stephen P. Robbins, Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi edisi kelima, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1999), h. 149

1. tasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang memiliki wewenang untuk mengendalikan informasi dan memberikan intruksi atau perintah.
2. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

c. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

d. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. “Ada dua saluran komunikasi yaitu, formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi (newsletter) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran informal, seperti perbincangan antarpribadi dalam masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, dan lain-lain.”<sup>42</sup>

Dari ke empat fungsi komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwasanya setiap organisasi berusaha untuk menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan

---

<sup>42</sup> Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 278

pada sebuah organisasi untuk melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik, sebab pekerjaan yang dikerjakan dengan baik akan memperoleh hasil yang memuaskan.

## **9. Pola Komunikasi Organisasi**

Pola komunikasi organisasi suatu sistem komunikasi vertical dan horizontal menjadi model yang paling efektif dalam suatu pola komunikasi organisasi, dimana komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan karyawan ataupun karyawan dengan karyawan terjadi secara langsung antara komunikator dengan komunikan, sehingga situasi komunikasi yang berlangsung secara interpersonal maupun kelompok. Ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi identik dengan proses komunikasi yang terjadi di suatu perusahaan, karena pola komunikasi bagian dari proses dan proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktifitas penyampaian pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan. Salah satu tantangan besar dalam menentukan pola komunikasi organisasi adalah proses yang berhubungan dengan jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi dapat membantu menentukan iklim dan moral organisasi, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada jaringan komunikasi.

Tantangan dalam menentukan pola komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi kepada seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Untuk menjalankan dan mencapai tujuan tersebut maka dalam organisasi terdapat beberapa arah formal dan informal jaringan komunikasi dalam organisasi.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Danang Sunyoto, *teori, kuesioner, dan proses analisis data perilaku Organisasi*

Dalam pola komunikasi organisasi ini meunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi identik dengan proses komunikasi yang terjadi di suatu perusahaan karena pola komunikasi bagian dari proses komunikasi yang merupakan rangkaian dari aktifitas penyampaian pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan.

## 10. Iklim Komunikasi

### a. Pengertian iklim komunikasi

Ada hubungan yang sirkuler antara iklim organisasi dan iklim komunikasi. tingkah laku komunikasi mengarahkan pada perkembangan iklim, diantaranya iklim organisasi.<sup>44</sup>

Iklim komunikasi yang penuh persaudaraan mendorong para anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim negatif menjadikan anggota organisasi tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan. Untuk mewujudkan iklim komunikasi yang mengarah pada tingkah laku atau perilaku komunikasi yang demikian, para pelaku komunikasi dalam sebuah organisasi perlu memperhatikan 5 (Lima) dimensi penting dari iklim komunikasi.

Golhaber dalam bukunya *Organizational Communication* seperti yang dikutip oleh Arni Muhammad mengatakan lima dimensi penting dari iklim komunikasi, yaitu :

- a) Supportiveness atau bawahan mengamati bahwa hubungan
- b) komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting

---

<sup>44</sup> Arni Muhammad, *komunikasi organisasi* (Jakarta: bumi Aksara, 2002), h. 85

- c) Partisipasi dalam membuat keputusan
- d) Kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia, Keterbukaan dan keterusterangan
- e) Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.<sup>45</sup>

Permasalahan yang umum terjadi di dalam komunikasi adalah untuk menerima kiasan-kiasan (dalam bentuk gambar atau kata-kata), tidak mudah untuk memahaminya pada saat proses komunikasi berlangsung, dimana akan sulit untuk meningkatkan komunikasi secara baik. Mengatasi kesulitan ini diperlukan kualitas dari individu untuk menginterpretasikan pesan.

Yang menjadi pokok persoalan utama dari iklim komunikasi adalah hal-hal berikut:

- a. Persepsi mengenai sumber komunikasi dan hubungannya dalam organisasi
  - 1) Apakah anggota organisasi merasa puas dengan atasan, teman bekerja sama dan bawahan sebagai sumber informasi
  - 2) Berapa pentingnya sumber-sumber itu
  - 3) Apakah sumber-sumber tersebut dapat dipercaya
  - 4) Apakah sumber-sumber terbuka terhadap komunikasi
- b. Persepsi mengenai tersedianya informasi bagi anggota organisasi:
  - 1) Apakah jumlah informasi yang diterima cocok atau tepat dengan topik-topik yang penting dari sumber informasi
  - 2) Apakah informasi itu berguna

---

<sup>45</sup> Manahan P. Tampubolon, *Perilaku keorganisasian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 46

3) apakah aliran informasi dikirimkan kepada sumber yang tepat

c. Persepsi mengenai anggota organisasi itu sendiri

- 1) Berapa banyaknya anggota yang terlibat dalam pembuatan keputusan yang mempengaruhi mereka
- 2) Apakah tujuan dan objektif difahami
- 3) Apakah orang diberi sokongan dan dihargai
- 4) Apakah sistem terbuka terhadap input dari anggotanya<sup>46</sup>

Beberapa alasan pentingnya iklim komunikasi adalah :

- 1) Karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi
- 2) Membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi
- 3) Dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap dengan cara-cara tertentu
- 4) Iklim komunikasi berperan dalam keutuhan suatu budaya membimbing perkembangan budaya tersebut.
- 5) Menjembatani praktek-praktek pengelolaan sumber daya manusia dengan produktifitas.<sup>47</sup>

Iklim komunikasi sangatlah penting karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan, harapan terhadap anggota organisasi. Iklim komunikasi berperan dalam membantu menjelaskan perilaku anggota

---

<sup>46</sup> Ibid, h. 86-87

<sup>47</sup> Amita novitayani, *Iklim komunikasi Organisasi, motivasi kerja karyawan*. (Studi korelasi antara iklim komunikasi organisasi, motivasi kerja dengan presentasi kerja di kalangan karyawan AJB. Bumiputra Solo). Jurnal ilmu komunikasi, fkultas ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2008

organisasi, dan iklim komunikasi dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap dengan cara-cara tertentu.

## 11. Arus Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi atau lembaga adalah unsure penting. Karena dalam komunikasi ada iteraksi sosial yang ditandai adanya pertukaran makna untuk menyatukan perilaku atau tindakan setiap individu. Dengan adanya komunikasi akan memudahkan pimpinan dalam menyampaikan informasi kepada anggotanya untuk mencapai tujuannya utama organisasi.

### a. Komunikasi internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampain pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahan, anantara sesama bawahan, dan lain sebagainya. Proses komunikasi internal ini bisa berwujud komunikai antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media nirmassa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua sebagai berikut:

### b. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasiinformasi



kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberi laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan.<sup>48</sup> Jadi komunikasi vertikal adalah komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (downward communication) dan dari bawah ke atas (upward communication). Komunikasi ini berlangsung ketika pimpinan memberikan instruksi dan perintah kepada bawahannya. Sedangkan bawahannya memberikan laporan serta saran-saran kepada pemimpinannya.

Alur ini memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Pemberian atau penyampaian instruksi kerja (job instruction), bentuknya perintah, arahan, penerangan, manual kerja, uraian tugas.
- 2) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (job rationale). Hal ini ditunjukkan agar pekerja mengetahui bagaimana tugas-tugas berkaitan dengan tugas dan posisi yang lain di organisasi dan mengapa mereka mengerjakan tugas tersebut.
- 3) Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (procedures and practices).
- 4) Penyampaian informasi mengenai bagaimana penampilan pekerja, baik itu penampilan fisik maupun penampilan kemampuan menjalankan pekerjaan dan memperlihatkan daya tahan dalam keberhasilan kerja.

---

<sup>48</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), h.

5) Pemberian informasi bagaimana mengembangkan misi perusahaan.<sup>49</sup>

Selain di atas komunikasi juga mengalir dari bawahan ke atasan atau upward communication. Metode yang digunakan dalam penyampaian informasi bisa dengan lisan, tulisan, gambar, skema atau kombinasi diantara semuanya. Metode upward communication memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- a. Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan.
- b. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan.
- c. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan.
- d. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.<sup>50</sup>

Komunikasi juga mengalir dari bawah ke atas atau upward communication, metode yang digunakan dalam penyampaian informasi bisa dengan lisan, tulisan, gambar, skema atau kombinasi diantara semuanya, metode upward communication juga berfungsi sebagai penyampaian informasi, penyampaian saran dan penyampaian keluhan dari bawahan itu sendiri maupun keluhan dalam pekerjaan.

---

<sup>49</sup> Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Organisasional*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000), h. 212.

<sup>50</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 125.

### c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal atau lateral, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antara-bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.<sup>51</sup>

Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah:

- 1) Memperbaiki koordinasi tugas.
- 2) Upaya pemecahan masalah.
- 3) Saling berbagi informasi.
- 4) Upaya memecahkan konflik.
- 5) Membina hubungan melalui kegiatan bersama.<sup>52</sup>

Komunikasi horizontal memiliki fungsi sebagai memperbaiki koordinasi tugas, upaya pemecahan masalah, saling memberi informasi, memecahkan konflik dan membina hubungan melalui kegiatan bersama. Komunikasi horizontal juga membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah yang terjadi.

### d. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar,

---

<sup>51</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), h. 6.

<sup>52</sup> Syaiful Rohim, *Op. It*, h. 126.

komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat daripada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja.

1. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi; *press releaser*, artikel surat kabar atau majalah; pidato radio; film dokumenter; brosur; *leaflet*; poster; konferensi pers.

2. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.<sup>53</sup>

Komunikasi ini adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi, komunikasi ini lebih banyak dilakukan kepala hubungan masyarakat daripada pimpinan sendiri. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

---

<sup>53</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), h. 7.

## 12. Proses komunikasi Organisasi

### a. Komunikasi ke bawah

Komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam kelompok atau organisasi ke tingkat yang lebih bawah. Pola itu digunakan oleh pimpinan kelompok dan manajer untuk menetapkan sasaran, memberikan instruksi pekerjaan, menginformasikan kebijakan dan prosedur ke bawahan, menunjukkan masalah yang memerlukan perhatian, dan mengemukakan umpan balik tentang kinerja.

### b. Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas mengalir ke tingkat yang lebih tinggi dalam kelompok atau organisasi. Komunikasi ini digunakan untuk memberikan umpan balik ke atasan, menginformasikan mereka mengenai kemajuan ke sasaran dan menyampaikan masalah-masalah yang dihadapi.

### c. Komunikasi Horizontal

Ketika komunikasi terjadi di antara anggota kelompok kerja yang sama, di antara anggota kelompok kerja pada tingkat yang sama, di antara manajer pada tingkat yang sama, atau di antara setiap personel yang secara horizontal disebut komunikasi horizontal.

### d. Komunikasi Lintas Saluran

Kebanyakan organisasi, muncul keinginan pegawai untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak

menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka. Mereka melintasi garis fungsional dan berkomunikasi dengan orang-orang yang diawasi dan yang mengawasi tetapi bukan atasan atau bawahan mereka.<sup>54</sup>

Dari proses komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang digunakan sudah pada wadah dan kebutuhannya masing-masing dan pada tingkatan yang berbeda-beda dalam proses komunikasi organisasi.

## **B. Pengembangan Lembaga**

### **1. Pengertian Lembaga**

Menurut Koentjaraningrat lembaga adalah suatu system tata kelakuan dan angan yang berpusat kepada aktifitas untuk memenuhi kompleksitas kebutuhan manusia.<sup>55</sup>

Menurut B.Sorjono Soekanto lembaga adalah himpunan norma dari segala tingkatan yang berkisar pada suatu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat.

Menurut Paul Hort dan Chester L.Hunt lembaga adalah system norma-norma sosial dan hubungan-hubungan yang menyangkut nilai-nilai dan prosedur-prosedur tertentu dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan dari beberapa definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa lembaga sosial selalu berkaitan dengan hal-hal berikut:

- a) Seperangkat norma yang saling berkaitan, bergantung dan mempengaruhi.

---

<sup>54</sup> Jurnal Makna Vol. 5 No. 1

<sup>55</sup> Koentjaraningrat, *Masyarakat Desa di Indonesia*, (Jakarta: Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 1984)

- b) Seperangkat norma yang dapat dibentuk, diubah dan dipertahankan sesuai dengan kebutuhan hidup
- c) Seperangkat norma yang mengatur hubungan antar warga masyarakat agar berjalan dengan tertib dan teratur.<sup>56</sup>

Pengembangan lembaga adalah salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat, di dalam nya terdapat norma-norma sosial yang berhubungan dengan nilai dan prosedur tertentu dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat.

## **2. Karakteristik Lembaga**

Dalam adanya lembaga sosial, kita jadi punya “aturan” yang pasti dalam bermasyarakat. Ada 6 karakteristik dalam lembaga antara lain sebagai berikut:

- a. Simbol, sebagai cirri khas suatu lembaga.
- b. Memiliki tata tertib dan tradisi, ini dibuat sebagai panutan secara tertulis dan tidak tertulis oleh anggota nya.
- c. Usianya lebih lama dari usia anggota, sehingga adanya pewarisan dari generasi ke generasi.
- d. Adanya ideology/sistem gagasan yang dimiliki, dan, dianggap ideal oleh anggotanya.
- e. Punya alat kelengkapan, untuk mewujudkan visi dan misi lembaga.

---

<sup>56</sup> [https://www.academia.edu/15702941/Pengertian\\_Lembaga\\_Dan\\_Organisasi](https://www.academia.edu/15702941/Pengertian_Lembaga_Dan_Organisasi) , di akses jam 10:45 WIB, tgl 10 maret 2020.

- f. Punya tingkat kekebalan/daya tahan, iniberarti lembaga sosial yang ada, tidak akan lenyap begitu saja. Lembaga sosial berbentuk dalam waktu lama dan biasanya akan bertahan dalam waktu yang lama.<sup>57</sup>

Dari ke enam karakteristik di atas dapat disimpulkan bahwa arakteristik lembaga bisa menjadi simbol atau ciri khas suatu lembaga yang memiliki tata tertib dan tradisi, ini dibuat sebagai panutan secara tertulis dan tidak tertulis oleh anggota.

## **C. Pengembangan Organisasi**

### **1. Pengertian Pengembangan Organisasi**

Pengembangan organisasi adalah peningkatan proses pembaruan organisasional sedemikian rupa sehingga manajernya dengan cepat melakukan perubahan pada kultur organisasi yang dipimpinnya guna siap menghadapi permasalahan baru yang pasti timbul. Untuk kepentingan tersebut, 3 faktor utama yang harus diperhatikan ialah:

- a. Visi masa depan
- b. Rancang bangun suatu model perubahan
- c. Penghargaan terhadap perilaku yang memperlancar terjadinya perubahan pengembangan organisasi dikatakan sebagai instrumen ilmiah dalam meningkatkan efektifitas.<sup>58</sup>

Dari beberapa pengertian diatas, disimpulkan bahwa pengembangan organisasi merupakan kegiatan dari sebuah organisasi yang terencana untuk

---

<sup>57</sup> <https://blog.ruangguru.com/pengertian-lembaga-sosial-dan-karakteristiknya> di akses pada jam 11:20 WIB, pada tgl 10 maret 2020.

<sup>58</sup> Sondang P. Siagian, Teori Pengembangan Organisasi, h. 31



mengadakan perubahan yang dapat menghasilkan perubahan dalam pekerja individual, kelompok kerja, dan/atau seluruh organisasi dengan tujuan menciptakan organisasi yang baik/sehat (Good Organization).

## **2. Tujuan Pengembangan Organisasi**

Tujuan umum pengembangan organisasi adalah untuk menerapkan inovasi baru yang belum di gunakan di lingkungan sebuah organisasi, sebagai perubahan dan pengembangan yang dapat meningkatkan kemampuan organisasi dalam mewujudkan eksistensinya sebagai organisasi yang semakin sehat/baik dari kondisi sebelumnya.<sup>59</sup>

Sedangkan tujuan khusus pengembangan organisasi adalah mengubah dan mengembangkan perspektif organisasi, melalui usaha memperluas wawasan SDM (Sumber Daya Manusia). Perubahan dan pengembangan itu berkenaan dengan aspek-aspek sebagai berikut :

- a) Meningkatkan kemampuan melakukan tindakan/kegiatan organisasi sesuai dengan nilai-nilai baru di zamannya.
- b) Meningkatkan kemampuan mewujudkan nilai-nilai baku dalam kehidupan organisasi, seperti kejujuran, keeterbukaan, kebenaran, dan lain-lain.
- c) Mengembangkan penghayatan, keperdulian dan kepekaan pada nilai-nilai kemanusiaan yang bersifat universal (menyeluruh).
- d) Memantapkan dan mengembangkan kemampuan mengimplementasikan nilai-nilai sosial yang berlaku dan dihormati dalam kehidupan berorganisasi.

---

<sup>59</sup> ibid

- e) Mengembangkan sikap bahwa menerima pelimpahan wewenang merupakan tanggung jawab.<sup>60</sup>

### 3. Ruang Lingkup Pengembangan Organisasi

Ruang lingkup dari kegiatan pengembangan organisasi adalah sebagai berikut :

- a. Mengatasi sentralisasi yang berlebih-lebihan
- b. Mencegah keterlambatan dan penundaan pengambilan keputusan
- c. Mewujudkan kemampuan melaksanakan kontrol dan pengendalian sebagai sistem
- d. Meningkatkan kemampuan koordinasi
- e. Meningkatkan keterampilan/keahlian kerja
- f. Perbaiki kondisi kualitas kehidupan kerja

Aspek-aspek dalam kualitas kehidupan kerja terdiri dari :

- 1) Partisipasi SDM (Sumber Daya Manusia)
- 2) Pengembangan karier
- 3) Penyelesaian konflik
- 4) Kesehatan kerja
- 5) Keselamatan kerja
- 6) Kompensasi yang layak/sesuai
- 7) Kebanggaan pada organisasi

g. Peningkatan kemampuan menjangkau, mengolah dan menggunakan informasi

h. Peningkatan sensitivitas (kepekaan) SDM (Sumber Daya Manusia)<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> ibid

## **D. Pengembangan Dakwah**

### **1. Pengertian Pengembangan Dakwah**

Pengembangan (developing) merupakan salah satu perilaku manajerial yang meliputi pelatihan (couching) yang digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan seseorang dan memudahkan penyelesaian terhadap pekerjaan dan kemajuan karirnya. Proses pengembangan ini didasarkan atas usaha untuk mengembangkan sebuah kesadaran, kemauan, keahlian, serta keterampilan para elemen dakwah agar proses dakwah berjalan secara efektif dan efisien.

Dalam dunia manajemen, proses pengembangan (Organization Delevopment) merupakan sebuah usaha jangka panjang yang didukung oleh manajemen puncak untuk memperbaiki proses pemecahan masalah dan pembaruan organisasi. Secara individual pengembangan yang berorientasi kepada perilaku para Da'i memiliki beberapa keuntungan potensial dalam proses pergerakan dakwah khususnya bagi para pemimpin dakwah. Di antara keuntungan-keuntungan lain adalah:

1. Terciptanya hubungan kerja sama yang bersifat mutualisme antara seseorang manajer atau pemimpin dakwah serta pada anggota lainnya.
2. Dapat mengidentifikasi dan menyiapkan orang untuk mengisi posisi-posisi tertentu dengan rasa tanggung jawab yang lebih besar dalam organisasi.

---

<sup>61</sup> Hadari, Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan, h. 236-261

3. Dapat memberikan suatu rasa kepuasan karena membantu anggotanya untuk tumbuh dan berkembang.<sup>62</sup>

Jadi pengembangan dakwah adalah proses jangka panjang yang didukung oleh manajemen puncak untuk memperbaiki proses pemecahan masalah dan pembaruan organisasi. Agar menciptakan keuntungan yang dapat memberikan suatu rasa kepuasan karena membantu anggotanya untuk tumbuh dan berkembang dengan baik tanpa ada keraguan.

## **2. Prinsip-prinsip pengembangan dakwah**

Dalam sebuah proses pengembangan terhadap beberapa prinsip yang akan membawahkan kearah pengembangan dakwah. Prinsip-prinsip tersebut antara lain adalah:

1. Mengidentifikasi kebutuhan akan pelatihan.

Proses pengembangan keterampilan da'i bertujuan untuk menentukan apa yang mereka ketahui dalam menyiapkan untuk terjun langsung ke objek dakwah. Kebutuhan akan lebih banyak pelatihan dapat diidentifikasi pada perbedaan antara keterampilan yang dimiliki sekarang dengan keterampilan yang dibutuhkan, yaitu dengan melakukan analisis terhadap kinerja para da'i.

2. Membantu rasa percaya diri da'i

Melatih (coach) akan lebih berhasil jika da'i merasa yakin bahwa ia akan berhasil mempelajari suatu keterampilan. Dalam hal ini manajer dakwah harus memberikan peluang yang cukup bagi para da'i untuk memperoleh

---

<sup>62</sup> Jurnal Syi'ar Vol. 18 No. 2

kemajuan dan keberhasilan dalam menguasai materi keterampilan, oleh karena itu dibutuhkan sebuah kesabaran.

3. Membuat penjelasan yang berarti

Dalam proses peningkatan pemahaman serta daya ingat selama pelatihan harus dibangun atas dasar pengetahuan. Pada saat menjelaskan sebuah prosedur maka harus diupayakan untuk menggunakan bahasa yang jelas, lugas, dan menghindari intruksi yang kontradiktif. Dengan demikian penjelasan dapat diterima sesuai dengan pemahaman yang dimiliki.

4. Membuat uraian pelatihan untuk memudahkan dalam pembelajaran. Jika

diadakan pelatihan formal atau pun nonformal, maka sebelum mengajarkan suatu pengetahuan harus dijelaskan terlebih dahulu mengenai prosedur keterampilan yang akan diajarkan. Selain hal tersebut dalam penyampaian teori harus diusahakan untuk memberikan teori-teori yang mudah terlebih dahulu, kemudian setelah itu baru teori-teori yang lebih kompleks.

5. Membuat uraian pelatihan untuk memudahkan dalam pembelajaran.

Setelah semua materi diberikan, maka seandainya memberikan kesempatan untuk mempraktekkan atau mendemonstrasikan materi-materi yang telah disiapkan. Ketika mempraktekkan maka instruktur harus mampu mengkondisikan keadaan. Apa bila terjadi kesalahan dalam mempraktekkan materi tersebut maka instruktur harus mampu membenarkan dan menyalahkan para da'i bahwa kesalahan-kesalahan itu merupakan sebuah proses pengalaman belajar ukan suatu kegagalan

pribadi. Memberikan aplaus atas kemajuan da'i juga merupakan sebuah sugesti baginya akan sebuah keberhasilan.

6. Memeriksa apakah program pelatihan itu berhasil Langkah terpenting dalam program pengembangan adalah dengan ditinjau atau memeriksa kembali, apakah keterampilan dan pengetahuan yang ditargetkan telah berhasil dipelajari. Indikator keberhasilannya adalah dengan membuat standar bahwa proses keberhasilan itu dapat diukur dengan melakukan sebuah praktek yang kemudian diselesaikan dengan teori yang telah diberikan.
7. Mendorong aplikasi dari keterampilan dalam kerja dakwah Setelah dilakukan proses pelatihan kepada para da'i , maka langkah penting selanjutnya pada manajer dakwah adalah mengaplikasikan beberapa prinsip peserta prosedur dalam pemecahan masalah-masalah actual yang berhubungan dengan kerja dakwah.<sup>63</sup>

Dari ketujuh prinsip yang telah di jelaskan di atas maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwasannya prinsip-prinsip di atas sangatlah penting untuk di pelajari terlebih dahulu sebelum da'i melakukan dakwah agar ketika da'i melakukan dakwah nya berhasil. Apa bila terjadi kesalahan dalam mempraktekkan materi tersebut maka instruktur harus mampu membenarkan dan menyakinkan para da'i bahwa kesalahan-kesalahan itu merupakan sebuah proses pengalaman belajar akan suatu kegagalan pribadi.

---

<sup>63</sup> Ashadi Cahyadi, *Pengembangan Dakwa*, Jurnal Syiar Vol. 18 No. 2

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh pemimpin dakwah untuk mengembangkan kemampuan para da'i dalam aktifitas dakwahdi antaranya adalah:

- a. Pemimpin dakwah harus memiliki perencanaan dakwah yang cukup untuk melakukan perencanaan dan pelatihan.
- b. Menghadiri program pelatihan dakwah sendiri.
- c. Menyediakan resources, bantuan logistik, serta prasarana lainnya.
- d. Membuat kebijakan-kebijakan untuk mengenali menghargai individu-individu yang ingin berkembang.<sup>64</sup>

Dari ke empat cara di atas terpenting yang harus dilakukan adalah seorang pemimpin dakwah harus menjadi figure yang selalu kreatif, inovatif dan berusaha untuk menambah ilmu pengetahuan dan keterampilan yang kemudian dibuktikan secara aktual dalam memimpin organisasi dakwah. Peningkatan dan penyempurnaan terhadap proses dakwah dapat dilakukan setelah diadakan penelitian dan penilaian terhadap jalannya proses dakwah secara meyeluruh setelah suatu proses usaha selesai.

### **3. Strategi Pengembangan Dakwah**

Dalam pencapaian keberhasilan dakwah, strategi pengembangan dakwah sangatlah diperlukan. Hal ini tentunya membutuhkan berbagai pendekatan. Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. Menurut Toto Tasmara: pendekatan dakwah adalah cara-cara yang

---

<sup>64</sup> Ibid

dilakukan oleh seorang muballigh (komunikator) untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang.<sup>65</sup>

Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwasannya strategi ini sangatlah penting karena pendekatan dakwah adalah cara yang dilakukan seorang komunikator untuk mencapai suatu keberhasilan dengan suatu tujuan.

Menurut Sjahudi ada 3 jenis pendekatan: Pendekatan Budaya, pendekatan Pendidikan, pendekatan Psikologi. Pendekatan-pendekatan ini melihat lebih banyak pada kondisi mitra dakwah, oleh karenanya pendakwah, metode dakwah, pesan dakwah, dan media dakwah harus menyesuaikan pada kondisi mitra dakwah. Sedangkan pendekatan yang terfokus pada mitra dakwah lainnya adalah dengan menggunakan bidang-bidang kehidupan sosial kemasyarakatan. Pendekatan dakwah model ini meliputi: Pendekatan Sosial-Politik, pendekatan Sosial-Budaya, pendekatan Sosial-Ekonomi, pendekatan Sosial Psikologi. Semua pendekatan diatas bisa di sederhanakan dengan dua pendekatan yaitu: Pendekatan dakwah struktural dan pendekatan dakwah kultural.<sup>66</sup>

Untuk membangun kehidupan berbangsa dan bernegara yang sejahtera dan religius, dakwah bisa menggunakan pendekatan struktural atau pendekatan politik. Harus ada para politikus dalam legislatif yang berjuang untuk membuat undang-undang yang menjamin kehidupan yang lebih islami. Dibutuhkan pula politikus dalam eksekutif yang menjalankan pemerintahan berdasarkan produk

---

<sup>65</sup> <http://id.shvoong.com/humanities/religion-studies/2239130-pendekatan-dakwah/> di akses pada jam 21:45 WIB, tgl 17 November 2020.

<sup>66</sup> Moh. Ali Aziz, "Ilmu Dakwah", hlm. 383



hukum tersebut bisa juga menggunakan pendekatan kultural atau social-budaya dengan membangun moral masyarakat melalui cultural atau social-budaya.<sup>67</sup>

Dari penjelasan di atas sudah sangat jelas strategi pengembangan dakwah penting karena untuk membangun kehidupan berbangsa dan bernegara, sejahtera dan religius. Oleh karenanya media dakwah harus disesuaikan pada kondisi mitra dakwah, agar tidak salah dalam penyampaian pesan dakwah.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam penelusuran yang dilakukan untuk mengetahui penelitian terdahulu tentang skripsi ini, penulis temukan ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji. Adapun penelitian tersebut diantaranya adalah:

1. Nurul Fajriyah Patra (2018), mahasiswa jurusan KPI UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Komunikasi Organisasi Dalam Menjalin Ukhuwah Islamiyah Pengurus Di Pondok Pesantren Daarussa’adah Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran”. Fokus masalah yang diteliti pada skripsi ini fungsi komunikasi di dalam organisasi untuk menjalin ukhuwah Islamiyah pengurus di pondok pesantren daarussa’dah desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara pimpinan untuk menciptakan jalinan kekeluargaan antara pengurus sehingga komunikasi yang baik antara manusia di dalam organisasi, maka akan terciptanya saling percaya dan

---

<sup>67</sup> Ibid

menjadikan komunikasi yang lebih kreatif demi terwujudnya impian di dirikannya pondok pesantren Darussa'adah.

2. Nur hativi (2017), mahasiswi jurusan KPI UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Upaya Unit Kegiatan Mahasiswa Mahasiswa Rumah Da’i Dalam Kaderisasi da’i pada mahasiswa Fakultas Dakwah & Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung” Fokus masalah yang diteliti pada skripsi ini adalah upaya kegiatan mahasiswa rumah da’i tentang kaderisasi UKM di Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui tentang upaya pengkaderisian untuk membentuk da’i yang profesional dengan melakukan kegiatan-kegiatan serta tahapan-tahapan yang telah ada di dalam UKM Rumah Da’i. Serta pembinaan dan pengembangan kaderisasi dengan berbagai kaderisasi seperti latihan rutin dan pengajian sabtu, safari dakwah, dan melakukan pembinaan pada lapas wanita way hui Bandar Lampung.

Dari tinjauan pustaka di atas, maka yang menjadi perbedaannya terletak pada objek penelitian dimana objek penelitian ini di gali lewat berbagai informasi seperti buku, jurnal ilmiah, dan dokumen-dokumen laiinya. Dan juga perbedaannya terdapat pada komunikasi organisasi dalam pengembangan Rumah Da’i itu sendiri sudah tersusun secara sistematis dimana komunikasi organisasi yang terdapat dalam UKM Rumah Da’i menggunakan downward communication dan upward communication.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri, *Wacana Komunikasi Organisasi*, Bandung: Mandar Maju, 2004
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* Jakarta: Bumi Aksara, 2007
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Cet. Ke-XIII
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010
- Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, Bandung: Rosdakarya, 2004
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, Balai Pustaka:2003
- Development Country. Definisi Pengembangan, blongspot Evelopment Country.co.id
- Emzir, *metodologi penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009
- H. hendi Suhendi dan SahyaAnggara, *Perilaku Organisasi*, Bandung: pustaka setia,2010
- Imam Suprayogo dan Tobrani, *Metode Penelitian Sosial Agama*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003
- Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta: Grasindo, 2014
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002
- Nurul Zuhriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007
- M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006
- R. Wayne Pace dan Don F.Faules, *Komunikasi Organisasi*, Bandun: Remaja Roadakarya, 2001

Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana: 2010

Rosidi, *Metode Dakwah Multikultural*, (Bndar Lampung: Harakindo Publishing, 2013

Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016

Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Organisasional*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2000

S. Djuarsa Sendjaja, et al., *Teori Komunikasi* Jakarta: Universitas Terbuka, 1994

Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2002

Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2011

Sutrisno Hadi, *Metodologi research jilid 1*, Yogyakarta: Andi, 1997

Sutrisno Hadi, *Statistik*, Yogyakarta : YP.Fak.Sosiologo UGM, 1997

Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016

Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006

Jurnal Makna Vol. 5 No. 1

[https://www.academia.edu/15702941/PENGERTIAN\\_Lembaga\\_Dan\\_Organisasi](https://www.academia.edu/15702941/PENGERTIAN_Lembaga_Dan_Organisasi) , di akses jam 10:45 WIB, tgl 10 maret 2020

<https://blog.ruangguru.com/pengertian-lembaga-sosial-dan-karakteristiknya> di akses pada jam 11:20 WIB, pada tgl 10 maret 2020.

