

**KOMUNIKASI ORGANISASI UKM BAPINDA DALAM  
PELAKSANAAN KEGIATAN DAKWAH  
DI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**Oleh :**

**DWI AGUSTINA**

**NPM : 1841010103**

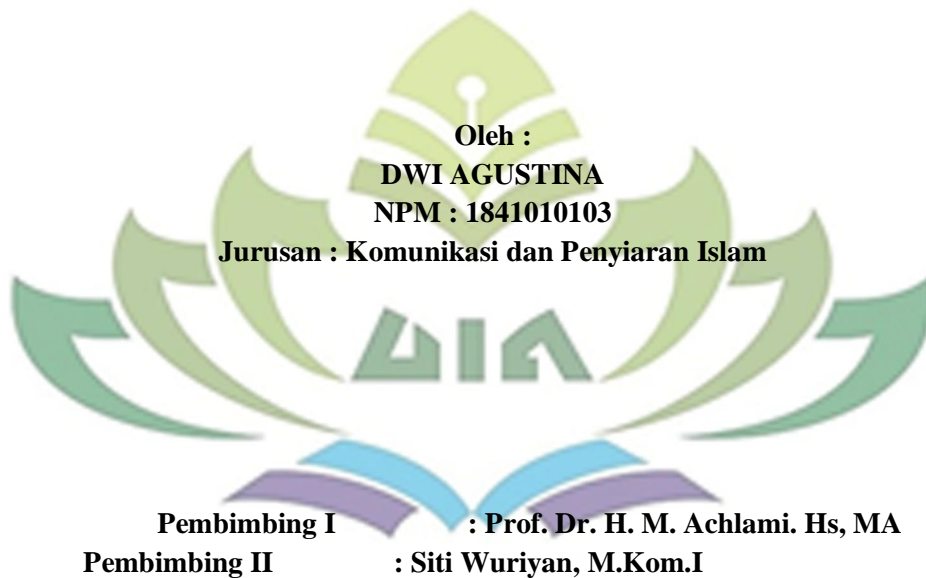
**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2023**

**KOMUNIKASI ORGANISASI UKM BAPINDA DALAM  
PELAKSANAAN KEGIATAN DAKWAH  
DI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2023**

## ABSTRAK

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Salah satu organisasi yang ada di UIN Raden Intan Lampung adalah UKM BAPINDA. Organisasi ini melakukan proses komunikasi organisasi dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung untuk proses pembinaan dan pengembangan kader untuk mencapai akhlakul karimah dan melaksanakan kegiatan dakwah supaya kader mengetahui ilmu agama dan ilmu lainnya untuk dikembangkan sehingga mempunyai wawasan luas serta mampu berkontribusi terhadap upaya-upaya perbaikan umat. Dalam penelitian akan membahas Bagaimana proses komunikasi organisasi UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Lampung serta mengetahui apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam organisasi UKM BAPINDA tersebut. Adapun tujuannya untuk mengetahui proses serta faktor penghambat dan pendukung komunikasi organisasi UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah field research atau lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pengurus dan anggota UKM BAPINDA. Pengambilan sample penelitian memakai sampling purposive. sedangkan data sekunder di peroleh dari literatur buku, dokumentasi, laporan kegiatan UKM BAPINDA, jurnal, skripsi dan pedoman kepustakaan. Sample penelitian yang digunakan sebanyak 8 orang dari seluruh pengurus dan anggota aktif UKM BAPINDA.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa komunikasi organisasi UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung sudah terbangun secara sistemik dimana komunikasi organisasi yang terdapat di UKM tersebut menggunakan beberapa teori dalam proses penyampaianya yaitu BAPINDA menggunakan proses komunikasi, model komunikasi vertikal dan horizontal, dan bentuk penyampaian komunikasi UKM ini dilakukan secara lisan dan secara tertulis, Jenis jaringan komunikasi formal pada UKM BAPINDA membentuk jaringan bintang. Organisasi yang tersusun tidak bisa berjauhan dengan manajemen konflik dan hambatan dalam komunikasi organisasi. Hambatan yang terdapat pada UKM BAPINDA adalah kurang aktifnya para kader. Sebagai bentuk upaya meminimalisir hambatan tersebut adalah dengan saling memahami, serta berkomunikasi baik horizontal, vertikal, serta bentuk komunikasi lainnya. Selain itu, hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor pendukung dan 5 faktor penghambat dari komunikasi organisasi dalam menjalankan pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung.

**Kata Kunci : Dakwah, Komunikasi, Organisasi.**

## ABSTRACT

Organizational communication is the sending and receiving of various organizational messages within the formal and informal groups of an organization. One of the organizations at UIN Raden Intan Lampung is UKM BAPINDA. This organization carries out an organizational communication process in carrying out da'wah activities at UIN Raden Intan Lampung for the process of fostering and developing cadres to achieve akhlakul karimah and carrying out da'wah activities so that cadres know religious knowledge and other sciences to be developed so that they have broad insight and are able to contribute to efforts to improve the ummah. This research will discuss the communication process of the BAPINDA UKM organization in carrying out da'wah activities at UIN Raden Lampung and find out what the inhibiting contributing factors are in the BAPINDA UKM organization. The aim is to find out the process and inhibiting and supporting factors for BAPINDA UKM organizational communication in carrying out da'wah activities at UIN Raden Intan Lampung.

The method used in this research is field research. This research is descriptive in nature. Methods of data collection using primary and secondary data Primary data was obtained from the results of observations and the documentation of BAPINDA UKM management and members. The research sample using purposive sampling, while secondary data was obtained from literature books, documentation, reports on UKM BAPINDA activities, journals, theses, and library guidelines. The research sample used was 8 people, all administrators and active members of UKM BAPINDA.

The results of the study explain that the organizational communication of BAPINDA UKM in carrying out da'wah activities at UIN Raden Intan Lampung has been developed, where organizational communication in the UKM uses several theories in the delivery process, namely BAPINDA uses a communication process, vertical and horizontal communication models, and the form of communication for UKM is carried out orally and in writing. The type of formal communication network at UKM BAPINDA forms a star network. A structured organization cannot be separated from conflict management and obstacles to organizational communication. The obstacle found in UKM BAPINDA is the inactivity of the cadres. As a form of effort to minimize these, we must understand each other, communicate both horizontally and use other forms of communication. In addition, the results of the analysis in this study indicate that there are 2 supporting factors and 5 inhibiting factors in organizational communication in carrying out da'wah activities at UIN Raden Intan Lampung.

**Keywords: Da'wah, Communication, Organization.**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Agustina

NPM : 1841010103

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Komunikasi Organisasi ukm Bapinda Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung** ” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 21 Febuari 2023

Penulis,



**Dwi Agustina**

**NPM. 1841010103**

**PERSETUJUAN**

**Judul : Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung**

**Nama : Dwi Agustina**

**NPM : 1841010103**

**Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqsyahkan dan dapat dipertahankan dalam sidang Munaqsyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Prof. Dr. H. M. Achlami, Hs., M.A.**

**NIP. 195501141987031001**

  
**Siti Wuryan, M.Kom.I**

**NIP. 2019040119910801001**

**Mengetahui,  
Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

  
**Dr. Khairullah, S.Ag., M.A.**

**NIP. 197303052000031002**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung”** Disusun oleh **Dwi Agustina, NPM: 1841010103**, Program Studi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Telah di Ujikan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Kamis, 15 Juni 2023, pada pukul 08.00-09.30 WIB.**

**TIM PENGUJI**

**Ketua Sidang : Dr. Fariza Makmun, S.Ag, M. Sos.I. (.....)**

**Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd (.....)**

**Penguji Utama : Hj. Rodiyah, S.Ag, MM (.....)**

**Penguji Pendamping I: Prof. Dr. H. M. Achlami, Hs, M.A. (.....)**

**Penguji Pendamping II: Siti Wuryan., M.Kom.I (.....)**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag  
NPM: 196511011995031001**

## MOTTO

﴿١٧﴾ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

“Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam ” (QS. Al-Anbiyaa (21) : 107)





## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang tersayang.

- 1) Kedua orang tua saya tercinta ayahanda Supri Yanto dan Ibunda Dewi Yana (ALM). ayahku yang senantiasa selalu memberikan do'a, semangat dan kasih sayang terhadap saya. Semoga ayah selalu sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT, teruntuk ibundaku tersayang yang di surganya Allah yang membuat ku banyak belajar dari perjalanan belia menjadi wanita kuat dan bisa yakin dalam diri dengan ucapanya "libatkan Allah SWT setiap langkah yang kita jalanin"
- 2) Teruntuk nenek ku tersayang Rodinatun yang salalu sabar, ikhlas dalam merawat, membesarkan, dan mendidik dan selalu mendokan dengan penuh keikhlasan dan kasih sayangnya, menasehati tiada henti yang banyak membuat ku perubahan menjadi wanita yang lebih baik serta senantiasa mendukung setiap perjalanan langkahku dalam meraih pendidikan dengan tulus dengan ikhlas. Terimakasih atas do'a yang selalu dipanjatkan dalam setiap ibadahnya. Semoga selalu sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT sampai hingga Allah SWT selalu mengizinkan tina untuk bisa selalu membahagiakan nenek dan kita dapat berkumpul di dunia dan di surganya Allah swt.
- 3) Untuk mbah Suhada dan nenek Emput ku tersayang. Yang sudah sabar dan banyak mengajarkan tina dengan ikhlasan nya membuat ku nyaman berada di tengah-tengah mereka sebagai cucung nya. Banyak kebaikan yang di berikan teruntuk tina dari keluarganya dan anak-anaknya Oom, Bude, Bulek, tante yang enggak bisa di sebutkan satu-satu. Terimakasih atas didikan arahan dan kebaikan yang di berikan, sangat bersyukur dipertemukan ditengah-tengah keluarga ini. Semoga sehat selalu Allah SWT mudahkan segala urusannya dan dalam lindungan Allah SWT
- 4) Teruntuk kakak-kakak dan adik-adik ku tersayang, mas Hadi, Bang Ali, Istiqomah, khusnul, Apriyanti, Farid, Bagas, Tio, Ragil, Aisyah, Hafis, Latif, keyla. Terimakasih setantaisan memberikan support, canda tawa dan doa yang terbaik semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 5) Untuk seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan, terimakasih telah mendukung dan mendo'akan kelancaran kuliah ku semoga Allah SWT membaeikan kemudahan dalam setiap langkah kalian

Sekali lagi penulis mengucapkan terimakasih untuk kasih sayang teramat sangat banyak di limpahkan agar terselesaikan study ini.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Dwi Agustina, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 17 Agustus 1998, anak kedua dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Supri Yanto dan Ibu Dewi Yana (ALM).

Pendidikan yang penulis pernah tempuh yaitu Sekolah Dasar Negeri 2 kuripan lulus pada tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 1 Kotaagung Tanggamus lulus pada tahun 2015, Sekolah Menengah Atas Swasta (SMAS) Muhammadiyah 1 Kotaagung Tanggamus lulus pada tahun 2018 dan Melanjutkan pendidikan pada perguruan tinggi UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun akademik 2018/2019.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra maupun ekstra Fakultaas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Adapun organisasi yang penulis ikuti diantaranya yaitu UKM BAPINDA UIN Raden Intan Lampung, AMPIBI KIP-K UIN Raden Intan Lampung dan penulis juga ikut dalam organisasi ekstra yaitu BMI (Back to moslem identity) Lampung.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga kita masih tetap bisa menikmati alam ciptaan-Nya. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada teladan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama yang sempurna dan menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan karenanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Adapun judul skripsi ini adalah **“Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah Di UIN Raden Intan Lampung”**. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

- 1) Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- 2) Bapak Dr. Khairullah.,S.Ag, M.A. Selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Serta Ibu Ade Nur Istiani, M.I.kom, selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
- 3) Prof. Dr. H. M. Achlami. Hs, M.A. Selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Siti Wuryan, M. Kom.I Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia membimbing dan memberi saran yang menunjang terkait penelitian hingga proses penyusunan skripsi.
- 4) Seluruh dosen dan Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
- 5) Keluarga besar perpustakaan UIN Raden Intan Lampung atas perkenankannya penulis meminjam buku sebagai literature yang dibutuhkan.

- 6) Sahabat-Sahabatku Yoan Lady firanka, Putri Diah Lestari, Nabila Aisyah Putri, Adelia, Ummi Nur, Putri Lestari, Amelia Eka, miki mascara Devi, Binda Safitri, Pina Elonia yang selalu membaeri semangat, menghibur dan mendoakan
- 7) Terimakasih untuk Andrian Yazid Ar Rizqy, Syahril Ramadhan, I Maharani Rinungga, Fauzi Nadziiran Haq, Nur Ichsani Achmad, Ahmad Bahri, Zuhairi Fikri Khoiri, Iqbal Ramadhan, Ahmad Fauzi dan kader-kader UKM BAPINDA sudah mengizinkan, mengarahkan dan memberi waktu luangnya untuk di wawancara dan mengizinkan penulis peneliatian di UKM BAPINDA yang ada di UIN Raden Intan Lampung
- 8) Keluarga kesayangan ku Asrama Putri Bunda Fatimah wanita-wanita sholihah Tyas, Tina, Teh Rukiyah, Siwe, Fadila, Indri, mba mia, lulu, amel, kak nadia, Riris, Mauli, Atika, Putri Terimakasih kalian selalu memberikan semangat, kasih sayang, dan mendoakan di kalah lelah dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga sama-sama memudahkan kita semua dan di beri kekuatan
- 9) Teman-teman persejuangan KPI B kalian semua pasti bisa
- 10) Para pembaca penelitian ini dan seluruh pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak
- 11) Almamater tercinta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempat penulis menimba ilmu dan pengalaman hidup.
- 12) Segenap pihak yang belum disebutkan diatas yang juga telah memberikan sumbangan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya ungkapan do'a terucap dengan ikhlas, mudah-mudahan seluruh jasa baik moril maupun materil sebagai pihak, di nilai baik oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dengan demikian, penulis menghapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 21 Febuari 2023  
Penulis,

Dwi Agustina  
NPM. 1841010103

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PENYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Fokus dan sub fokus Penelitian .....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
G. Kajian Penelitian Tedahulu Yang Releven .....	11
H. Metode Penelitian .....	13
I. Sistematika Pembahasan .....	18

### **BAB II KOMUNIKASI ORGANISASI, UNIT KEGIATAN MAHASISWA (UKM) DAN KEGIATAN DAKWAH**

A. Komunikasi Organisasi .....	19
1 Proses Komunikasi Organisasi .....	19
2 Konsep Komunikasi Organisasi .....	24
3 Tujuan Konsep Organisasi .....	25
4 Manfaat Komunikasi Dalam Organisasi .....	27
5 Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi .....	29
6 Jenis-Jenis Jaringan Komunikasi Organisasi .....	31
7 Model Komunikasi Organisasi .....	33
8 Gaya Komunikasi Dalam Organisasi .....	36

9	Manajemen Konflik Dalam Komunikasi Organisasi.....	38
10	Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi .....	41
<b>B.</b>	<b>Unit Kegiatan Mahasiswa .....</b>	<b>43</b>
1	Pengertian Konsep Unit Kegiatan Mahasiswa .....	43
2	Karakteristik Unit Kegiatan Mahasiswa .....	44
3	Perangkat Unit Kegiatan Mahasiswa .....	45
4	Elemen Unit Kegiatan Mahasiswa.....	46
<b>C.</b>	<b>Kegiatan Dakwah.....</b>	<b>47</b>
1	Pengertian Kegiatan Dakwah.....	47
2	Bentuk-Bentuk Aktivitas Dakwah .....	48
3	Unsur-Unsur Aktivitas Dakwah.....	50

**BAB III UNIT KEGIATAN MAHASISWA (UKM) BAPINDA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN  
LAMPUNG**

A.	Profil UKM BAPINDA UIN Raden Intan Lampung....	57
1.	Sejarah Singkat UKM BAPINDA.....	60
2.	Visi UKM BAPINDA.....	60
3.	Misi UKM BAPINDA .....	60
4.	Makna Logo UKM BAPINDA .....	60
5.	Struktur Kepengurusan UKM BAPINDA Tahun 2022 .....	62
6.	Bentuk-Bentuk Program Kegiatan Dakwah UKM BAPINDA.....	68
B.	Proses Komunikasi Organisasi Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah Di UIN Raden Intan Lampung .....	71
1.	Membangun Kerja Sama Dalam Organisasi .....	72
2.	Kontribusi Pengurus Dalam Organisasi dan Program Kerja .....	74
3.	Upaya Dalam Mengatasi Hambatan Organisasi.....	78

**BAB IV KOMUNIKASI ORGANISASI UKM BAPINDA  
DALAM PELAKSANAAN KEGIATAN  
DAKWAH DI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

A.	Proses Penyampaian Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah Di UIN Raden Intan Lampung .....	83
----	---	----

B. Faktor Penghambat Dan Pendukung Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah Di UIN Raden Intan Lampung ..... 97

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan..... 101  
B. Rekomendasi ..... 103

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pendekatan Tradisional Dan Pendekatan Kontemporer ..... 40





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo UKM BAPINDA.....	61
Gambar 4.2 Jaringan Komunikasi UKM BAPINDA.....	90



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Dokumentasi
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Informasi Peneliti
- Lampiran 4 : SK Penetapan Pengurus UKM BAPINDA
- Lampiran 5 : SK Judul
- Lampiran 6 : Surat Perubahan Judul
- Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran : Surat Konsultasi
- Lampiran 8 : Turnitin





# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Skripsi Penelitian yang berjudul **“Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah Di UIN Raden Intan Lampung”**, Untuk memudahkan dan tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami tujuan dalam menyusun skripsi ini, penulis akan menjelaskan pengertian dari judul skripsi tersebut.

Wiryanto di dalam bukunya Khomsahrial Romli mengemukakan bahwa komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.<sup>1</sup> Redding dan Sanborn dalam buku yang sama mendefinisikan komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Komunikasi yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan komunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.<sup>2</sup>

Jadi dari pengertian tersebut dapat di artikan bahwa komunikasi organisasi disini adalah pengiriman dan penerimaan informasi seorang pemimpin organisasi kepada anggota organisasi maupun sebaliknya yang mana memiliki tujuan untuk organisasi tersebut.

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) adalah wadah aktivitas mahasiswa merupakan patner organisasi kemahasiswaan intra kampus lainnya seperti senat dan badan

---

<sup>1</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Ed Revisi, (Jakarta: GRASINDO, 2014) , 2

<sup>2</sup> *Ibid.*, 11

eksekutif mahasiswa, baik yang berada tingkat program studi, jurusan, maupun universitas. Lembaga ini bersifat otonom, dan bahkan sebagai cabang dari badan dari eksekutif maupun senat mahasiswa.<sup>3</sup> BAPINDA merupakan salah satu unit kegiatan mahasiswa atau satu lembaga dakwah kampus yang ada di UIN Raden Intan Lampung, yang terbentuk pada

tanggal 26 juni 1996 yang bergerak di bidang pembinaan dakwah, baik itu bagi kadernya maupun mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. UKM ini memiliki tujuan untuk menyiapkan kader atau anggota yang bisa mengubah keadaan sesuai dengan aturan Allah SWT.

Kegiatan Menurut WJS Poerwadarmita, Pengertian dari Kegiatan adalah keaktifan kegiatan, kesibukan kerja atau salah satu kegiatan kerja yang di laksanakan dalam tahap-tahap bagian. Dalam kamus praktis bahasa Indonesia aktivitas merupakan suatu keaktifan atau kegiatan yang di laksanakan dalam tahap-tahap bagian dalam perusahaan<sup>4</sup> jadi yang di maksud dengan kegiatan adalah melakukan suatu aktivitas dengan sungguh-sungguh dan benar-benar.

Dakwah adalah proses rekayasa sosial menuju tatatan masyarakat ideal sesuai dengan pesan-pesan Tuhan, seperti apa yang telah dimaksud dalam firman-firmannya maupun sabda utusannya.<sup>5</sup> Dakwah yang di maksud disini tentu sudah jelas mengarahkan kepada kebaikan dan keselamatan islam. Pada hakikatnya dakwah adalah menyeru kepada umat manusia untuk menuju kepada jalan kebaikan, memerintahkan yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar dalam rangka memperoleh kebahagiaan di dunia maupun akhirat.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Arindyas Fenta Prandika, "Strategi Pengkaderan UKM Bidang Pembinaan Dakwah Bapinda Uin Raden Intan Lampung" Studi Manajemen Dakwah, Skripsi Program Strata Satu Universitas Islam Negeri Rden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2019, 2

<sup>4</sup> Depatemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), .17

<sup>5</sup> Asep Saepul Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Motode Penelitian Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), .15

<sup>6</sup> M Munir Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2006), 1

Jadi kegiatan Dakwah harus mempunyai tujuan yang hendaknya harus dicapai, pada dasarnya kegiatan dakwah merupakan usaha yang dilakukan agar para umat islam teruntuk pengurus dan anggota bisa mengamalkan ajaran-ajaran agama islam sehingga tujuan dari kegiatan dakwah bisa tercapai dan dengan adanya bentuk aktivitas untuk mencapai suatu tujuan dalam mengajak objek dengan cara yang bijaksana agar menjadi lebih baik dari sebelumnya menurut apa yang di perintahkan oleh tuhan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat, dengan bentuk kegiatan Ojek Perempuan, Membagikan Bunga Kerta, Tatsqif kajian keislaman, Tahsin belajar ilmu Al-Qur'an, Fiqih Hukum Islam, Kajian Akbar, Kajian Mingguan, Seminar Karya Tulis, Kemuslimahan, Kajian Fiqih kemuslimahan, Seminar Kemuslimahan, Kajian Rutin Muslimah, Kelas Desain, Mencari Isu-isu yang terkait dalam keislaman dan menyebar luaskan kegiatan islam dalam media.

Dari permasalahan dapat di simpulkan bahawasan pada skripsi ini meninjau proses Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA dan kegiatan dakwah Untuk mencapai tujuan pelaksanaan kegiatan dakwah di kampus UIN Raden Intan Lampung dengan bentuk kegiatan dakwah Ojek Perempuan, Membagikan Bunga Kerta, Tatsqif kajian keislaman, Tahsin belajar ilmu Al-Qur'an, Fiqih Hukum Islam, Kajian Akbar, Kajian Mingguan, Seminar Karya Tulis, Kemuslimahan, Kajian Fiqih kemuslimahan, Seminar Kemuslimahan, Kajian dan lainnya dalam proses Komunikasi Organisasi guna mencapai suatu tujuan tertentu dalam pelaksanaan kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung

## **B. Latar Belakang**

Perkembangan, perubahan, dan kemajuan masyarakat yang pesat dapat menyadarkan respon masyarakat tersebut terhadap perkembangan dan kemajuan zaman yang terjadi. Sehingga, warga dunia harus terus berbenah diri, agar mereka tak tertinggal peradaban modern yang dapat di tandai dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi.

Selain itu, dakwah juga memegang peranan yang sangat penting di dalam kehidupan yang bermasyarakat. Maju mundurnya masyarakat ditentukan oleh ulama di dalam bimbingannya.

Secara global, didalam dunia dakwah, syi'ar islam sejauh ini masih di sampaikan dengan cara strategi yang kurang tepat sasaran. Dari mulai materi, cara penyampaian hingga penguasaan wawasan yang kurang mendalam dari seorang da'i, padahal Islam harus di sampaikan dengan cara metodologi yang tepat dan benar, serta dapat dicerna dan diterima banyak dari kalangan masyarakat luas terutama umat islam. Dakwah secara definitif adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kejalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>7</sup>

Kegiatan berdakwah telah berlangsung seumur sejarah kehidupan manusia. Sejak pertama nabi Adam AS, hingga Nabi Muhammad SAW sekarang ini. Dahulu rasullah SAW pada awal masa kenabian, tidak langsung di perintahkan berdakwah terang-terangan kepada seluruh manusia, akan tetapi beliau berdakwah dengan kerabat-kerabatnya dulu. Setelah itu beliau di perintahkan berdakwah secara terang-terangan terhadap orang lain dan orang banyak. Sesuai dengan perintah Allah SWT. Dalam surat Al-Hijr ayat 94:

فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ٩٤

*“Maka sampaikanlah olehmu secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang-orang yang musyrik”.*(QS. Al-Hijr [15]: 94).

Dakwah jika dilihat dari segi bahasanya berasal dari bahasa arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan, dan undangan. Sedangkan, dakwah menurut islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang

---

<sup>7</sup> Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah*, (Jakarta: PT. Al Mawardi Prima, 2004). 67

benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>8</sup> Secara terminologis, dakwah telah banyak di definisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “Mengajak” atau “Menyeru” kepada orang lain untuk masuk kesabil Allah SWT. Bukan untuk mengikuti dai atau sejadi kelompok orang lain. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah fadliyah dan dakwah ummah sementara itu Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat di bagi menjadi dua hal; pelaksanaan dakwah, perseorangan, dan organisasi.<sup>9</sup> Dakwah ialah dorongan atau ajakan manusia kepada kebaikan dan ma’ruf nahi *munkar* atau perintah kebaikan, serta melarang kemungkaran untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>10</sup> Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahas arab, yaitu dari kata *دعاء* (da’a), *يادو* (yad’uw), *دعوة* (da’watan). Kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani.<sup>11</sup> Di dalam hal meningkatnya berdakwah dalam 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

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, 67

<sup>9</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 14

<sup>10</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kotemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), 36.

<sup>11</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah*, (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018), 3



organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.<sup>12</sup> Organisasi hadir di tengah-tengah kita karena kegiatan pengorganisasian penting untuk mencegah kerancuan, dan ketidak pastian yang dihadapi umat manusia. Organisasi harus menanggapi ketidak jelasan ini, dan hal ini dilakukan organisasi dengan memberi makna pada peristiwa-peristiwa. Semakin banyak ketidak jelasan pesan, semakin besar kemungkinan di gunakannya siklus komunikasi untuk menanggapi ketidak pastian. Semakin banyak ketidak pastian yang dihadapi suatu organisasi, semakin besar kebutuhan untuk menggunakan siklus-siklus komunikasi.<sup>13</sup>

Ada aliran-aliran siklus-siklus dalam komunikasi tersebut ada berupa menyampaikan, dan mempersatukan pendapat para anggota organisasi. Adapun dalam memberikan pendapat, dan membuat aliran siklus komunikasi berjalan dengan baik diperlukannya komunikasi organisasi, contohnya komunikasi ke atas, yakni informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (atasan).<sup>14</sup> Komunikasi organisasi 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>15</sup> Sedangkan menurut Robert T. golembiewski, komunikasi organisasi adalah komunikasi kelompok kecil, dan lebih spontan, kurang berstruktur, dan serta kurang berorientasi pada tujuan, lebih menunjukkan tatanan yang permanen dan lebih mencerminkan adanya identitas dari pada komunikasi kelompok lebih sedikit.<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : Grasindo, 2011), 2

<sup>13</sup> *Ibid.*, 40

<sup>14</sup> R.Wayne Pace, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaann*,(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 183-189

<sup>15</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 67.

<sup>16</sup> Alvin A. Godberg, *Komunikasi Kelompok*, (Jakarta: UI-Press, 2006), 10

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di maknai bahwasan organisasi tidak hanya di anggap sekumpulan orang dalam berinteraksi, dengan adanya komunikasi organisasi akan mewujudkan simbol-simbol yang akan dilihatkan didalam suatu kehidupan berorganisasi, baik berupa kata-kata atau gagasan yang mendorong, mengesahkan, dan mewujudkan program kegiatan dakwah yang terorganisir dalam posisi-posisi tertentu. Dalam Organisasi dakwah ini dapat dilaksanakan sebagai format dari gerakan dakwah Islam yang dilaksanakan oleh mahasiswa yang merasa peduli dengan kondisi eksistensi Islam di lingkungan kampus. Oleh sebab itu dalam berorganisasi yang di inginkan komunikasi organisasi, dimana kehadiran komunikasi adalah hal yang sangat utama dan penting dalam berjalannya program kerja kegiatan berorganisasi. Komunikasi sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi di sebabkan didalam mempelajari komunikasi organisasi bisa memperbaiki organisasi. Selanjutnya komunikasi sangat dibutuhkan sekali untuk kemajuan organisasi, didalam organisasi bisa dikatakan maju bilamana hubungan komunikasi antara internalnya harmonis. Komunikasi bisa dikatakan berguna didalam kelangsungan suatu organisasi, oleh adanya studi komunikasi ini organisasi bisa memanajemen pengembangan sumber daya manusia, instansi dan tugas-tugas yang lain.

Organisasi merupakan suatu pola yang terbuka, dinamis, mewujudkan komunikasi, dan saling timbal balik dalam menukar pesan diantara anggotanya. Oleh karena itu di dalam mewujudkan dan tukar menukar pesan dapat melangkah terus menerus dan tidak ada hentinya hingga dirumuskan suatu sistem yang dapat menjadikan kerja sama berdasarkan suatu pembagian tugas untuk mengarahkan oleh suatu tujuan yang inginkan di dalam organisasi.

Didalam proses untuk mendapatkan tujuan organisasi dibutuhkan biasanya komunikasi yang baik dan bisa saling menghubungkan, mengatur dan membimbing lingkungan organisasi yang saling melekat antara struktur dan fungsi organisasi, didalam suatu hubungan antara anggotanya,

proses informasi dan proses pengorganisasian. Oleh sebab itu peran komunikasi organisasi bermanfaat sebagai tempat terjadinya komunikasi menjadikan basis pengorganisasian manusia di dalam suatu kelompok dan memberikan jalan yang dapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat dilakukan pekerjaannya menjadi lebih harmonis serta lebih memahami perancangan dan memahami keberlangsungan aktifitas organisasi tersebut. Komunikasi organisasi juga berisi unsur penting didalam manajemen lingkungan organisasi diantaranya, komunikasi akan membuat ketetapan, berupa komunikasi kelompok kecil atau besar, proses kepemimpinan, pengelolaan konflik, pelaksanaan kegiatan organisasi serta kepuasan kerja sama antara seluruh anggota.

Adapun didalam melaksanakan kegiatan dakwah, yang di jalankan oleh organisasi/lembaganya itu sendiri. Baik didalam perguruan tinggi Islam sudah ada organisasi Islam seperti UKM BAPINDA yang melaksanakan program kegiatan dakwahnya. Demikian di lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di dalam UKM BAPINDA, UIN Raden Intan Lampung juga membentuk dakwah seperti Ukmf-Ukmf "*Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas*" di antaranya Fakultas Tarbiyah (Ukmf Ibroh), Fakutas Febi (Ukmf Ikrimah), Fakultas Dakwah (Ukmf Rabbani), Fakultas Syariah (Ukmf Gemais), Fakultas Usuludin (Ukmf Salam). Ini menunjukkan bahwa UKM BAPINDA UIN Raden Intan Lampung menjadi wadah gerakan dakwah Islam di kalangan mahasiswa yang berpusat di kampus, gerakan dakwahnya meliputi kampus, masyarakat disekitar kampus dan segenap civitas akademik yang ada di kampus.

Didalam organisasi ini melakukan proses pembinaan dan pengembangan kader untuk mencapai akhlakul karimah, melaksanakan kegiatan dakwah supaya kader mengetahui ilmu agama dan disiplin ilmu lainnya, mengembangkan khazanah keilmuan mahasiswa sehingga mempunyai wawasan luas serta mampu berkontribusi terhadap upaya-upaya perbaikan umat, dan usaha-usaha lain yang tidak

bertentangan dengan aturan dan sesuai dengan azas dan peran organisasi serta berguna untuk mencapai tujuan organisasi.

Dilihat dalam permasalahan kegiatan dakwah yang terjadi di dalam organisasi UKM BAPINDA, kegiatan dakwah yang dilakukan oleh organisasi UKM BAPINDA belum tercapai secara maksimal, seperti di antaranya adalah kurangnya komunikasi antara sesama kader, UKM BAPINDA tidak di jadikan sebagai prioritasnya untuk para kader, dan kurangnya aktifnya para kader di dalam Organisasi UKM BAPINDA, hal tersebut membuat kegiatan dakwah UKM BAPINDA problem harus tetap di selesaikan supaya berjalan dengan baik.

Dalam lingkup internal, peran UKM BAPINDA sebagai wadah perjuangan guna membina dan mengembangkan dakwah islamiyah, adapun tujuan utamanya adalah saling berkerjasama dengan baik bisa dan bertukar informasi dan komunikasi sesama anggota supaya program kerja berjalannya di dalam pelaksanaan kegiatan dakwah serta membentuk para kader yang bisa mengembangkan khazanah keilmuan mahasiswa sehingga menjadi wawasan luas serta mampu berkontribusi terhadap upaya-upaya perbaikan umatnya. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang komunikasi UKM BAPINDA didalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan dakwah BAPINDA dengan judul **“Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA Dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah Di UIN Raden Intan Lampung”**

### **C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian**

#### **a) Fokus Penelitian**

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian maka peneliti ini di fokuskan pada Komunikasi Organisasi, yakni dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini akan terfokus pada Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan

Lampung.

b) **Subfokus Penelitian**

Bagaimana pengurus dan kader-kader UKM Bapinda di dalam berkomunikasi untuk menjalankan pelaksanaan kegiatan dakwahnya di lingkungan UKM BAPINDA dan sekitar kampus UIN Raden Intan Lampung.

**D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitaian ini adalah;

- a) “Bagaimana Proses Komunikasi Oraganisasi UKM BAPINDA dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung?”.
- b) Apa saja faktor pendukung dan factor penghambat dalam Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA dalam ppelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung?

**E. Tujuan Penelitian**

Bedasarkan Rumusan Masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah;

- a) Untuk mengetahui proses komunikasi organisasi UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung.
- b) Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan factor penghambat dalam Komunikasi Organisasi UKM BAPINDA dalam ppelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung

**F. Manfaat Penelitian**

a) **Manfaat Akademik**

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), dan sebagai literature kepustakaan tentang komunikasi organisasi di kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

b) Manfaat Praktis

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

**G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan telaah kepustakaan, untuk mengetahui apakah penelitian dibidang yang sama sudah dilakukan penelitian atau belum. Penulis menemukan skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi tersebut antara lain :

- 1 Skripsi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung, atas Nama Ahmad Ramadhan Npm 1611010391 dengan judul skripsi “Peran Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Pembinaan Dakwah (UKM BAPINDA) dalam pembinaan keagamaan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung” tahun 2020. Skripsi ini membahas tentang hasil penelitian ini menjelaskan tentang bahwa peran dari UKM Bapinda UIN Raden Intan Lampung baik terlihatnya dari banyak kegiatan-kegiatan pembinaan keagamaan islam seperti aktif mengadakan agenda agenda yang menjadi sarana bagi mahasiswa untuk meningkatkan diri kearah yang lebih baik. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan dianalisis menggunakan tiga metode yaitu metode reduksi, display dan verifikasi. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ramadhan dengan yang peneliti lakukan adalah pada metode penelitian yang digunakan, peneliti menggunakan jenis penelitian *Field Research* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ramadhan adalah metode Kualitatif Deskriptif.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Ahmad Ramadhan, “Peran Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Pembinaan Dakwah(UKMBAPINDA) dalam pembinaan keagamaan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung,” (Skripsi: Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung, 2020).

- 2 Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, atas Nama Veni Silviyani Npm 1641010168 dengan judul skripsi “Komunikasi Organisasi dalam Pengembangan Rumah Da’i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi” tahun 2020. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi organisasi dalam pengembangan rumah da’i di Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan dianalisis menggunakan Jenis penelitian yaitu penelitian *field research* atau lapangan yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Veniyani dengan yang peneliti lakukan adalah pada jenis penelitian yang digunakan, peneliti menggunakan subjeknya di UKM BAPINDA sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Veni UKM Rumah Da’i.<sup>18</sup>
- 3 Skripsi yang berjudul “Komunikasi Oraganisasi Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Pada Ikatan Pencinta Bahasa Jepang (ICHIBAN), skripsi ini di susun oleh mahasiswa Nama Ekaning Tyas Candri lulus tahun tahun 2021, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi organisasi dalam meningkatkan ukhuwah islamiyah dalam ichiban. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif di dalam jenis penelitia ini pene;itian *field research*, metode pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dokumentasi. Tekni yang di gunakan *snowball sampling*.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Veni Silviyani, “Komunikasi Organisasi dalam Pengembangan Rumah Da’i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,” (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2020).

<sup>19</sup> Ekaning Tyas Candri, “Komunikasi Oraganisasi Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Pada Ikatan Pencinta Bahasa Jepang ICHIBAN” (Skripsi : UIN Raden Intan Lampung 2021).

## H. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memakai metode Kualitatif, yang bersifat deskriptif yang dimana metode ini dipakai untuk meneliti pada objek yang alamiah.<sup>20</sup> Adapun dalam pengambilan sumber data diantaranya, wawancara, observasi, dokumen, narasumber, peristiwa aktivitas, lokasi, dan gambar, dalam pengumpulan data, penulis menggunakan data primer dan data sekunder, adapun teknik analisis data memakai deskriptif kualitatif

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah *Field Research* ialah penelitian lapangan yang kajiannya dilaksanakan dengan tersusun dan mendalam serta mengambil data-data yang diperoleh dari hasil lapangan.<sup>21</sup> Maka penelitian ini penulis melakukan pengamatan terkait kegiatan dakwah UKM BAPINDA beserta melakukan wawancara kepada pengurus dan kader UKM BAPINDA terkait komunikasi organisasi dalam pelaksanaan kegiatan dakwah.

#### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif yakni untuk mengumpulkan informasi terkait status suatu gejala yang ada, ialah kondisi gejala pendapat apa adanya pada proses penelitian serta tidak membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, jadi maksud dari jenis penelitian deskriptif ialah memberi suatu kondisi selaras apa yang terjadi terkait suatu variabel, gejala, atau keadaan.<sup>22</sup> kemudian dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui cara mendeskripsikan mengenai proses komunikasi dalam pelaksanaan

---

<sup>20</sup> Nurmalasari, "Metode Penelitian", semanticscholar, 2018, 18, <https://www.semanticscholar.org/paper/Modul-Metode->

<sup>21</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: BumiAksara, 1999), 41.

<sup>22</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2019), 88.



kegiatan atau program UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah.

**a. Subjek dan Objek Penelitian**

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah orang-orang yang punya kemampuan untuk memberi informasi terkait data yang diperlukan terkait persoalan yang akan diteliti.<sup>23</sup> Maka subjek dalam penelitian ini yaitu, pengurus, dan anggota UKM BAPINDA

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah komunikasi organisasi yang dilaksanakan oleh UKM BAPINDA dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di kampus UIN Raden Intan Lampung.

**b. Sumber Data**

a. Sumber Data Primer

Data primer ialah data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, biasa di sebut sebagai data asli, sumber data ini di dapat dengan observasi, wawancara, kejadian ataupun kegiatan.<sup>24</sup> Maka untuk sumber data primer peneliti ialah Wakil Ketua Umum, Sekretaris umum, Kadiv Kaderisasi, Kadiv Kajian Keislaman dan keilmuan, Kadiv Kesetariatan, Sekdiv Humas dan anggota aktif UKM BAPINDA.

Maka dalam pengambilan sample peneliti memakai teknik *Sampling Purposive*, teknik ini dilaksanakan dengan metode mengambil subjek bukan di dasarkan oleh strata atau random, akan tetapi dilaksanakan atas dasar tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini sampel yang diambil harus memenuhi kriteria sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>25</sup> adapun syarat-syarat yang

---

<sup>23</sup> Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 135.

<sup>24</sup> *Ibid.*, 28.

<sup>25</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2019), 68.

harus dipenuhi untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Orang yang memiliki tugas dakwah serta paham terhadap pelaksanaan kegiatan dakwah di UKM BAPINDA, yaitu: Wakil Ketua Umum, Sekertaris Umum, Ketua Divisi kaderisasi, Kadiv K3- PU, Kadiv Kesetariatan,.
- 2) Anggota yang aktif dalam kegiatan dakwah UKM BAPINDA, peneliti mengambil sampel sebanyak 3 orang anggota.

Adapun Jumlah populasi dalam penelitian ini ialah 40 orang dan pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah berjumlah 8 orang.

b. Sumber Data Skunder

Data sekunder ialah data yang didapatkan bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk mendapatkan data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti, penelitian ini juga biasa disebut sebagai penelitian yang menggunakan studi kepustakaan.<sup>26</sup> Maka dalam hal ini peneliti mencari serta mengumpulkan data ini dari buku, dokumentasi, laporan kegiatan UKM BAPINDA, jurnal, skripsi dan lain- lain.

c. **Metode Pengumpulan Data**

a. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden lalu dicatat, atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*).<sup>27</sup> Wawancara sebagai metode utama dalam mencari data dengan menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin. Teknik wawancara bebas terpimpin yaitu teknik wawancara yang bebas, namun

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, 19.

<sup>27</sup> Kusnaka Adimihardja, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 67.

pewawancaranya harus pandai mengarahkan yang diwawancarai, agar tidak keluar dari pokok bahasan.<sup>28</sup> Wawancara dalam hal ini mengenai pelaksanaan kegiatan atau komunikasi yang terjadi dalam organisasi dan penelitian ini peneliti 9 orang yaitu, Wakil Ketua, Sekertaris Umum, Kaderisasi, Kajian keislaman dan keilmuan (K3-PU), kesetariatan, Humas serta 3 orang anggota aktif UKM BAPINDA

b. Obsevasi

Observasi ialah teknik mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung kepada objek yang ingin diteliti, untuk melihat dengan jelas dan dekat kegiatan yang sedang dilaksanakan, serta kita mencatat dengan objektif, yang sudah dilihat ataupun didengar.<sup>29</sup> Adapun observasi pendapat Louis Cohen dkk, mengatakan jika observasi ialah sebagai proses penelitian memberi kesempatan kepada peneliti untuk mengambil data dari kegiatan atau kejadian yang dialami dari situasi sosial, lalu peneliti dapat melihat secara langsung yang terjadi di lokasi dari pada mengandalkan data berkas atau data kedua.<sup>30</sup> maka dapat dipahami bahwa observasi ialah pengamatan dengan melihat langsung ke lokasi kegiatan ataupun kejadian tersebut untuk mengambil data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti observasi pada kegiatan yang dilakukan oleh UKM BAPINDA diantaranya, Sharing Time, Kajian Akbar

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah catatan peristiwa maupun program yang sudah terjadi, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya dari anggota atau kader dari komunitas maupun organisai yang akan diteliti.<sup>31</sup> Maka

---

<sup>28</sup> Narbuko, Cholid. *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 85.

<sup>29</sup> Nurmalasari, "*Metode Penelitian*", semanticscholar, 2018, 31, <https://www.semanticscholar.org/paper/Modul-Metode-> .

<sup>30</sup> *Ibid.*,.32.

<sup>31</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2019), 85.

peneliti akan mengambil data dari laporan kegiatan ataupun gambar yang telah dilaksanakan oleh UKM BAPINDA.

#### d. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data kualitatif. Penelitian ini bukan menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian di interpretasikan. Analisis datanya bersifat induktif, dan hasilnya lebih menekankan pada makna.<sup>32</sup> Dalam hal ini berarti peneliti menganalisis dari data yang terkumpul melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta mengkaitkan dengan teori komunikasi organisasi. Peneliti menggunakan analisis data kualitatif, yakni tipe data penelitian yang dikategorikan tidak berdasarkan jumlah, atau banyaknya sesuatu, tetapi lebih kepada pernyataan.

Miles dan Huberman Michel sebagaimana dikutip oleh Sugiyono dalam bukunya mengemukakan tahap-tahap dalam analisis data kualitatif secara berurutan terbagi menjadi tiga alur kegiatan yaitu diantaranya:<sup>33</sup>

- a. Reduksi data (*data reduction*), yaitu tahap pemilihan data. Data-data mentah akan disaring, penulis akan memilih mana saja yang paling relevan dan memokuskan pada hal-hal penting untuk dipakai dalam mendukung penelitian.
- b. Penyajian data (*data display*) dalam tahap ini penulis merancang data dan menemukan jenis maupun bentuk data yang akan dimasukkan. Data disusun menjadi lebih mudah dibaca. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

---

<sup>32</sup> Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: Jejak, 2018), 7-9.

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 246.

- c. Penarikan kesimpulan (*data conclusion drawing/verification*), setelah melalui tiga tahap sebelumnya langkah selanjutnya adalah mengambil kesimpulan. Isi kesimpulan mencakup semua informasi penting yang ditemukan dalam penelitian.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika Penelitian adalah bagian terakhir pada BAB I skripsi maupun. Sistematika penelitian merupakan isi keseluruhan mencakup daftar isi, pembahasan menjelaskan isi setiap bab yang ada dalam skripsi. Untuk mempermudah penyusunan skripsi ini, kemudian disusun sistematika penulisan menjadi bab yang terdiri dari beberapa sub bab, sebagai berikut :

**BAB I** Pendahuluan, berisi Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Focus Dan Subfokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Metode Penelitian Dan Sistematika Pembahasan

**BAB II** Landasan Teori, pada bab ini membahas teori yang digunakan oleh penulis sebagai landasan yaitu : Komunikasi Organisasi, Konsep Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), Kegiatan Dakwah

**BAB III** Deskripsi Objek Penelitian, pada bab ini berisi Gambaran Umum Objek, Penyajian Fakta dan Data Penelitian

**BAB IV** Analisis Penelitian, pada bab ini berisi Analisis Data Penelitian dan Temuan Penelitian

**BAB V** Penutup, pada bab ini berisi Simpulan dan Rekomendasi.

## BAB II

### KOMUNIKASI ORGANISASI UNIT KEGIATAN MAHASISWA (UKM) DALAM KEGIATAN DAKWAH

#### A. Komunikasi Oraganisasi

##### 1. Proses Komunikasi Organisasi

Proses Komunikasi dapat terjadi apabila sumber sebagai komunikator, bermaksud menyampaikan informasi yang ingin disampaikan kepada penerima pesan dengan maksud tertentu. Untuk itu di terjemahkanlah gagasan atau ide tersebut menjadi symbol-symbol yang selanjutnya menjadi sebuah pesan (*message*).

Wiliam I. Gorden menjelaskan bahwa komunikasi, yang di dalam bahasa inggris Communication, berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama. Yang artinya komunikasi adalah suatu topik yang amat di bicarakan, bukan hanya dikalangan ilmunan komunikasi melainkan di kalangan orang awam, sampai kata komunikasi itu sendiri terlalu banyak arti yang berlainan.<sup>1</sup> Harold D. Lasswell, sebagaimana dikutip oleh Sendjaja dalam Wiryanto, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?).<sup>2</sup> Shannon dan Weaver mengemukakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.<sup>3</sup>

Komunikasi menurut di dalam buku Arni Muhammad adalah suatu proses karena merupakan suatu seri kegiatan yang terus-menerus, yang tidak mempunyai permulaan atau akhir dan selalu

---

<sup>1</sup> Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 4

<sup>2</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004),.6

<sup>3</sup> *Ibid.*,7

berubah-ubah.<sup>4</sup> Menurut Dedy Mulyana komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan untuk membentuk kesamaan makna atau persepsi. Komunikasi terjadi agar komunikator dan komunikan mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikan. Suatu pemahaman populer mengenai manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media seperti Surah (selebaran), Surah kabar, majalah, radio atau televisi.<sup>5</sup>

Chester Irving Barnard dianggap sebagai tokoh pertama yang berhasil memberikan pemahaman tentang konsep organisasi sebagai sebuah sistem kerja sama. Dalam buku seminal berjudul *The Functions Of The Executive*, Barnard, menyimpulkan bahwa hakikat organisasi hanya mungkin dipahami dalam ketertarikan yang tidak terpisahkan dengan komunikasi. Kenyataan ini dijelaskan Barnard sebagai berikut:

“Dalam sebuah teori organisasi yang tuntas, komunikasi tentu menduduki tempat sentral, karena struktur, keluasan jangkauan, dan ruang lingkup organisasi hamper sepenuhnya ditentukan oleh teknik-teknik komunikasi. lagi pula banyak spesialisasi dalam organisasi berasal dan pada dasarnya terpelihara disebabkan oleh tuntunan-tuntunan komunikasi.” Barnard mampu memberikan pemahaman bahwa komunikasi pada dasarnya adalah sumber penyebab dari semua kegiatan lain yang terjadi di dalam organisasi. Komunikasi adalah sumber pemahaman tentang organisasi.<sup>6</sup>

Pengertian komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu proses interaksi antara kader-kader BAPINDA (Badan Pembinaan Dakwah) dalam melaksanakan kegiatan dakwah. Karena komunikasi merupakan proses dua arah atau

---

<sup>4</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 19.

<sup>5</sup> Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosda, 2005), 61.

<sup>6</sup> Oktaviani Margareta Katuk, Nourma Mewenggang, Edmon R. Kalesaran, 2016, *Peran Komuniiasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica*, Jurnal Acta Diurna, Vol. 5 (5): 3

timbang balik maka komponen balikan perlu ada dalam proses komunikasi. Dengan demikian, komponen dasar komunikasi ada lima yaitu: pengirim pesan, pesan, saluran, penerima pesan dan balikan.<sup>7</sup> Proses terjadinya komunikasi terdapat unsur-unsur yang membuat proses itu terjadi. Menurut Harold Lasswell dalam Arni Muhammad, unsur-unsur komunikasi tersebut adalah sebagai berikut:<sup>8</sup>

a. *Who (siapa)*

Who adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.

b. *Say What (apa yang dikatakan)*

Say what adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.

c. *To Whom (penerimaan)*

To whom maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia ingin disampaikan diberikan.

d. *Through what (media)*

Through what atau melalui media apa. Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, Surah, buku dan gambar.

e. *What effect (apa efeknya) What effect atau apa efeknya dari komunikasi tersebut.*

Menurut Everet M. Rogers dalam Khomsahrial Romli, dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 17.

<sup>8</sup> *Ibid.*, 5-7

<sup>9</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Ed Revisi, (Jakarta: GRASINDO, 2014), 1



Herbert A. Simon adalah ilmuan pada Carnegie Institute of Technology (sekarang Carnige-Mellon University) di Pittsburgh (Pennsylvania) yang mampu memperteguh peran sentral komunikasi, baik komunikasi formal maupun informal, dalam pemahaman organisasi sebagai sebuah sistem sosial. Dalam buku klasik berjudul *Administrative Behavior*, Simon menyatakan bahwa pada hakikatnya organisasi adalah pola komunikasi dan hubungan kompleks antarmanusia. Secara tepatnya definisi Simon berbunyi sebagai berikut: *Organisasi adalah pola komunikasi dan hubungan-hubungan lain yang kompleks dalam suatu kelompok manusia.*<sup>10</sup>

Katz dan Kahn dalam Radial, menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi.<sup>11</sup> Redding dan Sanborn dalam bukunya Khomsahrial Romli, mendefinisikan komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan komunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.<sup>12</sup>

Menurut Wiryanto dalam Khomsahrial Romli, komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Kelompok formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi,

---

<sup>10</sup> Oktaviani Margareta Katuk, Nourma Mewenggang, Edmon R. Kalesaran, 2016, *Peran Komuniiasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksitensi Sanggar Seni Vox Angelica*, Jurnal Acta Diurna, Vol. 5 (5): 3

<sup>11</sup> Radial, *Fungsi Komunikasi Organisasi: Studi Kasus Tentang Fungsi Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 12

<sup>12</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta: GRASINDO, 2014), 11

produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Menurut Syafrida dan kawan-kawan, menjabarkan ciri-ciri komunikasi organisasi, untuk lebih memahami komunikasi organisasi dengan komunikasi yang lain yaitu:<sup>14</sup>

- a. Komunikasi organisasi merupakan suatu proses yang tidak bisa dipahami sebagai berbagai peristiwa yang terpisah-pisah. Proses bermakna memiliki dimensi waktu yang dinamis terhadap semua unsur. Menjadi proses pertukaran pesan antar sesama anggota organisasi yang terjadi seperti “aliran arus” sungai yang terus menerus yang terkait dengan perilaku dan aktivitas organisasi.
- b. Orang-orang yang terlibat dalam komunikasi organisasi adalah orang yang mempunyai jabatan dan peran yang berbeda dalam hierarki organisasi. Komunikasi yang terbentuk menjadi hubungan independen yang mengikuti mata rantai kewenangan berjenjang
- c. Aktivitas komunikasi dalam sebuah organisasi adalah komunikasi yang intensional. Dalam artian mempunyai tujuan dan rasional. Tujuan komunikasi dalam proses yang berlangsung sudah jelas karena pada hakikatnya system kerja sama yang rasional sudah mempunyai tujuan yang pasti.
- d. Multijenjang adalah komunikasi dalam organisasi terjadi sesuai dengan latar ikatan atau kerangka kegiatan yang berbeda-beda. Terdapat lima jenjang yang dapat berlangsung dalam komunikasi organisasi yaitu jenjang interpersonal, intrapersonal, kelompok, organisasi dan teknologi.

Dari beberapa definisi tentang komunikasi organisasi di atas, maka penulis dapat menyimpulkan di dalam penelitian ini bahwa komunikasi organisasi dalam UKM BAPINDA merupakan suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan kepada para kader-kader BAPINDA untuk berkerja sama

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, 2

<sup>14</sup> Syafrida Hafni Sahir, et. al., *Pengembangan dan Budaya Organisasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 113-114

dalam melaksanakan kegiatan dakwah di suatu organisasi untuk mewujudkan suatu tujuan organisasi tersebut.

## 2. 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.

### 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. Ketidak Pastian

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>15</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

### 3. Tujuan Komunikasi Organisasi

Adapun komunikasi organisasi adalah:

1) Sebagai Tindakan Organisasi.

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).

---

<sup>15</sup> *Ibid.*,68

## 2) 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.

## 3) 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>16</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 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 ungkapkan kepada orang lain. Sedangkan menurut Liliweri tujuan komunikasi organisasi terdiri dari empat tujuan antara lain:<sup>17</sup>

- 1) Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
- 2) Membagi Informasi
- 3) Menyatakan Perasaan dan Emosi
- 4) Melakukan Koordinasi

---

<sup>16</sup> Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 65

<sup>17</sup> Louis Borneo Bangun, Debby Kawengian, 2018, *Peranan Komunikasi Organisasi Pada Unit Tata Kelola Destinasi Wisata Bunaken Dalam Pengembangan Kawasan Taman Laut Nasional Bunaken*, Jurnal Acta Diurna Komunikasi, Vol. 7 (4): 9

#### 4. Manfaat Komunikasi Dalam Organisasi

Komunikasi berperan penting dalam berinteraksi sosial dan membantu kita untuk mengajak atau mempengaruhi orang lain. Menurut Thomas M Scheidel dalam Tedy Dyatmika, pertama seorang berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas diri. Melalui komunikasi seseorang bisa menunjukkan siapa dirinya kepada orang lain, seseorang bisa memperkenalkan dirinya kepada orang lain. Kedua melalui komunikasi seseorang dapat membangun kontak sosial dengan orang disekitar kita. Hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang sangat bergantung dengan orang lain, melalui komunikasilah hubungan sosial akan berjalan dengan baik. Ketiga melalui komunikasi dapat mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir dan berperilaku seperti yang diinginkan oleh komunikator. Keempat melalui komunikasi seseorang dapat mengendalikan lingkungan fisik dan psikologisnya. Seseorang dapat mengendalikan lingkungan sekitarnya dengan menggunakan komunikasi. Seseorang juga dapat menjaga kesehatan mental psikologisnya dengan melakukan komunikasi dengan orang lain.<sup>18</sup>

Dalam kehidupan organisasi proses komunikasi memegang peranan penting bagi kelancaran kegiatan organisasi, sebagai “*brain*” dalam sebuah organisasi. Hal ini erat kaitannya dengan fungsi komunikasi dalam organisasi atau kelompok, yaitu pengendalian, memotivasi, mengekspresikan perasaan dan informasi. Tanpa komunikasi, perusahaan tidak akan dapat beroperasi dengan baik.<sup>19</sup> Arni Muhammad menjelaskan pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya,

---

<sup>18</sup> eddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021),  
17

<sup>19</sup> Ivonne Saerang, Olivia S. Nelwan, Tommy Parengkuan, 2010, *Pentingnya Komunikasi Dalam Organisasi*, Jurnal Mega Digma, Vol. 3 (1): 69

kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan.<sup>20</sup>

Beberapa ahli mengungkapkan pendapatnya tentang istilah komunikasi. Khomsahrial Romli mengatakan bahwa komunikasi merupakan hal yang mengikat kesatuan organisasi. Komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasikan perubahan organisasi, mengoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan.<sup>21</sup> Selanjutnya, Ni Kadek Suryani mengungkapkan bahwa komunikasi juga merupakan alat dasar untuk motivasi, yang dapat meningkatkan moral dan semangat kerja karyawan dalam suatu organisasi. Dengan komunikasi yang efektif, organisasi akan dapat mempertahankan hubungan antar manusia yang ada di dalamnya, mendorong ide atau saran dari karyawan juga dapat meningkatkan produksi dengan biaya rendah.<sup>22</sup>

Lebih jauh Wursanto dalam Kristin mengatakan bahwa komunikasi sangat penting dalam organisasi karena memiliki manfaat sebagai berikut:<sup>23</sup>

- 1) Menimbulkan rasa kesetiakawanan dan loyalitas antara bawahan dengan atasan, bawahan dengan bawahan, atasan dengan atasan, dan pegawai dengan organisasi.
- 2) Meningkatkan Kegairahan kerja para pegawai
- 3) Meningkatkan moral dan disiplin pegawai
- 4) Semua jajaran pimpinan dapat mengetahui keadaan bidang yang menjadi tugasnya sehingga akan berlangsung pengendalian operasional yang efisien
- 5) Semua pegawai dapat mengetahui kebijaksanaan,

---

<sup>20</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005),

1

<sup>21</sup> Iyonne Saerang, Olivia S. Nelwan, Tommy Parengkuan, 2010, *Pentingnya Komunikasi Dalam Organisasi*, Jurnal Mega Digma, Vol. 3 (1): 69

<sup>22</sup> Ni Kadek Suryani, et. al., *Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori, Aplikasi dan Penelitian*, (Bali: NILACAKRA, 2020), 41-42

<sup>23</sup> Kristin Juwita, *Perilaku Organisasi*, (Malang: Literasi Nusantara, 2021), 39-40

peraturan-peraturan, ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh pimpinan organisasi

- 6) Semua informasi yang dibutuhkan pegawai dapat cepat dan tepat diperoleh
- 7) Meningkatkan rasa tanggung jawab semua pegawai
- 8) Menimbulkan rasa pengertian diantara pegawai
- 9) Meningkatkan kerja sama diantara pegawai Meningkatkan korp di kalangan pegawai

### 5. Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi

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

- 1) Dari segi penyampaian pesannya, komunikasi dapat dilakukan secara lisan dan secara tertulis, atau secara elektronik melalui radio, televisi, telepon, internet dan sebagainya. Dari segi kemasan 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 ekspresi atau mimik wajah, gerakan tangan, mata dan bagian-bagian tubuh lainnya.
- 2) Dari segi kemasan keresmian pelaku komunikasi, saluran komunikasi yang digunakan, dan bentuk kemasan pesan, komunikasi dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi formal dan nonformal.<sup>24</sup>
- 3) Dari segi 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>24</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009),



- 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. Komunikasi Non-Verbal (*nonverbal communication*)

Komunikasi nonverbal, informasi disampaikan dengan menggunakan isyarat (gestures), gerak-gerak (movement), barang, waktu, cara berpakaian, atau sesuatu yang dapat menunjukkan suasana hati atau perasaan pada saat tertentu. Misalnya pada saat seseorang sedang sakit, atau mungkin sedang setres.<sup>25</sup>

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

---

<sup>25</sup> *Ibid.*,

dokter, kita akan memperhatikan waktu, dan disana biasanya disediakan ruang tunggu.

- 3) Menggunakan tempat: seperti waktu, tempat membawakan komunikasi penting. Misalnya, seorang kepada biro, tentu menduduki meja kerja yang besar dengan ukuran tertentu dan bentuk-bentuk tertentu yang bisa di sebut sebagai meja biro, di dalam suatu ruangan yang besar.<sup>26</sup>

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

## 6. Jenis-Jenis Jaringan Komunikasi Organisasi

Menurut Muhammad dalam Bonaraja Purba, komunikasi yang efektif merupakan salah satu unsur penting untuk tercapainya tujuan sebuah organisasi. Begitu banyaknya bagian-bagian dalam sebuah organisasi, sehingga secara umum komunikasi organisasi membentuk jaringan dikategorikan sebagai berikut:<sup>27</sup>

### a. Komunikasi Organisasi Formal

Komunikasi Organisasi formal merupakan bentuk komunikasi yang informasinya mengikuti jalur resmi yang ditentukan oleh struktur organisasi. Fungsi penting sistem komunikasi organisasi antara lain:

- 1) Komunikasi formal terbentuk sebagai fasilitas untuk mengkoordinir kegiatan, pembagian kerja dalam organisasi.
- 2) Hubungan formal secara langsung hanya meliputi hubungan antara atasan dengan bawahan. Komunikasi langsung memungkinkan dua pihak yang berpartisipasi memperoleh umpan balik secara cepat.

---

<sup>26</sup> H. hendi Suhendi dan SahyaAnggara, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: PUSTAKA SETIA,2010),.224.

<sup>27</sup> Bonaraja Purba, et. al., *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020),97 -100

#### b. Komunikasi Organisasi Informal

Komunikasi Organisasi informal merupakan komunikasi yang terjalin dari sesama anggota organisasi tanpa memperhatikan posisi mereka di struktur organisasi dan biasanya konten yang dibahas lebih bersifat pribadi. Pertukaran informasi dalam komunikasi informal terjadi tanpa memperhatikan struktur organisasi vertikal maupun horizontal. Komunikasi tipe ini memiliki fungsi antara lain: memberikan konfirmasi atau penjelasan tambahan untuk informasi yang ada, memperluas pesan yang sedang dihadapi, mencatat informasi, mempertentangkan informasi yang kurang sesuai, membagi informasi lebih luas atau lebih terperinci dan melengkapi informasi.

Komunikasi informal ini bertujuan memberi kesempatan kepada para anggota untuk memenuhi kebutuhannya akan interaksi sosial dan juga untuk meningkatkan kinerja organisasi melalui penciptaan saluran komunikasi alternatif yang sering kali lebih cepat dan efisien.<sup>28</sup>

#### c. Komunikasi Organisasi Primer

Komunikasi Organisasi Primer merupakan komunikasi antara keluarga tertentu, dan orang-orang yang berdedikasi pada profesi mereka, dan organisasi-organisasi yang menimbulkan kuasa – kuasa yang sangat menyentuh hati para anggota. Organisasi primer pada dasarnya merupakan tujuan yang memberikan kepuasan

#### d. Komunikasi Organisasi Sekunder

Komunikasi Organisasi sekunder adalah organisasi yang bersifat intelektual, rasional dan kontraktual, yang di dalam hubungannya bersifat formal dan impersonal dengan kewajiba – kewajiban yang nyatakan secara eksplisit. Organisasi dalam sekunder bukanlah tujuan – tujuan yang memberikan kepuasan, tetapi memiliki anggota – anggota.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Alexander Thian, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2021),175

<sup>29</sup> Winardi J, *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*, (Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada, 2003),11

## 7. Model Komunikasi Organisasi

Sendjaja mengatakan bahwa “model komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi, yaitu komunikasi vertikal yang terdiri dari arus komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan arus komunikasi dari bawah ke atas (upward communication) serta arus komunikasi yang berlangsung antara dan di antara bagian ataupun karyawan dalam jenjang atau tingkatan yang sama. Arus komunikasi ini dikenal dengan nama komunikasi horizontal”.<sup>30</sup>

### a. Komunikasi Vertikal

Effendy mengemukakan pengertian komunikasi vertikal yaitu komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (downward communication) dan dari bawah ke atas (upward communication) adalah komunikasi dari pimpinan ke bawahan dan dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik (two way traffic communication).

#### 1) Komunikasi ke atas (*Upward communication*)

Arni muhammad mengemukakan bahwa, komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkatan yang lebih rendah kepada tingkatan yang lebih tinggi.<sup>31</sup> Dalam sebuah organisasi membutuhkan komunikasi yang efektif seperti komunikasi ke atas dimana sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Komunikasi ke atas dalam hal ini seperti pemberian saran, protes terhadap prosedur kerja dan juga pertemuan kelompok. Komunikasi ke atas berperan menjalankan beberapa fungsi penting. Gary Kreps, seorang peneliti dalam bidang komunikasi organisasi, mengemukakan beberapa diantaranya.<sup>32</sup>

- a) Komunikasi ke atas menyediakan umpan balik bagi para manager mengenai isu-isu organisasi terbaru, masalah yang dihadapi, serta informasi mengenai operasi dari hari

---

<sup>30</sup> Paraden Lucas Sidauruk, 2013, *Analisis Hambatan Komunikasi Organisasi Vertikal PT Pos Indonesia (PERSERO) (Kasus Pada Kantor Pos Medan)*, Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, Vol. 3 (2) : 139.

<sup>31</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 106.

<sup>32</sup> John M. Ivancevich, Robert Konopaske, Michael T. Matteson, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), 121.

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. Kohesivitas umumnya dikaitkan dengan dorongan anggota untuk tetap bersama dalam kelompoknya disbanding dorongan untuk mendesak anggota keluar dari kelompok. Bergabung di suatu organisasi membuat seseorang mempunyai rasa memiliki dan peprasaan.<sup>33</sup>

Menurut Pace dan Faules, pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan yaitu:

- a. Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang.
- b. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan.
- c. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
- d. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi.

Dalam komunikasi vertikal ke atas tidak hanya untuk memberitahukan, tetapi bisa juga menjelaskan, memberikan saran dan mengungkapkan. Begitu juga jenis informasi yang

---

<sup>33</sup> Vivia R. Trihapsari, Fuad Nashori, 2011, *Kohesivitas Kelompok dan Komitmen Organisasi Pada Finacial Advisor Asuransi "X" Yogyakarta*, Proyeksi, Vol. 6 (2): 15

disampaikannya tidak terbatas pada soal pekerjaan, tetapi dapat menyatakan pikiran, perasaan dan keluhan.<sup>34</sup>

## 2) Komunikasi kebawah (*Downward Communication*)

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pemimpin kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Arus ini digunakan untuk mengirim perintah, petunjuk, tujuan, kebijakan, memorandum untuk pekerja pada tingkat yang lebih rendah dalam organisasi. Menurut Philip ada jenis tipe khusus *downward communication*, yaitu: *Job Instruction* (intruksi kerja), *Job Rationale* (rasio kerja), *Procedure and Practice* (prosedur dan pelaksanaan), *Feedback* (umpan balik), *Indoctrinations of goals*.<sup>35</sup>

### b. Komunikasi Horizontal

Menurut Arni Muhammad komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Komunikasi horizontal ialah komunikasi yang terjadi diantara para anggota dalam ruang lingkup kerja yang sama dan komunikasi juga terjadi dalam departemen pada tingkatan yang sama. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberikan informasi.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Paraden Lucas Sidauruk, 2013, *Analisis Hambatan Komunikasi Organisasi Vertikal PT Pos Indonesia (PERSERO) (Kasus Pada Kantor Pos Medan)*, Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, Vol. 3 (2) : 141.

<sup>35</sup> Kristina Verra, 2019, *Hambatan Downward Communication Dalam Penyampaian Kebijakan Kepada Karyawan Baru Di PT Meta Estetika Graham (MEG) Kubu Raya*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2 (2):8

<sup>36</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 121.

Pace & Faules menyatakan tujuan komunikasi horizontal sebagai berikut:<sup>37</sup>

- 1) Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja. Para kepala bagian dalam suatu organisasi kadang- kadang perlu mengadakan rapat atau pertemuan, untuk mendiskusikan kontribusi dalam mencapai tujuan organisasi.
- 2) Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan. Ide dari banyak orang biasanya akan lebih baik daripada ide satu orang. Oleh karena itu komunikasi horizontal sangatlah diperlukan untuk mencari ide yang baik.
- 3) Memecahkan masalah yang timbul di antara orang-orang yang berada dalam tingkat yang sama. Dengan adanya keterlibatan dalam memecahkan masalah akan menambah kepercayaan dan moral para anggota.
- 4) Untuk memperoleh pemahaman bersama. Bila perubahan dalam suatu organisasi diusulkan, maka perlu ada pemahaman yang sama antara unit-unit organisasi atau anggota unit organisasi tentang perubahan ini. Untuk ini mungkin suatu unit dengan unit lainnya mengadakan rapat untuk mencari kesepakatan terhadap perubahan tersebut.
- 5) Mengembangkan dukungan interpersonal. Karena sebagian dari waktu kerja karyawan berinteraksi dengan temannya, maka mereka memperoleh dukungan interpersonal dari temannya. Hal ini akan memperkuat hubungan diantara sesama karyawan dan akan membantu kekompakan dalam kerja kelompok. Interaksi ini akan mengembangkan rasa sosial dan emosional karyawan.

## **8. Gaya Komunikasi Dalam Organisasi**

Komunikasi organisasi berkaitan juga dengan gaya komunikasi. Gaya komunikasi memungkinkan komunikator untuk akrab dengan audiennya, atau tidak akrab dengan audiennya, karena terkait dengan bagaimana caranya menyampaikan informasi. Berikut akan dijelaskan enam gaya komunikasi dalam organisasi sebagai berikut:

---

<sup>37</sup> Chairul Furqon, 2003, *Hakikat Komunikasi Organisasi*, Hakikat Komunikasi Organisasi, Vol. 2 (15): 5

- a. *The Controlling Style*, adalah gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan, dan ditandai dengan adanya satu kehendak, atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah, atau *one way communicators*
- b. *The Equalitarian Style*, ialah gaya komunikasi yang didasarkan pada aspek landasan kesamaan, dan ditandai dengan arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tulisan yang berlangsung secara dua arah, atau *two way traffic of communication*. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi, serta kemampuan membina hubungan baik dengan orang lain, dan efektif dalam menjalin kerja sama dalam proses pengambilan keputusan.
- c. *The Structuring Style*, merupakan gaya komunikasi yang secara terstruktur memanfaatkan pesan-pesan verbal secara lisan maupun tulisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, pembagian *job description*, penjadwalan tugas, dan pekerjaan dalam struktur organisasi.
- d. *The Dinamic Style*, adalah gaya komunikasi yang dinamis, dan memiliki kecenderungan agresif karena pengirim pesan memahami bahwa lingkungan pekerjaan berorientasi pada tindakan. *The Dinamic Style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye, ataupun supervisor yang membawahi para wiraniaga (*salesman atau saleswoman*). Dalam organisasi, gaya ini merupakan gaya komunikasi organisasi persuasif.
- e. *The Relinquishing Style*, merupakan gaya komunikasi yang lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat, atau gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah, dan mengontrol orang lain.



- f. *The Withdrawal Style*, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan, ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi. Dalam deskripsi yang konkret misalnya ketika seseorang mengatakan: “Saya tidak ingin terlibat, dan dilibatkan dalam persoalan ini”. Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari komunikasi dengan orang lain.

## 9. Manajemen Konflik Dalam Komunikasi Organisasi

Pada hakikatnya keberadaan konflik dalam suatu organisasi tidak dapat dihindarkan. Konflik didefinisikan sebagai suatu proses interaksi sosial dimana dua orang atau lebih, dan dua kelompok atau lebih, berbeda atau bertentangan dalam pendapat, atau tujuan mereka. Suatu organisasi yang sedang mengalami konflik dalam aktifitasnya menunjukkan ciri-ciri terdapat perselisihan dalam mencapai tujuan program organisasi.

Ciri selanjutnya yaitu adanya sikap, dan perilaku saling meniadakan, menghalangi pihak lain untuk memperoleh kemenangan (kekuasaan, pujian, dan lain sebagainya). Kemudian timbul perdebatan, dan pertentangan sebagai akibat munculnya kreativitas, inisiatif, atau gagasan-gagasan baru dalam mencapai tujuan organisasi. Berikut akan dijelaskan mengenai proses terjadinya konflik, perbedaan pandangan tentang konflik, penyebab konflik, serta pendekatan manajemen konflik :

### 1) Proses Terjadinya Konflik

Konflik tidak terjadi secara mendadak tanpa sebab, dan proses. Akan tetapi melalui tahapan-tahapan tertentu. Proses terjadinya konflik terdiri dari tiga tahap pertama, peristiwa sehari-hari, kedua adanya tantangan, ketiga timbulnya pertentangan. Peristiwa sehari-hari ditandai adanya individu merasa tidak puas, dan jengkel terhadap lingkungan organisasi. Perasaan tidak puas kadang-kadang berlalu begitu saja, dan

muncul kembali saat individu merasakan adanya gangguan.

Pada tahap kedua, apabila terjadi masalah, individu saling mempertahankan pendapat, dan menyalahkan pihak lain. Masing-masing anggota menganggap perbuatan yang dilakukan sesuai dengan standar, dan aturan organisasi. Kepentingan individu maupun kelompok lebih menonjol daripada kepentingan organisasi. Pada tahap ketiga, masing-masing individu, atau kelompok bertujuan untuk menang, dan mengalahkan kelompok lain.<sup>38</sup> Tugas pimpinan adalah mengarahkan, dan mengelola konflik agar tetap produktif, meningkatkan kreativitas individu guna menjaga kelangsungan organisasi.

Dampak konflik yang tidak dapat dikelola secara baik dapat menyebabkan kedua belah pihak yang terlibat dalam konflik menjadi tidak harmonis dalam hubungan organisasi, dan kurang termotivasi dalam organisasi, serta berakibat menurunnya produktivitas program kerja. Bila konflik dapat dikelola secara baik, suasana kerja menjadi dinamis, setiap anggota lebih kritis terhadap perkembangan organisasi, dan setiap kelompok berusaha melakukan pekerjaan terbaik untuk kepentingan bersama organisasi.<sup>39</sup>

#### b. Perbedaan Pandangan Tradisional, dan Kontemporer Tentang Konflik Organisasi

Pimpinan yang mempunyai pandangan konvensional, dan ingin mempertahankan kekuasaan dengan cara menekan bawahan menganggap perbedaan pendapat, dan pertentangan akan mengganggu kebutuhan organisasi, dan menghambat pencapaian tujuan. Perselisihan dianggap sebagai indikasi adanya kesalahan dalam melaksanakan program-program yang digariskan organisasi. Sedangkan pimpinan yang berpandangan modern menyikapi konflik lebih realistis. Timbulnya persaingan, dan perbedaan pendapat antar individu, atau kelompok sebagai bentuk dinamika organisasi. Tanpa

---

<sup>38</sup> Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), hal. 111-114

<sup>39</sup> *Ibid.*, 116

konflik berarti organisasi tidak mengalami perubahan, anggota organisasi saling bertoleransi terhadap kesalahan sehingga masalah-masalah yang penting luput dari perhatian.

Perihal konflik menurut pandangan tradisional adalah adanya konflik sebagai pertanda kelemahan pemimpin, konflik pertanda lemahnya perhatian pada organisasi, pertentangan adalah negatif dan merusak. Konflik jika dibiarkan akan reda dengan sendirinya. Segi fungsional konflik menurut pandangan kontemporer antara lain lebih mempersatukan anggota, ditemukan cara perbaikan prestasi organisasi, terciptanya suasana kerja yang kondusif. Aldag, R.J, dan Stearns, T.M menampilkan perbedaan pendekatan tradisional, dan pendekatan kontemporer tentang konflik dalam organisasi pada tabel sebagai berikut.

<b>Konflik dari sudut pandang tradisional</b>	<b>Konflik dari sudut pandang Kontemporer</b>
1) Konflik adalah hal buruk, dan harus dihilangkan, atau dikurangi 2) Konflik tidak perlu terjadi 3) Konflik berasal dari kesalahan komunikasi, kurangnya saling pengertian, kepercayaan, dan keterbukaan antar grup/kelompok 4) Manusia itu pada dasarnya baik, benar, kooperatif, dan menyenangi kebaikan	1) Konflik adalah hal baik, dan harus didorong, konflik juga harus diatur, oleh karena itu konflik dapat ditangani 2) Konflik pasti terjadi 3) Konflik berasal dari perjuangan untuk mendapatkan penghargaan yang terbatas, persaingan, dan tekanan potensial. Tekanan potensial untuk sebuah tujuan merupakan kondisi yang biasa terjadi dalam sebuah organisasi 4) Pada dasarnya manusia tidak selalu jelek, akan tetapi perlu diarahkan agar berprestasi, dan mau bersaing

**Tabel 2.1** Pendekatan Tradisional dan Kontemporer

Aspek disfungsional konflik adalah kesulitan koordinasi dalam pencapaian tujuan, kerja sama antar-individu, atau kelompok menjadi rusak, dan performansi kerja rendah. Akibat lebih jauh dari konflik yang tidak terkontrol adalah menurunnya kepuasan kerja, konsentrasi kerja berkurang, sering tidak masuk organisasi, dan hilangnya semangat organisasi.<sup>40</sup>

#### 1) Penyebab Konflik

Secara umum sumber-sumber konflik dalam organisasi yaitu, salah pengertian karena kegagalan komunikasi, perbedaan tujuan, masalah wewenang dan tanggung jawab, perbedaan penafsiran terhadap peraturan atau kebijakan, kurangnya kerja sama, adanya usaha untuk mendominasi, tidak menaati tata tertib organisasi, perubahan dalam sasaran dan prosedur organisasi.<sup>41</sup>

#### 2) Pendekatan Manajen Konflik

Manajemen konflik merupakan teknik yang dilakukan pimpinan organisasi untuk mengatur konflik. Teknik pengurangan konflik yang dapat dilakukan manajer adalah memisahkan kelompok atau unit yang berlawanan, menerapkan peraturan kerja yang baru, meningkatkan interaksi antar kelompok, memfungsikan peran integrator, mendorong negosiasi, meminta bantuan konsultan pihak ketiga, mutasi atau rotasi jabatan, dan mengadakan pelatihan pekerjaan (job training) organisasi.

### 10. Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

Setiap kegiatan yang mempunyai tujuan termasuk organisasi selalu menghadapi berbagai macam hambatan. Hambatan pasti selalu ada walaupun sebuah organisasi berusaha menghindarinya, untuk itu perlu di ketahui beberapa hambatan dalam organisasi, supaya komunikasi organisasi berjalan efektif. Hambatan komunikasi dalam organisasi dapat dibagi menjadi tiga :

#### 3) Hambatan yang bersifat teknis

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, 118-123

<sup>41</sup> *Ibid.* 136

Hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya sarana yang diperlukan dalam proses komunikasi, penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai karena kurangnya pelatihan dalam organisasi, dan kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi, baik itu kondisi fisik manusia, waktu, dan peralatan komunikasi.<sup>42</sup>

#### 4) Hambatan Semantik

Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi. Misalnya menggelengkan kepala tidak selalu mempunyai arti tidak setuju, tetapi dapat juga dipergunakan untuk menunjukkan rasa kagum, rasa heran, dan rasa jengkel.

#### 5) Hambatan Perilaku

Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap, atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti pandangan yang bersifat apriori (negatif), prasangka yang didasarkan pada emosi, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, atau sifat yang egosentris (contohnya informasi yang diterima tidak diteruskan ke pihak lain yang membutuhkan, dan hanya untuk kepentingan diri sendiri).<sup>43</sup>

#### 6) Pendekatan Manajemen Konflik

Manajemen konflik merupakan teknik yang dilakukan pimpinan organisasi untuk mengatur konflik. Teknik pengurangan konflik yang dapat dilakukan manajer adalah memisahkan kelompok atau unit yang berlawanan, menerapkan peraturan kerja yang baru, meningkatkan interaksi antar kelompok, memfungsikan peran integrator, mendorong negosiasi, meminta bantuan konsultan pihak ketiga, mutasi

<sup>42</sup> Wursanto. *Dasar-Dasar ilmu Organisasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005)

<sup>43</sup> *Ibid.*, 175-176

atau rotasi jabatan, dan mengadakan pelatihan pekerjaan (job training) organisasi.<sup>44</sup>

## **B. Konsep Unit Kegiatan Mahasiswa**

### **1. Pengertian Konsep Unit Kegiatan Mahasiswa**

Unit kegiatan mahasiswa atau disingkat dengan UKM merupakan sebuah lembaga atau organisasi yang ada pada sebuah universitas dan institusi tertentu yang bergerak pada bidang masing-masing sesuai dengan visi dan misi organisasi tersebut dalam mencapai sebuah tujuan, sebagai wadah atau sarana pengembangan kreatifitas mahasiswa.<sup>45</sup> Dalam penulisan ini, unit kegiatan mahasiswa dapat disamakan dengan organisasi. Organisasi merupakan elemen yang amat diperlukan di dalam kehidupan manusia (apalagi dalam kehidupan modern).<sup>46</sup> Organisasi membantu kita melaksanakan hal-hal atau kegiatan yang tidak dapat dilaksanakan dengan baik sebagai individu. Organisasi membantu masyarakat atau manusia dalam kelangsungan hidup dan ilmu pengetahuan.

Beberapa ahli mengemukakan pengertian organisasi sebagai berikut:<sup>47</sup>

- 1) Schein, mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hirarki otoritas dan tanggung jawab.
- 2) Kochler, mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu.
- 3) Wright, mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.

---

<sup>44</sup> *Ibid.*,139-141

<sup>45</sup> Nur Hativi, “Upaya Unit Kegiatan Mahasiswa Rumah Da’i Dalam Kaderisasi Da’i Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah & Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung”, (Skripsi, IAIN Raden Intan Lampung, 2017), 16.

<sup>46</sup> J. Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2009),1.

<sup>47</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2011), 23.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa unit kegiatan mahasiswa atau organisasi adalah perkumpulan dua orang atau lebih untuk mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama seperti yang telah ditetapkan bersama.

## 2. Karakteristik Unit Kegiatan Mahasiswa

Tiap organisasi mempunyai dan karakteristik yang umum. Berikut merupakan karakteristik dalam organisasi:<sup>48</sup> Sifat dinamis ini disebabkan karena adanya perubahan ekonomi dalam lingkungannya. Semua organisasi memerlukan sumber keuangan untuk melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu kondisi ekonomi mempengaruhi secara tajam pada kehidupan organisasi. Organisasi harus memberikan perhatian kepada tiap-tiap segi ekonomi. Uang tersedia, sumber yang digunakan dan biaya diperlukan.

### 1) Memerlukan Informasi

Untuk mendapatkan informasi adalah melalui komunikasi. Tanpa komunikasi tidak mungkin mendapat informasi. Oleh karena itu komunikasi memegang peran penting dalam organisasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan ini baik dari dalam organisasi maupun dari luar organisasi.

### 2) Mempunyai Tujuan

Tujuan organisasi hendaknya dihayati oleh seluruh anggota organisasi sehingga setiap anggota dapat diharapkan mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui partisipasi mereka secara individual. Sebagian orang telah menyadari, bahwa dengan masuknya dia menjadi anggota suatu organisasi, berarti secara otomatis dia menerima tujuan organisasi tersebut.

### 3) Struktur

Tiap organisasi mempunyai satu struktur. Beberapa dari organisasi mempunyai batas yang tajam dan struktur yang kompleks. Struktur menjadikan organisasi melakukan prosedur kerja dan mengkhususkan tugas yang berhubungan dengan proses produksi. Biasanya suatu organisasi mengembangkan suatu struktur yang membantu organisasi mengontrol dirinya

---

<sup>48</sup> *Ibid.*,29.

sendiri. Tiap organisasi mempunyai sumber daya manusia. Manusia adalah yang mengelola organisasi, yang mengerjakan tugas-tugas organisasi dan manusia jugalah memberikan pengetahuan yang organisasi gunakan untuk tumbuh dan berkembang.

### 3. Perangkat - Perangkat Unit kegiatan Mahasiswa

Dalam sebuah organisasi untuk menjalankan fungsinya maka dibutuhkan perangkat-perangkat atau unsur-unsur yang ada didalam organisasi tersebut, demi tercapainya tujuan yang diinginkan. Secara sederhana organisasi mempunyai tiga unsur, yaitu:<sup>49</sup>

#### a. Orang-Orang

Dalam kehidupan organisasi atau ketatalembagaan sering disebut dengan istilah pegawai atau personnel. Pegawai atau personnel terdiri dari semua anggota atau warga organisasi, yang menurut fungsi dan tingkatannya terdiri dari unsur pimpinan (administrator) sebagai unsur pimpinan tertinggi dalam organisasi, para manager yang memimpin suatu unit satuan kerja sesuai dengan fungsinya masing-masing dan para pekerja.

#### b. Kerjasama

Yang dimaksud dengan kerjasama adalah suatu perbuatan bantu- membantu atau suatu perbuatan yang dilakukan secara bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu semua anggota atau semua warga yang menurut tingkatan-tingkatannya dibedakan menjadi administrator, manager dan pekerja.

#### c. Tujuan Bersama

Tujuan merupakan arah atau sasaran yang dicapai. Tujuan menggambarkan tentang apa yang akan dicapai dan diharapkan. Tujuan merupakan titik akhir tentang apa yang harus dikerjakan. Tujuan juga menggambarkan tentang apa yang harus dicapai melalui prosedur, program, pola (network), kebijaksanaan (policy), strategi, anggaran (budgeting), dan peraturan-peraturan (regulation) yang telah ditetapkan.

---

<sup>49</sup> Ig Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2005), 53.



Berdasarkan pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwa suatu organisasi atau lembaga harus berjalan dengan baik dan sesuai dengan garis koordinasi yang terstruktur agar tercapainya visi dan misi yang telah dirumuskan oleh organisasi tersebut.

#### **4. Elemen Unit Kegiatan Mahasiswa**

Organisasi sangat bervariasi ada yang sangat sederhana dan ada yang sangat kompleks. Maka untuk membantu memahami organisasi tersebut harus mengetahui beberapa elemen dasar organisasi sebagai berikut:<sup>50</sup>

##### 1) Struktur Sosial

Struktur sosial adalah pola atau aspek aturan hubungan yang ada antarpartisipan di dalam suatu organisasi.

##### 2) Partisipan

Partisipan organisasi adalah individu-individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi. Semua individu berpartisipasi lebih dari pada suatu organisasi dan keterlibatannya pada masing-masing organisasi tersebut sangat bervariasi.

##### 3) Tujuan

Konsep tujuan organisasi adalah yang paling penting dan sangat kontroversial dalam mempelajari organisasi. Ahli analisis mengatakan bahwa tujuan sangat diperlukan dalam memahami organisasi.

##### 4) Teknologi

Yang dimaksud dengan teknologi adalah penggunaan mesin-mesin atau perlengkapan mesin dan juga pengetahuan teknik dan keterampilan partisipan.

##### 5) Lingkungan

Setiap organisasi berada pada keadaan fisik tertentu, teknologi, kebudayaan dan lingkungan sosial, terhadap mana organisasi tersebut harus menyesuaikan dirinya. Semuanya tergantung kepada lingkungan sistem yang lebih besar untuk terus hidup.

---

<sup>50</sup> Ainur Ropik, "Konsep Dan Teori Tentang Pengembangan Lingkungan Organisasi", (Jurnal, Wardah, No. XXVIII, 2014),150.

## C. Kegiatan Dakwah

### 1. Pengertian Kegiatan Dakwah

Aktivitas adalah “Kegiatan atau Kesibukan”.<sup>51</sup> Aktifitas yang dimaksud disini adalah sejumlah pelaksanaan kegiatan yang terdiri atas usaha-usaha yang ada kaitannya dengan keagamaan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia aktivitas diartikan sebagai segala bentuk keaktifan dan kegiatan.<sup>52</sup> Dalam kegiatan sehari-hari banyak sekali aktivitas, kegiatan, atau kesibukan yang dilakukan manusia. Namun, berarti atau tidaknya kegiatan tersebut bergantung pada individu tersebut. Karena menurut Samuel Soeitoe, sebenarnya aktivitas bukan hanya sekedar kegiatan. Beliau mengatakan bahwa aktivitas dipandang sebagai usaha untuk mencapai atau memenuhi kebutuhan.<sup>53</sup> Salah satu kebutuhan manusia adalah menuntut ilmu untuk menjadi pintar. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka manusia harus belajar dengan cara bersekolah atau mengikuti majelis atau tempat-tempat ilmu, membaca buku, berdiskusi, dan kegiatan-kegiatan lain. Ternyata untuk memenuhi satu kebutuhan saja manusia harus melakukan berbagai aktivitas. Seseorang yang ingin mendalami ilmu agama dan hubungan interaksi masyarakat yang Islami misalnya, tentu ia harus melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat membantu tercapainya keinginan tersebut. Seperti membaca buku tentang norma-norma agama Islam seperti hubungan sesama manusia dan sebagainya.

Dengan penjelasan diatas yang di maksudkan dalam penelitian ini kegiatan atau aktivitas dakwah yang ada di UKM BAPINDA adalah segala sesuatu yang berbentuk kegiatan atau aktivitas yang di laksanakan oleh para kader UKM BAPINDA dilakukan dengan sadar dan sengaja untuk menjadikan anggota-anggota dan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung mengarah kepada perbaikan terhadap sesuatu (perbaikan seseorang) yang belum baik agar menjadi lebih baik dan mulai disisi Allah SWT.

---

<sup>51</sup> W.J.S Poerdarminto, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka,1976),26

<sup>52</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), Cet. Ke-9, 20

<sup>53</sup> Samuel Soeitoe, Psikologi Pendidikan II, (Jakarta: FEUI, 1982), 52

Definisi diatas menimbulkan beberapa prinsip yang menjadikan substansi aktivitas dakwah sebagai berikut:

- 1) Dakwah merupakan proses penyegaran suatu aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja
- 2) Usaha yang diselenggarakan itu berupa, mengajak seseorang untuk Beramal Ma'ruf Nahi Munkar untuk memeluk agama Islam.

Proses penyelenggaraan tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yaitu untuk mendapat kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhoi Allah SWT.

## 2. Bentuk-Bentuk Kegiatan Dakwah

Dakwah merupakan suatu usaha untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang menyimpang yang dimurkai oleh Allah. Ada beberapa istilah yang diperkenalkan Al-Quran untuk memaknai kegiatan atau macam-macam aktivitas dakwah secara lebih terperinci. Menurut Abdul Basit dalam bukunya yang berjudul Filsafat Dakwah menyebutkan ada empat istilah dakwah didalam Al- Quran, berikut beberapa istilah dakwah di dalam Al-Quran:

### 1) Tabligh

Tugas dan kewajiban menyampaikan kebenaran tersebut disebut dengan tabligh. Secara harfiah, kata tabligh bentuk masdar dari kata balagha berarti ishal, menyampaikan sesuatu kepada pihak lain. Balagha dapat pula berarti sesuatu pesan atau materi dakwah yang disampaikan juru penerang (Mubaligh). Tabligh dalam pengertian menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat, diwajibkan sebagai proses dari dakwah.

### 2) Amar Ma'ruf Nahi Mu'kar

Amar ma'ruf nahi mu'kar lebih berorientasikan kepada aksi atau perilaku. Jika tadi tabligh lebih berorientasikan kepada kognitifnya berupa persepsi dan pemahaman akan pesan dakwah, maka amar ma'ruf nahi Mu'kar lebih mengorientasikan sikap setiap individu setiap muslim dalam melakukan mengajak kepada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran atau keburukan. Dalam melakukan amar am'ruf

tidak perlu kekerasan dan intimidasi, karena banyak sekali sekelompok ormas muslim memaknai amar ma'ruf nahi mu'kar secara radikal. Maka, atas dalil tersebut mereka melakukan aksinya dengan cara kekerasan seperti merusak diskotik, tempat hiburan malam dan pemberantasan minuman keras secara paksa.

### 3) Mau'izah Hasanah

Istilah mau'izah hasanah (nasihat yang baik) merupakan aktivitas dakwah yang berorientasi pada memberikan nasehat kepada seseorang. Penasehatan yang dimaksud bisa dilihat dari sisi kegiatan dan sumber- sumber penasehatan. Dilihat dari perspektif kegiatan, ada penasehatan yang berkaitan dengan pendidikan, keagamaan, perkawinan dan sosial skill.

### 4) Ta'lim dan Tarbiyah

Ta'lim diartikan sebagai proses pengajaran yang memperkuat tingkat pemahaman masyarakat. Sedangkan tarbiyah selain mengandung nilai-nilai pengajaran juga mendorong manusia untuk melaksanakan di dalam kehidupan sehari-harinya. Tarbiyah tidak hanya melakukan proses transfer ilmu pengetahuan semata. Namun, juga melakukan proses transfer nilai-nilai ajaran islam. Dalam konteks dakwah Ta'lim dan tarbiyah merupakan upaya lebih lanjut dari kegiatan tabligh. Didalamnya terjadi proses intensifikasi pemahaman dan penguasaan ajaran agama islam karena ta'lim dan tarbiyah tidak dapat dilakukan secara insidental dan temporer, akan tetapi membutuhkan waktu yang panjang dan harus dilakukan secara terus menerus. Maka, harus dilakukan secara intensif baik dalam waktu mingguan atau bulanan.

Dengan penjelasan di atas bahwa di dalam penelitian ini yang di maksudkan bentuk kegiatan-kegiatan dakwah di dalam UKM BAPINDA UIN Raden Intan Lampung adalah sebagai salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa yang bergerak di Bidang Pembinaan Dakwah memiliki Devisi Kaderisasi, Devisi K3PU (Kajian Keislaman, Keilmuan dan Pemberdayaan Umat), Devisi Keputrian, Devisi Media Center, Devisi Humas (Hubungan Masyarakat), Devisi Kesekertariat, Devisi DEO (Dana

Ekonomi Organisasi).

### 3. Unsur-unsur Aktivitas Dakwah

Unsur-unsur aktivitas dakwah adalah suatu komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi dalam bukunya yang berjudul Manajemen Dakwah menyebutkan enam unsur dakwah yang harus diperhatikan.<sup>54</sup> Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), Mad'u (objek dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dakwah) dan atsar (efek dakwah).

#### a. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah atau yang mengajak baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan untuk mengamalkan ajaran-ajaran islam yang dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok atau lewat organisasi. Kata da'i juga lebih dikenal dengan istilah mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran islam) dan juga khatib (orang yang berkhotbah).<sup>55</sup> Namun, pada hakikatnya dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik dengan lisan, perbuatan maupun tulisan atau media yang lainnya yang memiliki tujuan yang sama yaitu amar ma'ruf nahi munkar. Allah swt berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang meruntung” (Qs. Ali Imran: 104)*

Menurut Wahidin Saputra dalam bukunya Pengantar Ilmu Dakwah mendefinisikan bahwa dai adalah orang yang aktif

<sup>54</sup> M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). 21

<sup>55</sup> M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). 24

melaksanakan dakwah kepada masyarakat. Ahli dakwah adalah wa'da, mubaligh mustama'in (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran dan pelajaran agama islam.

Dalam melaksanakan dakwah para dai dituntut mengetahui bagaimana cara menyampaikan ajaran islam dengan baik juga benar agar pemikiran dan perilaku manusia tidak melenceng. Dan dai juga harus mampu memberikan solusi kepada masyarakat atas persoalan- persoalan yang ada dalam masyarakat. Menurut Musthafa Ar-Rafi'i ada beberapa syarat dan sifat yang harus dimiliki oleh seorang juru Da'i, yaitu:

- 1) Amal dan kegiatannya harus ikhlas karena mencari ridho Allah.
- 2) Seorang Da'i harus menjadi teladan bagi lingkungan sekitar.
- 3) Menempuh cara hikmah (bijaksana) terhadap lingkungan sekitar.
- 4) Seorang Da'i harus betul-betul menguasai ilmu yang sesuai dengan pada zamannya
- 5) Seorang Da'i harus lembut dalam menyampaikan nilai-nilai Islam dan lembut dalam menyikapi permasalahan yang ada di lingkungan sekitar.
- 6) Dalam dakwahnya ia bertujuan menarik manfaat dan menghilangkan kemudhoratan dan menegakkan agama Islam.
- 7) Harus sabar dan tabah menghadapi cobaan.
- 8) Harus mengetahui tabiat kejiwaan Jama'ahnya dengan memperhatikan apa yang mereka inginkan.<sup>56</sup>

b. Mad'u

Mad'u adalah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah dai, atau penerima dakwah, baik seorang individu maupun secara berkelompok. Baik mereka yang telah memeluk agama islam maupun mereka yang belum memeluk agama islam. Bagi mereka yang belum memeluk agama islam dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti agama islam dan bagi mereka yang telah memeluk agama islam dakwah bertujuan smeningkatkan kualitas iman, islam dan ikhsan. Di dalam Al-

---

<sup>56</sup> Musthafa Ar-Rafi'I, *Potret Juru Dakwah*, (Jakarta Timur: Al-Kausar, 2002), 38

Qur'an dijelaskan ada tiga tipe seorang mad'u yaitu: Mukmin, Kafir dan Munafik. Kemudian dari ketiga tipe tersebut dikelompokkan lagi menjadi beberapa kelompok. Orang Mukmin dibagi menjadi tiga yaitu: dzolim linafsih, muqtashid dan sabiqul bil kairat. Kemudian Kafir dibagi menjadi Kafir zimmi dan Kafir harbi. Namun, tak hanya dilihat dari sudut kereligiusannya saja, menggolongkan Mad'u sama dengan menggolongkan dari aspek manusia itu sendiri dari aspek profesi, ekonomi, lingkungan, usia dan seterusnya.<sup>57</sup>

Menurut Muhamad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

- 1) Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis dan cepat dapat menangkap pemahaman.
- 2) Golongan Awam yaitu golongan orang yang keba nyakan belum dapat berpikir secara kritia dan mendalam serta belum dapat menangkap pengertian- pengertian yang tinggi mengenai agama.
- 3) Golongan yang bukan cerdas tapi juga bukan golongan awam, yaitu golongan orang yang senagn membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu semata dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.<sup>58</sup>

#### c. Maddah

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan dari dai kepada Mad'u. Hal ini jelas materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u adalah mebahas tentang ajaran islam. Materi dakwah juga menyesuaikan dengan pendidikan, usia, serta latar belakang mad'u. Hal tersebut karenan seorang dai harus mampu memilih metode dan materi yang pas diberikan kepada mad'u agar pesan yang disampaikan oleh da'i dapat diterima dengan mudah. Adapun secara umum materi dakawah dapat diklasifikasikan kedalam empat pokok, yaitu:

- 1) Masalah Aqidah

---

<sup>57</sup> Asmunir Syukr, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas,1983), 23

<sup>58</sup> M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*,23-24

Pokok utama yang menjadi dasar materi dakwah adalah tentang aqidah islamiah. Aspek akidah ini yang membentuk moral manusia. Oleh karena itu, yang menjadi bahan pokok utama dalam dakwah yang pertama adalah tentang ketauhidan dan keimanan seseorang terlebih dahulu, bagaimana manusia beriman kepada Allah swt dan mengesakannya.

#### 2) Masalah Syariah

Syariah adalah aturan-aturan yang ditetapkan oleh Allah swt sebagai pedoman untuk digunakan oleh manusia bagaimana berhubungan baik dengan tuhan, dengan saudaranya sesama muslim maupun non-muslim dan bagaimana berhubungan baik dengan Alam sekitar yang telah ditetapkan didalam Al-Quran maupun As-Sunah. Pada dasarnya Ilmu Syariah adalah ilmu yang menyangkut tentang sosial dan moralitas yang ditujukan untuk mengarahkan kehidupan manusia dengan nilai-nilai agama agar kehidupan manusia yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama islam.

#### 3) Masalah Mu'amalat

Islam merupakan agama yang menekankan urusan mu'amalah yaitu bagaimana seorang muslim hidup secara sosial dengan orang lain. Mu'amalat merupakan ilmu ibadah kemasyarakatan bagaimana ia hidup berdampingan dengan sesama manusia, dengan alam dan dengan lingkungan sekitar. Maka dijelaskan bahwa islam adalah agama yang menjadikannya bumi ini masjid. Bahwa untuk melakukan ibadah tidak hanya dengan sholat namun juga bagaimana kita hidup bermanfaat bagi orang lain.

#### 4) Masalah Akhlak

Menurut Imam Al-Ghazali akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Ilmu akhlak adalah ilmu yang membahas sifat-sifat dan perbuatan manusia atau dengan kata lain membahas tata perilaku seseorang terhadap orang lain. Materi akhlak diorientasikan untuk dapat menentukan baik atau buruk, akal dan kalbu berupaya untuk menentukan standar umum melalui



kebiasaan masyarakat.<sup>59</sup>

d. Efek Dakwah

Dalam melakukan suatu dakwah tentunya yang diharapkan oleh seorang pendakwah atau Da'i tentunya efek dapat memberikan efek dakwah dari penerima dakwah atau Mad'u. Efek dakwah jika dilihat dari ilmu komunikasi biasa disebut feed back atau umpan balik dari proses dakwah atau lebih sederhanya umpan balik yang terjadi pada Mad'u dari proses dakwah Menurut Jalaluddin Rahmat dalam buku Komunikasi Dakwah karya Wahyu Ilahi ini, efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

- 1) Efek kognitif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak
- 2) Efek afektif, yaitu efek yang timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
- 3) Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.<sup>60</sup>

e. Pesan Dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *massage*, yaitu simbol- simbol. Dalam literature berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al- da'wah*. Jadi, pesan dakwah adalah isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.<sup>61</sup> Menurut Deddy Mulyana dalam buku komunikasi Islam, pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi.<sup>62</sup> Jika dakwah melalui tulisan maka yang ditulis itu pesan dakwah, apabila dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah, melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah. Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai

---

<sup>59</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 21-31

<sup>60</sup> *Ibid*, 35

<sup>61</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2004) h. 318.

<sup>62</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015) h. 79.

pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis. Adapun jenis-jenis pesan dakwah dalam buku ilmu dakwah edisi revisi sebagai berikut:<sup>63</sup>

1) Ayat-Ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT. Kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Dengan mempelajari Al-Qur'an, seseorang dapat mengetahui kandungan kitab Taurat, kitab Zabur, kitab Injil, Shahifah (lembaran wahyu) nabi Nuh a.s, Shahifah, nabi Ibrahim a.s, Shahifah, nabi Musa a.s, dan Shahifah yang lain. Selain itu, Al-Qur'an juga memuat keterangan di luar wahyu-wahyu yang terdahulu. Untuk melihat kandungan surat al-Fatihah yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan Al-Qur'an. Dalam surat al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan sentral dakwah, yaitu akidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6) dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran islam.

2) Hadis Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW. Yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadis. Untuk melihat kualitas kesahihan hadis, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadis. Tidak harus menelitinya sendiri. Pendakwah hanya perlu cara mendapatkan hadis yang sahih serta memahami kandungannya. Jumlah hadis Nabi SAW, yang bermaktub dalam beberapa kitab hadis sangat banyak. Terlalu berat bagi pendakwah untuk menghafal semuanya. Pendakwah cukup membuat klasifikasi hadis berdasarkan kualitas dan teamnya.

3) Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW, pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW, memiliki nilai tinggi, karena

---

<sup>63</sup> Moh.Ali Aziz, *Ibid*, h. 319.

kedekatan mereka dengan Nabi SAW, dan proses belajarnya yang langsung dari beliau. Diantara para sahabat Nabi SAW, ada yang termasuk sahabat senior (kibar al-shahabah) dan sahabat junior (shighar al-shahabah). Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW. Hampir semua perkataan sahabat dalam kitan-kitab hadis berasal dari sahabat senior.

#### 4) Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama di sini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Dengan pengertian ini, kita menghindari pendapat ulama yang buruk ('ulama' al-su'), yakni ulama yang tidak berpegang pada Al-Qur'an dan Hadis sepenuhnya dan tidak ada kesesuaian antara ucapan dan perbuatannya.

#### 5) Karya Sastra

Pesan dakwah kadang kala perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa syair, puisi, pantun, nasyid atau lagu, dan sebagainya. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Hampir setiap karya sastra memuat pesan-pesan bijak.

#### 6) Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapa pun. Jadi, bersifat subjektif. Tidak semua orang mencintai karya atau mengapresiasi karya seni. Bagi pecinta karya seni, pesan dakwah jenis ini lebih banyak membuatnya berpikir tentang Allah SWT, dan makhluk-Nya, lebih dari pada mendengar ceramah agama.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, Ilmu Dakwah, Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018.
- Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: Jejak, 2018.
- Alexander Thian, *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: ANDI, 2021.
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2011.
- Asmunir Syukr, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-ikhlas, 1983.
- Aziz Ali Moh., *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2004.
- Bonaraja Purba, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Cholid Nabuko dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Rosda, 2005.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2019.
- Godberg A Alvin ., *Komunikasi Kelompok*, Jakarta: UI-Press, 2006.
- Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2015.

- Ig Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*, Yogyakarta : Andi Offset, 2005.
- Ivancevich M. John , Robert Konopaske, Michael T., Matteson, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- J. Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2009.
- Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Ed Revisi, Jakarta: GRASINDO, 2014.
- Kristin Juwita, *Perilaku Organisasi*, Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Kusnaka Adimihardja, *Metode Penelitian Sosial* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011
- M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Musthafa Ar-Rafi'I, *Potret Juru Dakwah*, Jakarta Timur: Al-Kausar, 2002.
- Narbuko, Cholid. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Omar Yahya Toha, *Islam dan Dakwah*, Jakarta: PT. Al Mawardi Prima, 2004.
- Pace,WaynneR, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Radial, *Fungsi Komunikasi Organisasi: Studi Kasus Tentang Fungsi Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai*, Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018.
- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia,2014.
- Sahir Hafni Syafrida, et. al., *Pengembangan dan Budaya Organisasi*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Samuel Soeitoe, *Pisikologi Pendidikan II*, Jakarta: FEUI, 1982.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 246.
- Suhendi hendi H. dan Sahya Anggara, *Perilaku Organisasi*, Bandung: PUSTAKA SETIA, 2010.
- SuryaniKadek Ni, *Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori, Aplikasi dan Penelitian*, Bali: NILACAKRA, 2020.
- Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- W.J.S Poerdarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1976.
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Winardi J, *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*, Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo, 2004.
- Wursanto. *Dasar-Dasar ilmu Organisasi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

### **Karya Ilmiah**

- Ahmad Ramadhan, “*Peran Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Pembinaan Dakwah(UKMBAPINDA) dalam pembinaan keagamaan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung*,” Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Candri Tyas Ekaning, “*Komunikasi Oraganisasi Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Pada Ikatan Pencinta Bahasa Jepang ICHIBAN*” Skripsi : UIN Raden Intan Lampung 2021.
- Nur Hativi, “*Upaya Unit Kegiatan Mahasiswa Rumah Da’i Dalam Kaderisasi Da’i Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah & Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung*”, Skripsi, IAIN Raden Intan Lampug, 2017.

Prandika Fenta Arindyas,” *Strategi Pengkaderan UKM Bidang Pembinaan Dakwah Bapinda Uin Raden Intan Lampung*” Studi Manajemen Dakwah, Skripsi Program Strata Satu Universitas Islam Negri Rden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2019.

Veni Silviyani, “*Komunikasi Organisasi dalam Pengembangan Rumah Da’i di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,*” Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2020.

### **Jurnal**

Ainur Ropik, 2014, “*Konsep Dan Teori Tentang Pengembangan Lingkungan Organisasi*”, Jurnal, Wardah, vol. 2 (15) 147

Bangun Borneo Louis, Debby Kawengian, 2018, *Peranan Komunikasi Organisasi Pada Unit Tata Kelola Destinasi Wisata Bunaken Dalam Pengembangan Kawasan Taman Laut Nasional Bunaken*, Jurnal Acta Diurna Komunikasi, Vol. 7 (4): 9

Chairul Furqon, 2003, *Hakikat Komunikasi Organisasi*, Hakikat Komunikasi Organisasi, Vol. 2 (15): 5

Eddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), h. 17Ivonne Saerang, Olivia S. Nelwan, Tommy Parengkuan, 2010, *Pentingnya Komunikasi Dalam Organisasi*, Jurnal Mega Digma, Vol. 3 (1): 69

Ivonne Saerang, Olivia S. Nelwan, Tommy Parengkuan, 2010, *Pentingnya Komunikasi Dalam Organisasi*, Jurnal Mega Digma, Vol. 3 (1): 69

Katuk Margareta Oktaviani, Nourma Mewengkang, Edmon R. Kalesaran, 2016, *Peran Komuniasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksitensi Sanggar Seni Vox Angelica*, Jurnal Acta Diurna, Vol. 5 (5)

Kristina Verra, 2019, *Hambatan Downward Communication Dalam Penyampaian Kebijakan Kepada Karyawan Baru Di PT Meta Estetika Graham (MEG) Kubu Raya*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2 (2):8

Sidauruk Lucas Paraden, 2013, *Analisis Hambatan Komunikasi Organisasi Vertikal PT Pos Indonesia (PERSERO) (Kasus Pada Kantor Pos Medan)*, Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, Vol. 3 (2)

Trihapsari R. Vivia, Fuad Nashori, 2011, *Kohesivitas Kelompok dan Komitmen Organisasi Pada Finacial Advisor Asuransi "X"* Yogyakarta, Proyeksi, Vol. 6 (2): 15

### **Sumber Online**

Nurmalasari, "Metode Penelitian", semanticscholar, 2018,  
<https://www.semanticscholar.org/paper/Modul-Metode->

