

**KOMUNIKASI UNIT KEGIATAN MAHASISWA PERMATA SHOLAWAT
DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA DI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.Sos)
Dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Oleh :

**Ilham Habib Hasbullah
NPM : 1741010160**



Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023M**

**STRATEGI KOMUNIKASI UNIT KEGIATAN MAHASISWA
PERMATA SHOLAWAT DALAM MEMBENTUK PERILAKU
KEAGAMAAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.Sos)
Dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Oleh :

**Ilham Habib Hasbullah
NPM : 1741010160**

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**Pembimbing I: Dr. M. Saifuddin, M.Pd
Pembimbing II: Ade Nur Istiani.,M.I.Kom**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023M**

ABSTRAK

Penelitian ini, mendeskripsikan tentang masalah pada UKM permata sholawat terfokus pada kurangnya komunikasi antara pengurus dengan anggota tentang perubahan kegiatan rutin. problema ini diketahui dari anggota UKM Permata Sholawat yang masih banyak tidak hadir disaat kegiatan rutin yang dilaksanakan. maka dari itu pengurus ingin melihat bagaimana strategi-strategi yang dilakukan oleh pengurus UKM Permata Sholawat agar anggota meningkatkan dalam perilaku keagamaannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi UKM Permata Sholawat UIN RIL dalam membentuk perilaku keagamaan anggotanya.

Metode penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan berjenis penelitian lapangan. Strategi komunikasi yang digunakan yaitu teori komunikasi Joseph A. Devito. Teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* sumber data yang diperoleh yaitu sumber data primer 5 anggota aktif UKM Permata Sholawat dan 5 pengurus aktif Permata Sholawat, sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Metode pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian ini adalah terbentuknya kegiatan-kegiatan dalam UKM Permata Sholawat UIN RIL yang bertujuan untuk membentuk perilaku keagamaan yang baik bagi anggotanya. Media yang digunakan dalam menyampaikan informasi adalah komunikasi interpersonal. Bentuk komunikasi yang dilakukan UKM Permata Sholawat adalah kegiatan rutin setiap minggu dan dimana dalam kegiatan tersebut anggota dibina dan dimotivasi untuk memiliki tanggung jawab atas pembentukan perilaku keagamaan yang sesuai ajaran Rasulullah. Anggota juga di edukasi diberikan informasi mengenai pentingnya berperilaku baik, dari kegiatan tersebut UKM permata sholawat mendapat umpan balik melalui komunikasi tatap muka. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi UKM Permata Sholawat mampu membentuk perilaku keagamaan anggota melalui tiga pembinaan yaitu pembinaan bidang Ibadah, Akidah, dan Akhlak, dimana hasil dari pembina tersebut anggota mampu beribadah dengan ikhlas selalu meningkatkan ketakwaan kepada Allah dan memiliki sikap toleransi berdasarkan Akidah islam yang telah di pelajari. Anggota yang mengikuti kajian pembinaan Akhlak terlihat lebih mampu menghormati satu sama lain karena dalam kajian anggota dibimbing, diarahkan dan di didik agar mencerminkan tingkah laku yang baik sesuai dengan ajaran agama Islam.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, UKM Permata Sholawat, perilaku keagamaan, komunikasi interpersonal

ABSTRAK

This research, describing problems in UKM Permata Sholawat focused on the lack of communication between the management and members regarding changes to routine activities. This problem is known from the members of UKM Permata Sholawat who are still not present during routine activities. therefore the management wants to see how the strategies carried out by the UKM Permata Sholawat management so that members improve their religious behavior. The purpose of this research is to find out how the communication strategy of UKM Permata Sholawat UIN RIL shapes the religious behavior of its members.

This research method is descriptive using a qualitative approach and a type of field research. The communication strategy used is Joseph A. Devito's communication theory. The data collection technique used a purposive sampling technique. The data sources obtained were primary data sources of 5 active members of Permata Sholawat UKM and 5 active members of Permata Sholawat. Secondary data sources were obtained from books, journals and other documents. Methods of data collection with interviews, observation and documentation. Data analysis techniques are data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification.

The result of this research is the formation of activities within UKM Permata Sholawat UIN RIL which aim to form good religious behavior for its members. The media used in conveying information is interpersonal communication. The form of communication carried out by UKM Permata Sholawat is routine activities every week and in these activities members are fostered and motivated to have responsibility for the formation of religious behavior according to the teachings of the Prophet. Members are also educated and given information about the importance of good behavior. From this activity, UKM Permata Sholawat received feedback through face-to-face communication. The conclusion of this study is that the communication strategy of UKM Permata Sholawat is able to shape the religious behavior of members through three coaching namely coaching in the fields of Worship, Faith, and Morals, where as a result of this coaching members are able to worship sincerely always increase piety to Allah and have an attitude of tolerance based on Aqidah studied Islam. Members who take part in the study of moral development seem to be more able to respect one another because in the study the members are guided, directed and educated to reflect good behavior in accordance with the teachings of Islam.

Keywords: Communication Strategy, UKM Permata sholawat, religious behavior, interpersonal communication.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp 0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Habib Hasbullah
NPM : 1741010160
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI UNIT KEGIATAN MAHASISWA PERMATA SHOLAWAT DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan di sebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain 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, 22 Juni 2023



Ilham Habib Hasbullah

NPM.1741010160



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

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa
Permata Sholawat Dalam Membentuk Perilaku
Keagamaan Mahasiswa Di Universitas Islam
Negeri Raden Intan Lampung.
Nama : Ilham Habib Hasbullah
NPM : 1741010160
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. M. Saifuddin, M. Pd
NIP. 196202251990011002


Ade Nur Istiani, M.I.Kom
NIP. 198911302019032017

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Dr. Khairullah, S.Ag., MA
NIP. 197303052000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI UNIT KEGIATAN MAHASISWA PERMATA SHOLAWAT DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG”** disusun oleh, Ilham Habib Hasbullah, NPM : 1741010160 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Jum’at, 14 Juli 2023.

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Mubasit, S. Ag, MM

(.....)

Sekretaris : Siti Wuryan, M.Kom. I

(.....)

Penguji I : Dr. Khairullah, S. Ag., MA

(.....)

Penguji II : Dr. M. Saifuddin, M. Pd.

(.....)

Penguji Pendamping : Ade Nur Istiani., M.I.Kom

(.....)

**Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



Dr. Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 196511011995031001

MOTTO

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝ ١٢٥

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

(Q.S An-Nah (16): 125)



PERSEMBAHAN

Puji syukur ku panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sebagai rasa bakti dan hormat serta rasa syukur skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Skripsi ini dipersembahkan kepada Ayahanda Nurdin dan Ibunda Nurul Ainiah tercinta yang telah bekerja keras dan berusaha payah dengan penuh kesabaran dan segenap kasih sayang memberikan semangat, motivasi dan dukungan penuh baik materil maupun spiritual, mendoakan, mencintai dan membesarkan saya hingga terselesaikannya Pendidikan strata satu (S1) di UIN Raden Intan Lampung.
2. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengalaman Ilmiah yang akan selalu ku kenang sepanjang masa.



RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis Ilham Habib Hasbullah lahir pada tanggal 20 maret 1999 di Desa Kresnomulyo, Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu. Peneliti merupakan putra pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Nurdin dan Ibu Nurul Ainiah.

Pendidikan formal yang pernah penulis tempuh mulai dari TK Dharma Wanita Bumi Dipasena Mulya yang tamat pada tahun 2005.

Kemudian dilanjut Sekolah Dasar Negeri (SDN) 01 Bumi Dipasena Mulya yang tamat pada tahun 2011, kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikan sekolah tingkat pertama di MTs Wali Songo Bumi Ratu Nuban Lampung Tengah dan tamat pada tahun 2014, kemudian melanjutkan ke jenjang Pendidikan sekolah menengah atas di MA Al-Ma'ruf Margodadi Tanggamus yang tamat pada tahun 2017.

Kemudian melanjutkan Pendidikan ke jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) di UIN Raden Intan Lampung dan diterima sebagai mahasiswa di jurusan Komunikasi dan Peyiaran Islam di UIN Raden Intan Lampung, dan pada bulan September 2017 resmi menjadi mahasiswa aktif.

Disamping menjadi mahasiswi aktif di jurusan Komunikasi dan Peyiaran Islam penulis juga aktif disalah satu UKM intra kampus yaitu UKM permata Sholawat, dimana penulis mendaftar sebagai anggota dari UKM permata sholawat dari semester satu hingga saat ini dan sempat menjadi pengurus dibidang kaderisasi dalam salah satu kegiatan di UKM permata sholawat tersebut. Dimana UKM permata sholawat sangat memberikan kesan dan pelajaran yang sangat berharga dalam kehidupan selama menjadi anggota.

Pada bulan Agustus 2020 peneliti melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kresnomulyo, Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung.

Bandar lampung, 2023
Penulis

Ilham Habib Hasbullah
NPM.1741010160

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari akan adanya kekurangan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Khairullah, S.Ag, MA selaku Ketua Jurusan dan Ade Nur Istiani, M.I.Kom. selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah membantu melancarkan proses penyusunan skripsi ini.
3. Dr. M. Saifuddin, M.Pd selaku dosen pembimbing I dan Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
4. Dosen-Dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang tak hentinya memberikan ilmu.
5. Kepala perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya dan Kepala perpustakaan fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta stafnya yang selama ini telah sangat membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Pengurus UKM Permata Sholawat yang telah memberikan izin atas penelitian yang penulis lakukan dan Wahyu Nur Cahyono selaku ketua UKM Permata Sholawat, beserta pengurus dan anggota yang telah banyak membantu penulis selama mengadakan penelitian.

7. Kedua orangtuaku yang tersayang Bapak Nurdin, dan Ibu Nurul ainiah yang telah memberikan inspirasi, motivasi, semangat, harapan serta keceriaan ditengah perjuanganku dalam menyelesaikan skripsi.
8. Nasehatu Solehah selaku teman yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan memberikan motivasi demi menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku, Ferli Adi Atmoko, Fahrudin Zuhri, Taufan Septian Aryananda, yang selalu memeberikan semangat dan bantuan demi menyelesaikan tugas akhir.
10. Rekan-rekan senasib seperjuangan, teman seperjuangan KPI kelas D dan seluruh angkatan 2017, KKN, disinilah penulis banyak belajar dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari, bahwasanya masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, penulis mengharapakan saran dan kritik yang sifatnya membangun guna membuat skripsi ini agar lebih baik.

Akhirnya dengan ucapan terimakasih penulis harapkan semoga semua bantuan, bimbingan, Bapak, Ibu, teman-teman yang telah diberikan kepada penulis mendapat ridho Allah SWT. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Bandar lampung, 2023
Penulis

Ilham Habib Hasbullah
NPM.1741010160

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	ii
RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	12
H. Metode Penelitian.....	22
I. Sistematika Pembahasan.....	29

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN PERILAKU KEAGAMAAN

A. Strategi Komunikasi	31
1. Pengertian Strategi Komunikasi	31
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	31
3. Tujuan Strategi Komunikasi	32
4. Fungsi Strategi Komunikasi	33
5. Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi	37
6. Komunikasi Interpersonal	41
B. Perilaku Keagamaan	51
1. Pengertian Perilaku Keagamaan	51
2. Macam-Macam Perilaku Keagamaan	53
a. Pembinaan Ibadah	53
b. Pembinaan Aqidah	54
c. Pembinaan Akhlak	55

BAB III GAMBARAN UMUM UKM PERMATA SHOLAWAT DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA DI UIN RADEN INTAN LAMPUNG

- A. Gambaran Umum Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)
Permata Sholawat..... 61
 - 1. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya 61
 - 2. Struktur Organisasi 62
 - 3. Kegiatan Keagamaan UKM Permata Sholawat 65
- B. Strategi Komunikasi UKM Permata Sholawat dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung 66
 - 1. Strategi Komunikasi UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan 66
 - 2. Bentuk Komunikasi UKM Permata Sholawat dalam Membentuk Perilaku Keagamaan 74
 - 3. Hasil strategi komunikasi UKM Permata Sholawat dalam Membentuk Perilaku Keagamaan 78

BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI UKM PERMATA SHOLAWAT DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG

- A. Analisis Strategi Komunikasi UKM Permata Sholawat dalam Membentuk Perilaku Keagamaan 93
- B. Analisis Bentuk Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk Perilaku Keagamaan 95
- C. Analisis Hasil Strategi Komunikasi UKM Permata Sholawat dalam Membentuk Perilaku Keagamaan 98

BAB V KESIMPULAN

- A. Kesimpulan..... 105
- B. Saran..... 106
- C. Rekomendasi 107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Relevan	19
Tabel 2. Informan Penelitian.....	24
Tabel 3. Struktur Organisasi UKM Permata Sholawat Tahun 2022....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Judul

Lampiran 2 SK Perubahan Judul

Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 4 Surat Pra Penelitian

Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 6 Pedoman Observasi

Lampiran 7 Pedoman Wawancara

Lampiran 8 Lembar Bimbingan

Lampiran 9 Lampiran Foto Wawancara

Lampiran 10 Lampiran Foto Dokumentasi

Lampiran 11 Turnitin



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, dan untuk menghindari kesalahpahaman, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang menjadi judul skripsi ini. Adapun judul yang dimaksudkan adalah STRATEGI KOMUNIKASI UKM PERMATA SHOLAWAT DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA DI UIN RADEN INTAN LAMPUNG. Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal ini yaitu, sebagai berikut :

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau metode bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu metode yang digunakan oleh UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan seperti ibadah, akidah dan akhlak anggota untuk memiliki kepribadian yang baik, berakhlak mulia, penelitian ini mengarah kepada proses bagaimana pembinaan pengurus terhadap anggota tersebut. Dimana dalam pembentukan perilaku keagamaan tersebut dibentuk oleh ketua umum dan pengurus ditujukan kepada anggota pada periode tahun 2022.

Istilah komunikasi berasal dari kata *communication* (bahasa inggris) dan *communicatus* (bahasa latin) yang artinya berbagi atau milik bersama. Dengan demikian, komunikasi merujuk pada suatu upaya yang bertujuan untuk berbagi guna mencapai kebersamaan. Dalam penjelasan yang lebih lengkap, komunikasi merujuk pada terjadinya suatu proses yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memberikan respons terhadap perilaku ataupun perlambangan yang

¹ Heryenzus, Dkk. *Manajemen Strategis* (Jawa Tengah: Mafy Media Literasi Indonesia, 2023). 2

dilakukan oleh lainnya. Komunikasi yang dilakukan bertujuan agar terjadi pengertian bersama.²

Sedangkan strategi komunikasi menurut Rogers ialah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.³

Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan strategi komunikasi merupakan cara berkomunikasi yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Adanya strategi komunikasi ini bertujuan agar informasi yang diberikan komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan dan bisa mencapai tujuan yang diharapkan. Proses komunikasi pada prinsipnya meliputi penerimaan pesan diantara dua orang atau kelompok.

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) merupakan lembaga kemahasiswaan tempat berhimpunnya para mahasiswa yang mempunyai kesamaan atensi, kegemaran, kreativitas, serta orientasi kegiatan penyaluran aktivitas ekstrakurikuler di dalam kampus.⁴

Unit kegiatan mahasiswa (UKM) Permata Sholawat merupakan bagian terkecil dari organisasi dalam kampus yang berperan buat menampung serta meningkatkan kemampuan yang terdapat pada mahasiswa. Permata Sholawat adalah sebuah organisasi yang sama dengan organisasi pada umumnya, wadah bagi seorang yang ingin berkembang penyalur hobi, dan menambah wawasan khususnya kesenian dalam tradisi Islam. Unit kegiatan mahasiswa permata sholawat ini merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan budaya Islam kepada semua kalangan agar tidak luntur di era modern ini.

Perilaku merupakan sembarang respon yang mungkin berupa reaksi, tanggapan, jawaban, atau balasan yang dilakukan

² Edward Ariyanto, Pengantar Ilmu Komunikasi Sejarah, Hakikat, dan Proses (Yogyakarta: DIVA Press, 2020), 50.

³ Irene silviani, prabudi darus, strategi komunikasi pemasaran menggunakan teknik IMC (Surabaya: scopindo media pustaka, 2021). 22

⁴ Carton, ida yayu. Pengaruh soft skill mahasiswa calon guru melalui pemberdayaan unit kegiatan mahasiswa di universitas pasudan. *Jurnal komunikasi pendidikan*, Volume 2 No 1, (2018). 70
<http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/komdik/article/view/66>

oleh organisme, secara khusus perilaku juga bisa berarti suatu perbuatan atau aktivitas.⁵ Perilaku yang penulis maksud dalam penelitian ini yaitu semua kegiatan dan aktifitas komunikasi yang ada di obyek penelitian di UKM Permata Sholawat baik pengurus dan anggota di UIN Raden Intan Lampung.

Sedangkan keagamaan berasal dari kata agama yaitu dari bahasa latin *religion* yang berarti *obligation*/kewajiban. Menurut Harun Nasution mengatakan bahwa agama berasal dari kata religi dan agama berasal dari bahasa Smith berarti undang-undang atau hukum. Sedangkan religi berasal dari bahasa latin, artinya mengumpulkan dan membaca. Adapun agama mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat, atau diwarisi secara turun temurun.⁶

Jadi perilaku keagamaan merupakan aktivitas manusia dalam kehidupan di dasarkan atas nilai-nilai keagamaan dalam rangka beribadah kepada Allah berdasarkan kesadaran dan pengalaman beragama pada diri sendiri, Keagamaan yang dimaksud dalam skripsi ini berkaitan dengan akhlak, ibadah, akidah yang ada di UKM Permata Sholawat UIN Raden Intan Lampung.

Dari penegasan judul di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah suatu penelitian yang membahas tentang strategi yang digunakan oleh pengurus UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan anggota, dalam hal ini penulis ingin memfokuskan pada bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh UKM permata sholawat dalam pembentukan karakter perilaku keagamaan seperti ibadah, aqidah, dan akhlak.

B. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk ciptaan Allah SWT dengan struktur dan fungsi yang sangat sempurna bila dibandingkan dengan makhluk Tuhan yang lainnya. Manusia juga diciptakan sebagai makhluk multidimensional, memiliki akal pikiran dan

⁵ Ramayulis, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2013), 116.

⁶ Rohmalina Wahab, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2015). 2

kemampuan berinteraksi secara personal maupun sosial.⁷ Manusia membentuk kelompok masyarakat sehingga kemudian menjadi sebuah komunitas. Dalam komunitas tersebut, manusia saling interaksi untuk melengkapi satu sama lain dan mempertahankan hidupnya, komunitas tersebut dapat disebut sebagai organisasi.

Organisasi adalah pembinaan hubungan wewenang dan dimaksudkan untuk mencapai koordinasi dan struktural, baik secara vertikal, maupun horizontal diantara posisi-posisi yang telah disertai tugas-tugas khusus yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.⁸ Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi.

Pentingnya hal komunikasi bagi manusia tidak dapat dipisahkan, begitu juga bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar. Sebagaimana fungsi komunikasi memberitahu atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui, bahkan komunikasi yang menghibur (*to entertain*) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.⁹

Di dalam organisasi, komunikasi memiliki peran penting. Karena tanpa adanya komunikasi kegiatan yang akan di jalani oleh suatu organisasi tidak akan berjalan dengan yang diharapkan. Dengan adanya komunikasi maka di dalam suatu organisasi dapat mengetahui mengenai kepribadian masing-masing dengan baik antara jajaran pimpinan organisasi maupun anggota organisasi. Oleh karena itu komunikasi merupakan bagian penting dalam suatu

⁷ M. Burhan Bung, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 5.

⁸ Mahayu Sutan Parlagutan Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 25.

⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 33.

organisasi baik komunikasi ke bawah maupun komunikasi ke atas dalam suatu organisasi.

Komunikasi berlangsung dalam kontak tatap muka (*face to face*) dimana pesan-pesan mengalir melalui saluran-saluran yang bersifat antarpersonal, seperti dalam percakapan antar orang perorang yang dikenal dengan sebagai komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang atau lebih secara tatap muka.¹⁰ Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih.¹¹

Komunikasi interpersonal terjadi apabila dua orang atau lebih saling berinteraksi secara tatap muka untuk menyampaikan pesan baik itu pesan verbal maupun non verbal sehingga satu sama lain antara komunikator dan komunikan bisa saling memahami apa yang di sampaikan. Melalui komunikasi interpersonal seorang atasan yang menginginkan agar ada perubahan sikap dan perilaku keagamaan pada bawahan.

Untuk itu diperlukan adanya strategi komunikasi yang merupakan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication manajemen*) untuk mencapai suatu tujuan bersama. Strategi yang digunakan dalam membentuk perilaku keagamaan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan. Dengan adanya strategi komunikasi inilah diharapkan bisa memberikan dampak bagi seluruh komponen yang ada di dalam organisasi agar ada perubahan sikap dan dapat membentuk perilaku keagamaan.

Perilaku keagamaan adalah aturan-aturan mengenai tingkah laku atau tata cara hidup manusia dalam hubungannya dengan Allah dan sesama manusia. Perilaku keagamaan merupakan ekspresi dari rasa agama yang dimiliki manusia. Rasa agama merupakan dorongan dalam jiwa yang membentuk rasa percaya

¹⁰ Miftahun Ni'mah Suseno, "pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", Jurnal UNJ, Vol.17 NO.1 2012, 32. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol17.iss1.art2>

¹¹ Wiranto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Gramedia Widia Sarana Indonesia, 2004), 13.

kepada suatu zat pencipta manusia dan dorongan taat aturan-Nya. Seperti hadis nabi Muhammad yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah. R.A.

حَدَّثَنَا حَاجِبُ بْنُ الْوَلِيدِ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ حَرْبٍ عَنْ الزُّهْرِيِّ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ
 بْنِ الْمُسَيَّبِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّهُ كَانَ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَا مِنْ
 مَوْلُودٍ إِلَّا يُوَلَّدُ عَلَى الْفِطْرَةِ فَأَبَوَاهُ يُهَوِّدَانِهِ وَيُنَصِّرَانِهِ وَيُمَجِّسَانِهِ
 (حدث صحیح مسلم)

“Telah menceritakan kepada kami Hajib bin Al Walid telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Harb dari Az Zubaidi dari Az Zuhri telah mengabarkan kepadaku Sa’id bin Al Musayyab dari Abu Hurairah, dia berkata: “Rasulullah shallallahu alaihi wasallam telah bersabda: ‘setiap anak itu dilahirkan dalam keadaan fitrah. Kedua orang tuanyalah yang membuatnya menjadi orang Yahudi, orang Nasrani ataupun orang Majusi” (Hadits Shahih Muslim)

Dari hadits tersebut dapat kita lihat bahwa perkembangan kepribadian seseorang tergantung kepada pendidik ataupun lingkungan di mana ia tinggal. Dengan demikian perilaku keagamaan dan pemahaman dalam pergaulan memerlukan perilaku ekstra hati-hati. Hal itu disebabkan penghayatan dan pengalamannya bersifat individual. Artinya, apa yang dipahami dan dihayati seseorang tentang kebenaran sangat bergantung pada latar belakang dan kepribadiannya. Oleh karena itu, perilaku keagamaan dan etika islam akan sangat berkaitan dengan emosional seseorang yang dipengaruhi beberapa faktor.

Menurut Choiriani et al, perilaku keagamaan sendiri adalah suatu nilai yang berasal dari pengalaman dalam berinteraksi dengan lingkungan yang menghasilkan perilaku yang baik yang berasal dari segi pengetahuan ataupun dalam segi perbuatan seperti ketakwaan dan ketaatan kepada tuhan (sholat, zakat, puasa dan yang lainnya)

Perilaku keagamaan bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang agama kepada mahasiswa, terutama tentang tanggung jawab manusia sebagai pemimpin yang harus arif dan bijaksana. Selanjutnya senantiasa diberikan nasehat para

mahasiswa tentang adab bertutur kata yang sopan dan bertatakrama baik terhadap orang tua maupun sesama orang lain.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk mengukur perilaku keagamaan mahasiswa adalah jika mahasiswa tersebut mampu mengaplikasikan lima perilaku keagamaan dalam perilaku dan kehidupannya. Adapun indikator perilaku keagamaan adalah:

1. Dimensi keyakinan (dimensi ideologis)

Adalah dimensi dari keberagaman yang berkaitan dengan apa yang harus dipercayai. Obyek dari dimensi ini dalam islam antara lain keyakinan tentang Allah, para malaikat, para nabi/rosul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka serta qadha dan qadar

2. Dimensi praktik (dimensi ritualistik)

Adalah dimensi keberagaman dimana seseorang menunaikan ritual-ritual dalam agamanya. Dalam islam dimensi ini disebut juga dengan ibadah yang diantaranya menyangkut pelaksanaan salat, zakat, puasa, haji, membaca al-qur'an, doa, zikir, ibadah qurban, dan sebagainya.

3. Dimensi pengalaman (dimensi eksperensial)

Adalah perasaan keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan. Dalam islam seperti merasa dekat dengan Allah, perasaan doa-doanya sering terkabul, perasaan tenang bahagia karena menuhankan Allah, perasaan bertawakkal (pasrah diri) kepada Allah, perasaan khusuk ketika melaksanakan solat atau berdoa, perasaan bergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat al-qu'an, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan Allah.

4. Dimensi pengetahuan (dimensi intelektual)

Adalah seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya. Perilaku seseorang beragama dalam dimensi ini meliputi suka mendengarkan ceramah-ceramah keagamaan, mengikuti kegiatan keagamaan, membaca buku-buku agama, dan tertarik mengikuti diskusi keagamaan.

5. Dimensi konsekuensi (dimensi pengalaman)

Adalah seberapa tingkatan muslim berperilaku diotivasi oleh 45 ajaran-ajaran agamanya. Dalam keberislaman dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berdermawanan, mempererat silaturahmi, menghormati yang lebih tua, memaafkan, menjaga amanat, jujur, berpakaian sesuai syariat, tidak mencuri, tidak menipu, tidak meminum minuman yang memabukkan, mematuhi norma-norma islam dalam berperilaku dan sebagainya.¹²

Berdasarkan uraian diatas perilaku keagamaan adalah segala perbuatan atau ucapan yang dilakukan seseorang sedangkan perbuatan atau tindakan serta ucapan tadi akan kaitannya dengan agama, semuanya dilakukan karena adanya kepercayaan kepada tuhan dengan ajaran, kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang berkaitan dengan kepercayaan.

Oleh karena itu, Dalam agama ada ajaran-ajaran yang dilakukan bagi pemeluk-pemeluknya, bagi agama islam, ada ajaran yang harus dilakukan dan adapula yang berupa larangan. Ajaran-ajaran yang berupa perintah yang harus dilakukan adalah solat, zakat, puasa, haji, menolong orang lain yang sedang kesusahan dan masih banyak lagi. Sedangkan yang ada kaitannya dengan larangan itu lagi banyak seperti, minum-minuman keras, judi, korupsi, main perempuan dan lain-lain.

Oleh sebab itu dalam kehidupan sehari-hari secara tidak langsung banyak aktivitas yang telah kita lakukan baik itu ada hubungannya antara makhluk agama dengan pencipta maupun hubungan antara makhluk sesama makhluk, itu pada dasarnya sudah diatur oleh agama.¹³

Untuk mengukur dan melihat bahwa sesuatu itu menunjuk perilaku keagamaan atau tidak dapat dilihat dari karakteristik perilaku keagamaan. ada beberapa hal yang dapat dijadikan indikator perilaku keagamaan seseorang yakni:

¹² Yanuar Falih Assidiq, Zakiyah. Pengaruh Pembelajaran Akidah Akhlak Terhadap Perilaku Keagamaan Siswa Kelas X Di SMA Muhammadiyah Bumiayu Brebes, *Alhamra: Jurnal Studi Islam Vol. 2, No. 1* (2021), 105

¹³ Agus Sujanto, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Bhineka Cipta, 2008), 204.

- a. Komitmen terhadap perintah dan larangan Allah
- b. Bersemangat mengkaji ajaran agama
- c. Menghargai simbol-simbol keagamaan
- d. Akrab dengan kitab suci
- e. Mempergunakan pendekatan agama dalam menentukan pilihan
- f. Ajaran agama dijadikan sebagai sumber pengembangan ide.¹⁴

Proses pembinaan perilaku keagamaan itu sendiri akan berjalan dengan alamiah dalam UKM. Karena didalam UKM Permata Sholawat, mahasiswa dapat belajar dan memahami tentang pengetahuan keagamaan dan keterampilan. Mahasiswa yang bergabung di UKM permata sholawat cenderung mahasiswa yang memiliki latar belakang alumni pondok pesantren sehingga sedikit banyaknya mahasiswa tersebut sudah memiliki jiwa spiritualisme yang tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan anggota UKM permata sholawat yang selalu mengutamakan sholat disela-sela kesibukan dan semangat dalam fastabiqul khoirot yaitu berlomba-lomba dalam kebaikan.

Dapat diperjelas kembali adapun kegiatan-kegiatan keagamaan yang ada di UKM Permata Sholawat antara lain ialah kajian simtuddurot, kajian sirah nabawiyah, pembacaan kitab maulid, khataman Al-Qur'an, pelatihan hadroh, pembacaan albarzanji serta pembacaan yasin dan tahlil.

Adapun harapan besar dari upaya pembinaan perilaku keagamaan yang hendak dicapai oleh pengurus UKM Permata Sholawat ini yaitu anggota UKM Permata Sholawat menjadi manusia yang memiliki kepribadian religius, berakhlak mulia, sehat jasmani dan rohani, anggota yang baik, memiliki daya saing yang positif, membangun dirinya sendiri secara mandiri serta bersama-sama memiliki kepedulian terhadap sesama hidup.

Dari latar belakang suku dan budaya yang berbeda-beda masih adanya anggota UKM Permata Sholawat kurang memahami dalam pengetahuan perilaku keagamaan seperti: ibadah, aqidah dan akhlak. Maka dari itu UKM Permata Sholawat memiliki

¹⁴ Muhammad Alim, *Pendidikan Agama Islam* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 12.

strategi dalam pelaksanaan kegiatan yang diharapkan dapat membentuk perilaku keagamaan anggotanya.

Berdasarkan observasi penulis dilapangan ditemui adanya komunikasi yang kurang baik antara pengurus dengan anggota yang mengakibatkan interaksi yang kurang baik dan berdampak kepada kegiatan di UKM permata sholawat. Maka dalam hal ini dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat guna terjalinnya hubungan yang baik di UKM permata sholawat.

Dengan adanya komunikasi yang kurang baik antara pengurus dengan anggota yang berkaitan dengan perubahan kegiatan rutin. problema ini diketahui dari anggota UKM Permata Sholawat yang masih banyak tidak hadir disaat kegiatan rutin yang dilaksanakan. Hal ini dikarenakan pengurus UKM Permata Sholawat dalam penyampaian pengumuman tidak konsisten atau secara dadakan, sehingga menyebabkan anggota UKM Permata Sholawat dalam menghadiri kegiatan rutin masih cenderung menyepelkan dan bermalas-malasan dalam mengikuti kajian.

Dengan menanamkan nilai-nilai keagamaan pada anggota UKM permata sholawat terutaa nilai agama seperti akidah, akhlak dan juga ibadah. Karena dengan menanamkan nilai-nilai tersebut terutama nilai akidah dihati anggota UKM dapat menjadikan mereka sebagai orang yang selalu beriman kepada Allah SWT .

Selain itu dengan memiliki akhlak yang baik juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam berorganisasi. Seperti bagaimana bersikap dan bertindak kepada orang lain secara sopan dan santun. Demikian juga dalam penanaman nilai-nilai ibadah dengan banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat, terutama ibadah dalam melaksanakan sholat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dari itu penulis ingin meneliti lebih jauh lagi bagaimana strategi-strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengurus UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan anggota UKM permata sholawat.

C. Fokus dan SubFokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka fokus Penulisan ini adalah strategi komunikasi UKM permata sholawat UIN Raden Intan Lampung.

Sub fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung.

D. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi UKM Permata Sholawat Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Mahasiswa Di UIN Raden Intan Lampung?
2. Bagaimana hasil Strategi Komunikasi UKM Permata Sholawat Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Mahasiswa Di UIN Raden Intan Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan di UKM permata sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil strategi komunikasi ukm permata sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan agar memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis :

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menjadi pengembangan Ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi dalam pembentukan prilaku mahasiswa melalui Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM).

2. Secara Praktis

- a. Dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa dalam membentuk karakter melalui Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM).
- b. Dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi segenap pengurus dan anggota UKM Permata Sholawat di UIN Raden Intan Lampung dalam proses pengembangan kegiatan.
- c. Dapat menjadi evaluasi pengurus dan anggota UKM Permata Sholawat di UIN Raden Intan Lampung untuk mengetahui perannya dalam proses pembentukan karakter mahasiswa.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Perlu dijelaskan bahwa kajian hasil peneliti terdahulu pada dasarnya untuk memaparkan dan menjelaskan berkenaan dengan penelitian penelitian terdahulu apakah ada atau tidak yang berkenaan dengan penelitian penulis yang juga menjadi bukti kongkrit bahwasannya peneliti ini sebelumnya belum ada yang membahas, walaupun pernah terangkat tentunya dipaparkan perbedaan baik dari sisi metode, obyek penelitian yang atau yang lain.

Penelitian tentang komunikasi organisasi telah banyak dilakukan, sebagai rujukan dalam pembuatan skripsi ini adalah:

1. Penelitian dari skripsi Khanafi, Muhamad. (2018) “Strategi Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Musik Club IAIN Salatiga dalam Meningkatkan Perilaku Solidaritas Sosial” Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana arus pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas sosial organisasi Seni Musik Club IAIN Salatiga? (2) Bagaimana strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas sosial organisasi Seni Musik Club IAIN Salatiga? (3) Bagaimana faktor penghambat dan pendukung komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas sosial organisasi Seni Musik Club IAIN Salatiga ? Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui bagaimana arus pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku

solidaritas organisasi seni musik club IAIN Salatiga. (2) Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas organisasi seni musik club IAIN Salatiga. (3) Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas anggota seni musik club IAIN Salatiga. Jenis dan pendekatan penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian lapangan yang sifatnya kualitatif, pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui tehnik wawancara, observasi, dan dokumentasi, data yang ada dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman kemudian di tarik sebuah kesimpulan. Hasil dalam penelitian ini memaparkan, yang mendorong perilaku solidaritas sosial antar anggota organisasi adalah adanya arus komunikasi yang menghubungkan semua anggota organisasi, baik pengurus, anggota maupun para alumni dalam memberikan instruksi-instruksi maupun memberikan saran dan masukan. Serta menjalankan bagaimana strategi komunikasi baik formal maupun non formal yang dijalankan melalui rapat rutin wajib, diskusi-diskusi, sharing dll. Rapat rutin wajib merupakan menempati kedudukan paling tinggi dalam struktur organisasi. Adanya faktor pendukung dan penghambat yang diharapkan akan mendapatkan solusi dari berbagai masalah yang dihadapi agar masalah-masalah yang ada dapat segera terselesaikan dalam meningkatkan perilaku solidaritas sosial organisasi dengan mengadakan berbagai event, evaluasi maupun menghadirkan kembali alumni-alumni ketika menjalankan kegiatan agar dapat membantu dalam hal sosialisasi maupun dalam hal konsultasi masalah masalah.¹⁵ Perbedaan dalam penelitian ini adalah difokuskan pada strategi komunikasi Untuk Meningkatkan Perilaku Solidaritas Sosial, sedangkan penelitian penulis adalah strategi komunikasi dalam membentuk perilaku keagamaan

¹⁵ Khanafi, Muhamad. 2018. "*Strategi Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Musik Club IAIN Salatiga dalam Meningkatkan Perilaku Solidaritas Sosial*"

mahasiswa. Sedangkan persamaanya yaitu Sama-sama bertujuan untuk membentuk perilaku yang baik antar anggota.

2. Nurul Fajriyah Patra (2018) “Komunikasi Organisasi Dalam Menjalini Ukhuwah Islamiyah Di Pondok Pesantren Daarussa’adah Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran” Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi organisasi dalam menjalin Ukhuwah Islamiyah Di Pondok Pesantren Daarussa’adah Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran Lampung? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Daarussa’adah dalam menjalin Ukhuwah Islamiyah antara pengurus organisasi Pondok Pesantren. Pada dasarnya arus komunikasi dalam organisasi dibagi menjadi dua yaitu: komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Adapun penelitian ini bersifat kualitatif yang bertujuan untuk melakukan analisis dengan konsep kunci komunikasi organisasi menurut Goldhaber (1996) yaitu proses, pesan, jaringan saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian. Konsep kunci tersebut membantu untuk memecahkan masalah bagaimana komunikasi dalam organisasi pondok pesantren Darussa’adah. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode interview sebagai pokok, sedangkan metode lain yang digunakan adalah dokumentasi serta menggunakan cara berfikir induktif. Dalam penelitian ini Pondok Pesantren Darussa’adah telah menerapkan konsep kunci menurut Goldhaber. Hal tersebut terlihat dari komunikasi vertikal antara bawahan dengan pimpinan. Dengan penerapan konsep tersebut ternyata dapat menjadi ukhuwah islamiyah atau tali persaudaraan antar pimpinan dan bawahan begitupun sebaliknya. Dengan hal itu dapat menciptakan komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi. Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa cara pondok pesantren Darussa’adah dalam

menghasilkan komunikasi yang efektif dalam organisasi adalah dengan menumbuhkan rasa persaudaraan dan kekeluargaan atas dasar ibadah karena Allah SWT. Dengan hal itu komunikasi pada organisasi pondok pesantren Darussa'adah akan terjalin dengan baik sehingga dapat mewujudkan visi dan misi dari pondok pesantren Darussa'adah¹⁶ Perbedaan dalam penelitian ini adalah terfokus pada komunikasi organisasi dalam menjalin ukhuwah islamiyah dipondok pesantren, sedangkan penelitian penulis adalah strategi komunikasi dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa. Sedangkan persamaanya ialah terletak pada Fungsi komunikasi organisasi untuk menciptakan komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi.

3. Dwi Kartika Kusuma Wardani (2020). Pola Komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Anak (Studi Kasus di Masjid Jogokariyan, Kecamatan Mantrijeron, Kota Yogyakarta). Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pola komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan dalam membentuk perilaku keagamaan anak? (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat pola komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan dalam pembentukan perilaku keagamaan anak? Tujuan penelitian ini adalah pertama, penelitian ini bertujuan mendapatkan deskripsi mendalam tentang pola komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan dalam membentuk perilaku keagamaan anak. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat dalam pembentukan perilaku keagamaan anak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (field research). Sesuai dengan penelitian kualitatif dan juga

¹⁶ Nurul Fajriyah (2018) "*Patra Komunikasi Organisasi Dalam Menjalin Ukhuwah Islamiyah Di Pondok Pesantren Daarussa'adah Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran*" Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

sumber data yang digunakan, maka Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian dan pemaparan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pertama, pola komunikasi yang digunakan oleh HAMAS dalam proses pembentukan perilaku keagamaan anak di sekitar Masjid Jogokariyan Yogyakarta ada tiga pola komunikasi, yaitu pola komunikasi kelompok, pola komunikasi antarpribadi dan pola komunikasi primer. Adapun faktor pendukung pola komunikasi HAMAS masjid Jogokariyan dalam membentuk perilaku keagamaan anak adalah yang utama dari Takmir Masjid Jogokariyan, orang tua dan kemajuan teknologi informasi, sedangkan faktor penghambatnya adalah gadget dan juga budaya Populer.¹⁷ Perbedaan dalam penelitian ini adalah terfokus pada proses pembentukan perilaku keagamaan anak di sekitar masjid jogokariyan yogyakarta, sedangkan penelitian penulis adalah strategi komunikasi dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa. Sedangkan persamaanya yaitu sama-sama membentuk perilaku keagamaan.

4. Penelitian dari jurnal Saeful Lukman (2019) “Peranan Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat” Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Materi apa yang disampaikan oleh da’i dalam meningkatkan pemahaman keagamaan jamaahnya? (2) Bagaimana metode dakwah yang digunakan majelis taklim At-Taubah dalam meningkatkan pemahaman keagamaan? (3) Bagaimana peranan majelis taklim At-Taubah dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pemahaman tentang keagamaan

¹⁷ Dwi Kartika Kusuma Wardani (2020). *Pola Komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Anak (Studi Kasus di Masjid Jogokariyan, Kecamatan Mantrijeron, Kota Yogyakarta)*

masyarakat di lingkungan rw 03 desa Kebonjati. Secara lebih terperinci penelitian ini bertujuan untuk mengetahui materi yang disampaikan oleh da'i, metode yang menjadi pijakan dalam pelaksanaannya, dan untuk mengetahui hasil yang diperoleh mad'u dalam mengikuti kegiatan majelis taklim tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hal ini untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran tentang pemahaman pemikiran yang akan terjadi di masa yang akan datang yaitu mengenai peranan Majelis Taklim At-Taubah dalam meningkatkan pemahaman keagamaan dan pola perilaku masyarakat yang berada di lingkungan desa Kebonjati Sumedang. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap majelis taklim At-Taubah dapat diketahui bahwa majelis taklim berperan sebagai lembaga non formal yang berada ditengah-tengah masyarakat memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perkembangan pemahaman keagamaan pada masyarakat desa Kebonjati. Hal tersebut terlihat dari adanya perubahan baik dari sikap maupun perilaku masyarakatnya yang semakin agamis.¹⁸

Dari pemaparan diatas telah jelas mengenai perbedaan dan persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan hasil penelitian-penelitian yang sudah dilakukan. Oleh karena itu penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa Permata Sholawat Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Mahasiswa Di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung" dapat dilakukan karena masalah yang akan diteliti bukan duplikasi dari penelitian sebelumnya serta yang membedakan hasil peneliti dengan referensi terdahulu adalah peneliti lebih terfokus pada bagaimana proses komunikasi UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Selain itu perbedaannya terletak pada tempat penelitian yang

¹⁸ Saeful Lukman. Peranan Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat, Volume 4, Nomor 1, 2019, 65-84 P-ISSN: 2622-9781, E-ISSN: 2622-9773. <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/802>

menjadi objek penelitian skripsi ini adalah UKM Permata sholawat di UIN Raden Intan Lampung. Sedangkan persamaanya yaitu meningkatkan pemahaman tentang keagamaan dan membentuk perilaku keagamaan.



TABEL 2
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Strategi Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Musik Club IAIN Salatiga dalam Meningkatkan Perilaku Solidaritas Sosial, Muhamad Khanafi. (2018), Skripsi	Untuk mengetahui bagaimana arus pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas sosial dan Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan perilaku solidaritas sosial organisasi Seni Musik Club IAIN Salatiga.	yang mendorong perilaku solidaritas sosial antar anggota organisasi adalah adanya arus komunikasi yang menghubungkan semua anggota organisasi, baik pengurus, anggota maupun para alumni dalam memberikan instruksi-instruksi maupun memberikan saran dan masukan. Serta menjalankan bagaimana strategi komunikasi baik formal maupun non formal yang dijalankan melalui rapat rutin wajib, diskusi-diskusi, sharing dll.	1. Difokuskan pada strategi komunikasi 2. Untuk Meningkatkan Perilaku Solidaritas Sosial	Sama-sama bertujuan untuk membentuk perilaku yang baik antar anggota
2	Komunikasi Organisasi Dalam Menjalin Ukhuwah Islamiyah Di Pondok	Untuk melihat bagaimana komunikasi organisasi yang diterapkan oleh	cara pondok pesantren Daarussa'adah dalam menghasilkan komunikasi yang efektif dalam	Hanya terfokus pada Komunikasi Organisasi Dalam Menjalin Ukhuwah Islamiyah	Fungsi komunikasi organisasi untuk menciptakan komunikasi yang efektif dalam sebuah

	<p>Pesantren Daarussa'adah Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran, Nurul Fajriyah Patra (2018), Skripsi</p>	<p>pondok pesantren Daarussa'adah dalam menjalin ukhwah islamiyah antara pengurus komunikasi pondok pesantren</p>	<p>organisasi adalah dengan menumbuhkan rasa persaudaraan dan kekeluargaan atas dasar ibadah karena Allah SWT. Dengan hal itu komunikasi organisasi dalam pondok pesantren Daarussa'adah akan terjalin dengan baik sehingga dapat mewujudkan visi dan misi dari pondok pesantren Daarussa'adah</p>		<p>organisasi.</p>
3	<p>Pola Komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Anak (Studi Kasus di Masjid Jogokariyan, Kecamatan Mantrijeron, Kota Yogyakarta). Fakultas Dakwah dan</p>	<p>1. Penelitian ini bertujuan mendapatkan deskripsi mendalam tentang pola komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan dalam membentuk perilaku keagamaan anak 2. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor</p>	<p>pola komunikasi yang digunakan oleh HAMAS dalam proses pembentukan perilaku keagamaan anak di sekitar Masjid Jogokariyan Yogyakarta ada tiga pola komunikasi, yaitu pola komunikasi kelompok, pola komunikasi antarpribadi dan pola komunikasi primer. Adapun faktor pendukung pola</p>	<p>Terfokus pada proses pembentukan perilaku keagamaan anak di sekitar Masjid Jogokariyan Yogyakarta ada tiga pola komunikasi, yaitu pola komunikasi kelompok, pola komunikasi antarpribadi dan pola komunikasi primer.</p>	<p>sama-sama membentuk perilaku keagamaan</p>

	Komunikasi Islam IAIN Kudus. Dwi Kartika Kusuma Wardani (2020). Skripsi	pendukung dan penghambat pola komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan dalam pembentukan perilaku keagamaan anak	komunikasi HAMAS masjid Jogokariyan dalam membentuk perilaku keagamaan anak adalah yang utama dari Takmir Masjid Jogokariyan, orang tua dan kemajuan teknologi informasi, sedangkan faktor penghambatnya adalah gadget dan juga budaya Populer.		
4	Penelitian dari jurnal Saeful Lukman (2019) "Peranan Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat" Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.	untuk mengetahui pemahaman tentang keagamaan masyarakat di lingkungan rw 03 desa Kebonjati. Secara lebih terperinci penelitian ini bertujuan untuk mengetahui materi yang disampaikan oleh da'i.	dapat diketahui bahwa majelis taklim berperan sebagai lembaga non formal yang berada ditengah-tengah masyarakat memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perkembangan pemahaman keagamaan pada masyarakat desa Kebonjati. Hal tersebut terlihat dari adanya perubahan baik dari sikap maupun perilaku masyarakatnya yang semakin agamis.	Fokus penelitian terhadap penelitian ini lebih kepada metode dakwah yang digunakan seorang da'i, materi yang digunakan dalam setiap menyampaikan ceramahnya, serta bagaimana perilaku mad'u dalam mengaplikasikan pemahaman keagamaan.	sama-sama membentuk perilaku keagamaan

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari tempat pelaksanaannya penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial: individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat, maka dapat disebut penelitian lapangan (*Field Research*).¹⁹ Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau responden.²⁰

Dalam prosesnya, penelitian ini mengangkat data dan permasalahan yang ada dilapangan yang dalam hal ini adalah peran UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan UIN Raden Intan Lampung. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan penulis adalah UKM Permata Sholawat UIN Raden Intan Lampung.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan sifat-sifat secara deskriptif kualitatif.

Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.²¹ Apabila penelitian bermaksud untuk membuat pecandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu maka penelitiannya bersifat deskriptif.²²

Jadi sifat penelitian ini adalah deskriptif dan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu tentang peran UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku

¹⁹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penellitian*, (Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2013), 80.

²⁰ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002), 38.

²¹ Cholidin Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2015), 4.

²² Sumadi Suryabrata, *Ibid*, 75.

- keagamaan UIN Raden Intan Lampung.
3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan ukuran angka.²³

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah mengumpulkan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan peneliti adalah sebagai instrument kunci.²⁴

4. Sumber Data

- a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh bersumber dari sumber utama melalui prosedur dan tehnik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, interview. populasi dalam penelitian ini adalah: seluruh mahasiswa yang mengikuti kegiatan UKM Permata Sholawat dimana keseluruhan populasi tersebut berjumlah 100 orang yang terdiri dari 20 pengurus dan 80 anggota UKM Permata Sholawat. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, adapun yang menjadi data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dengan ketua umum, pengurus dan anggota. jenis *purposive sampling* yaitu pemilihan-pemilihan sampel yang didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang

²³ Ajat Rukajat, Pendekatan Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018).

²⁴ Albi Anggito, Johan Setiawan, S.Pd, Metodologi Penelitian Kualitatif, ed., (Jawa Barat:CV Jejak, 2018), 7

dipandang memiliki keterkaitan yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.²⁵

Ciri-ciri populasi yang akan dijadikan sampel penulis sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa yang aktif dalam kegiatan UKM Permata Sholawat selama minimal 1 tahun.
- 2) Berstatus sebagai pengurus UKM Permata Sholawat
- 3) Pelaku kepengurusan UKM Permata Sholawat yang aktif ikut dalam kegiatan rutin.
- 4) Mengikuti kegiatan UKM Permata Sholawat minimal 3 kali dalam sebulan
- 5) Dari ciri-ciri diatas maka penulis menentukan 10 sampel yang terdiri dari 5 kepengurusan dan 5 anggota UKM Permata Sholawat.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan didapat informan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini 5 orang pengurus dan 5 anggota yang terdiri dari:

Tabel 1

No	Pengurus	Anggota
1	Wahyu nur cahyono	Azizul ghofur
2	Siti maulina safitri	Arif baldan
3	Aulia riskiana	Siti hardiyanti
4	Risa latifah	Rima mulyana
5	Sofyan mulyana	Eko saputra

b. Data sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis seperti buku, jurnal, karya tulis dan artikel yang dapat memperkuat data primer. sumber data sekunder yang diperoleh peneliti adalah data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang berkaitan

²⁵ Sugiono, *Metodelogi Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2001), 57.

berupa data-data UKM Permata Sholawat dan sebagai literatur yang relevan dengan pembahasan.

5. Metode Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data digunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah pewawancara, responden, topic, penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi wawancara. Adapun wawancara yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara individual. Wawancara pribadi adalah mewawancarai orang-orang yang terlibat hanyalah seorang *interviewer* dan seorang *interview*.²⁶ Wawancara semacam ini dapat memberikan pemeliharaan hal-hal yang bersifat rahasia (*privacy*) yang maksimal, sedemikian rupa sehingga sangat memungkinkan untuk bisa memperoleh data atau informasi yang insentif.

Dalam hal ini penulis menggunakan interview bebas terpimpin yaitu penginterview membaca kerangka pertanyaan untuk disajikan dan irama interview sama sekali diserahkan kepada penginterview. Teknik ini memberikan kesempatan kepada responden untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan secara bebas dan mendalam dalam melakukan wawancara, perlu diingat bahwa pewawancara ingin mengetahui sikap dan pendapat responden. Ini berarti bahwa pewawancara harus bersikap netral dan tidak mengarahkan jawaban atau tanggapan responden. Pewawancara harus bertingkahtaku (bersikap) sesuai dengan norma-norma yang berlaku.

²⁶ Arief Subyantoro & FX.Suwarto *Metode & Teknik Penelitian Sosial*.(Yogyakarta : C.VAndi Offset, 2007), 106.

b. Observasi

Observasi adalah hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya sesuatu rangsangan tertentu yang diinginkan, atau suatu studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan/fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat.²⁷

Dalam penelitian ini, teknik observasi yang dipakai adalah observasi partisipasi. Jadi observer terlibat aktivitas sosial secara langsung dalam objek yang diteliti.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah “mencari data mengenai hal-hal variabel yang berupa catatan atau dokumen, surat kabar, majalah dan lain sebagainya”.²⁸ Adapun dalam penelitian ini metode dokumentasi penulis gunakan untuk memperoleh data tentang:

- 1) Keadaan jumlah anggota UKM Permata Sholawat UIN Raden Intan Lampung.
- 2) Dokumentasi-dokumentasi dari program kerja pengurus UKM Permata Sholawat atau kegiatan yang dilaksanakan UKM Permata Sholawat UIN Raden Intan Lampung.
- 3) Struktur organisasi atau kepengurusan UKM Permata Sholawat UIN Raden Intan Lampung.

Metode Dokumentasi dari penelitian ini mengambil berkas-berkas yang ada mengenai gambaran umum lingkungan dan gambar/foto yang diambil saat wawancara berlangsung untuk menunjang bukti bahwa penelitian ini memang dilakukan.

²⁷ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta : PT Bumi Aksara,2009), 63.

²⁸ Jalaludin Rahmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosda Karya,2000), 97.

6. Teknik Analisa Data

Dalam hal analisis data kualitatif Bagdon menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan pada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun kedalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan untuk diceritakan kepada orang lain.²⁹ Secara umum aktivitas dalam analisis data kualitatif dapat dibagi menjadi tiga hal yaitu, data reduction, data display dan data conclusion drawing/verification. Berikut ini adalah penjelasan data-data tersebut:

a. Data Reduksi (*Reduction*)

Data Reduksi (*Reduction*) Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu di catat secara rinci, semakin lama seorang peneliti dilapangan maka akan semakin banyak data yang diperoleh kompleks dan rumit. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Analisis data, peneliti merangkum dan memilah- milih data dan mengumpulkan hal-hal yang pokok dari data hasil penelitian, dicari yang penting juga polanya dan membuang yang tidak penting sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas bagi peniliti. Sehingga dengan memilah-milih data tersebut akan memudahkan peneliti dalam memperoleh hasil yang maksimal. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.³⁰

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017). 244

³⁰ Ibid 247

Berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa reduksi data yaitu merangkum data-data yang terkumpul dari lapangan kemudian memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan fokus penelitian. Pada penelitian ini maka penulis ingin terlebih dahulu mengetahui strategi komunikasi UKM Permata Sholawat dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung.

b. Penyajian Data (*Display*)

Penyajian data Menurut Miles and Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.³¹ dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa diuraikan dalam uraian singkat, bagan hubungan antara kategori, flowchart dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja yang selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.³²

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dalam penarikan data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Setelah data ditampilkan, maka peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih sifatnya sementara. Dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mrngumpulkan

³¹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Bandung: Alfabeta, 2010).341

³² Ibid 247

data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³³

I. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan ini mencakup:

Pertama, BAB I PENDAHULUAN yang berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, focus dan sub focus penelitian terdahulu yang relevan, metode dan sistematika penelitian.

Kedua, BAB II LANDASAN TEORI yang memuat teori-teori dan hasil-hasil penelitian yang berasal dari studi kepustakaan yang memiliki fungsi sebagai kerangka teori untuk menyelesaikan suatu kegiatan penelitian yang berkaitan dengan tema skripsi.

Ketiga, BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN secara garis besar objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian dalam penyajian data dan fakta penelitian.

Keempat, BAB IV ANALISIS PENELITIAN berisi tentang analisis penulis terhadap fakta-fakta dan data-data yang ditemukan dalam penelitian.

Kelima, BAB V PENUTUP menurut simpulan dan rekomendasi. Simpulan berisi pernyataan singkat peneliti tentang hasil penelitian berdasarkan pada analisis data dan temuan penelitian. Sedangkan rekomendasi merupakan saran-saran praktis dan teoritis.

³³ Ibid 249



BAB II STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN PERILAKU KEAGAMAAN

A. STRATEGI KOMUNIKASI

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Rogers ialah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.³⁴

Menurut Effendy strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.³⁵

Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, media, komunikan dan efek sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi.

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

³⁴ Irene silviani, prabudi darus, strategi komunikasi pemasaran menggunakan teknik IMC (Surabaya: scopindo media pustaka, 2021). 22

³⁵ Budiman Purba, Rahmat Hidayat. Sosialisasi strategi komunikasi bisnis dalam meningkatkan prekonomian di kecamatan simanindo kabupaten samosir. jurnal pengabdian masyarakat vol 1 no 2, 2022
<https://melatijournal.com/index.php/jms/article/view/75>

Komunikator (*communicator*), Pesan (*message*), Media (*channel*), Komunikan (*communicant*) dan efek (*effect*).³⁶

- 1) Komunikator (*communicator*) yaitu pemberi berita atau informasi, yang dalam hal ini adalah orang yang berbicara, pengirim informasi atau orang yang menginformasikan.
- 2) Pesan (*message*) yaitu informasi yang disampaikan dapat dalam bentuk perintah, laporan atau saran.
- 3) Media (*channel*) yaitu saluran yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan, dapat dalam bentuk lisan (*Verbal*), gerak tubuh (*body language*) atau Non verbal (tertulis atau catatan).
- 4) Komunikan (*communicant*) yaitu orang yang dituju, pihak penjawab atau kata lain orang yang menerima pesan.
- 5) Efek (*effect*) yaitu umpan balik dari penyampaian pesan yang telah dilakukan dalam bentuk jawaban atau reaksi.

Kelima unsur komunikasi tersebut (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek) merupakan kesatuan yang utuh dan bulat, dalam arti apabila satu unsur tidak ada maka komunikasi tidak akan terjadi. Dengan demikian masing-masing unsur saling berhubungan dan saling ketergantungan. Jadi dengan demikian keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh semua tersebut.

3. Tujuan Strategi Komunikasi

Ada empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut³⁷:

- a. *To Secure Understanding* yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. *To Establish Acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.

³⁶ Onong Uchjana Enffendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung, Remaja Rosda karya Offset, 2009), 10.

³⁷ *Ibid*, 32.

- c. *To Motivate Action* yaitu penggiat untuk memotivasinya.
- d. *To Goals Which Communicator Sought To Achieve* yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Selanjutnya, *To Secure Understanding* adalah telah tercapainya maksud dan tujuan dalam suatu komunikasi antara individu atau kelompok tertentu antara penyedia produk kepada konsumen. *To Establish Acceptance* yaitu suatu proses interaksi dari komunikasi yang berkelanjutan dan berkesinambungan. *To Motivate Action* yaitu suatu komunikasi yang bertujuan untuk memberikan motivasi. *To Goals Which Communicator Sought To Achieve* adalah tercapainya informasi, maksud dan tujuan dari komunikasi tersebut.

4. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi juga memiliki fungsi ganda sebagaimana dijelaskan oleh Effendy yaitu³⁸:

- a. Menyampaikan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “*Culture gap*” yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan operasional media yang begitu ampuh yang jika dibiarkan merusak nilai-nilai yang dibangun.

Adapun faktor-faktor penting tersebut sebagai berikut:

1) Mengenal khalayak

Langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif adalah dengan mengenal khalayaknya. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan

³⁸ Onong Uchjana Effendy, Ibid, 32.

tetapi juga saling mempengaruhi. Dalam hal ini Schoenfeld mengemukakan klasifikasi khalayak sebagai berikut:

- a) *Innovator* atau menemui ide, yaitu orang-orang yang kaya akan ide baru dan karenanya mudah atau tukar menerima ide baru orang lain.
- b) *Early Adopters* atau orang-orang yang cepat bersedia untuk mencoba apa yang dianjurkan kepadanya.
- c) *Early Majority* atau kelompok orang-orang yang mudah menerima ide-ide baru asal saja sudah diterima oleh orang banyak.
- d) *Majority* kelompok dalam jumlah terbanyak yang menerima atau menolak ide baru, terbatas pada suatu daerah.
- e) *Non Adopters* atau orang-orang yang tidak suka menerima ide baru dan mengatakan perubahan-perubahan atas pendapatnya yang semula.³⁹

Maka dalam merumuskan strategi komunikasi selain di perlukan perumusan yang jelas juga harus memperhatikan kondisi dan situasi khalayak (komunikan)

2) Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi, syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Dalam hal ini, Wilbur Schram mengajukan

Syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut, sebagai berikut:

- a) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju

³⁹ Ibid, 66.

- b) Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga kedua pengertian itu bertemu.
- c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d) Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.⁴⁰

3) Menetapkan Metode

Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut bahwa yang pertama semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari pada isi pesannya.

Oleh karena itu, yang pertama menurut cara pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy* (*repetition*) dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode informative, persuasive, dan kursif.⁴¹

- a) Metode *redundancy*, adalah cara memengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan pada khalayak. Melalui metode ini, khalayak akan lebih memperhatikan pesan tersebut, khalayak tidak akan melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang ulang itu.
- b) Metode *canalizing* adalah memengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan,

⁴⁰ Ibid, 68.

⁴¹ Ibid, 69.

kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya kearah yang kita hendaki.

- c) Metode informatif adalah suatu bentuk isi pesan yang bertujuan memengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.

Metode informative ini lebih ditunjukkan pada pengguna akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

- d) Metode persuasive, yaitu memengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran dan perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (suggestivitas), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestibilitas).

- e) Metode educative, sebagai salah satu usaha memengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman.

Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat di pertanggung jawabkan dari segi kebenarannya, dengan disengaja, teratur dan berencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

- f) Metode kursif, memengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir

untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan.

Metode ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, intimidasi-intimidasi.

Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya dibelakangnya berdiri kekuatan tangguh formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

Menurut Middelton strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.⁴² Strategi komunikasi dimaksud adalah pendekatan yang terencana dilakukan oleh individu atau kelompok dalam menyampaikan suatu gagasan secara terencana.

Agar komunikator dapat berjalan secara efektif, komunikator perlu memahami sifat-sifat komunikasi dari pesan guna dapat menentukan jenis media yang akan diambil dan teknik komunikasi yang akan ditetapkan. Karena berhasil tidaknya suatu kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

5. Tahapan-Tahapan Strategi Komunikasi

Strategi tidak cukup hanya perumusan konsep dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan menurut Fred R. David, dalam strategi juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan berhasil atau tidak. Dalam teori manajemen strategi milik David mengemukakan tiga tahapan strategi di antaranya:

⁴² Hafied Cangara, Ibid, 61.

a) Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan tahapan pertama dalam strategi. Dalam tahap ini para pencipta, perumus, penkonsep harus berfikir matang mengenai rancangan, upaya dalam pembinaan agama kepada anggota UKM Permata Sholawat, menetapkan aturan, mengawasi atau memantau segala hal tindakan yang akan di lakukan oleh semua anggota, serta menentukan sasaran yang tepat.

Menghasilkan strategi cadangan dan memilih strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi berusaha menemukan masalah- masalah di dalam organisasi. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.⁴³

Dalam tahap ini penulis memahami sebagai tahap pertama untuk memformulasikan sebuah perencanaan yang di mulai dengan melihat peluang serta bahaya yang berasal dari pengaruh luar, serta memaksimalkan tugas dan tanggung jawab masing-masing anggota untuk visi dan misi bersama. Kemudian dihasilkan strategi-strategi untuk kemajuan organisasi.

b) Implementasi Strategi

Implementasi strategi, tahapan dimana setelah strategi dirumuskan yaitu pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Pelaksanaan tersebut berupa penerapan atau aksi dari strategi.⁴⁴ Strategi yang di maksudkan adalah strategi yang telah direncanakan pada tahap pertama yaitu perumusan strategi.

Pada tahap ini penulis memahami merupakan tahap aksi yang membutuhkan komitmen serta kerjasama dari seluruh komponen organisasi UKM Permata Sholawat. Jika komitmen dan kerjasama tidak terjalin dengan baik maka kecil kemungkinan strategi terwujud. Sebab ujung

⁴³ Fred R. David, *Manajemen Strategi dan Konsep*. (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 3.

⁴⁴ Ibid, 3.

tombak dari strategi adalah kepemimpinan organisasi dan budaya organisasi yang saling mendukung.

c) Evaluasi Strategi

Tahap yang terakhir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk penetapan tujuan berikutnya.⁴⁵ Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidak, sesuai atau tidaknya strategi yang telah diterapkan.

Maksudnya dalam tahap evaluasi dari strategi yang telah diaksikan ini adalah tahap yang sangat diperlukan, sebab di tahap ini bisa terlihat bagaimana strategi yang dijalankan telah benar atau masih butuh perbaikan. Misalnya, dari strategi yang direncanakan awal belum tentu pada saat penerapannya situasi serta kondisinya berjalan beriringan. Pasti akan ada suatu halangan yang menghambat meskipun tidak banyak.

Selain itu Fred R. David juga mengemukakan tiga macam dasar dalam mengevaluasi strategi, di antaranya adalah:

- a. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Perbedaan yang ada akan menjadi penghalang dalam meraih tujuan yang diharapkan, begitu juga dengan faktor internal seperti aksi dari strategi yang tidak efektif dapat menghasilkan nilai akhir yang tidak sesuai dengan yang ingin diraih.⁴⁶

Kemudian penulis memahami melakukan tinjauan terhadap faktor luar dan dalam yang menjadi landasan strategi penting dilakukan dalam salah satu tahap mengevaluasikan strategi. Tinjauan dilakukan misalnya dengan melihat apa saja yang mempengaruhi berjalannya strategi seperti faktor internal.

⁴⁵ Ibid, 3.

⁴⁶ Ibid, 3.

Faktor internal dapat dilihat dari bagaimana gaya kepemimpinan perusahaan, dapat membuat pekerjaanya nyaman atau tidak yang pada akhirnya akan berpengaruh juga terhadap keberhasilan strategi. Selain itu contoh dari faktor eksternal sesuai dengan pemahaman penulis dapat diarahkan kepada para pesaing.

- b. Mengukur prestasi atau membandingkan hasil yang akan diharapkan dengan kenyataan.

Dalam proses ini dilakukan dengan mencari tau tentang ketidaksesuaian dari rencana, melihat kembali prestasi diri dan memahami kemajuan yang dibuat kearah pencapaian tujuan yang dinyatakan.⁴⁷ Maksudnya adalah untuk lebih sadar terhadap apa yang direncanakan dengan kenyataannya, apakah rencana akan mampu untuk dicapai atau hanya sekedar harapan. Mengukur prestasi diri apakah dirasaakan mampu mencapainya atau tidak.

- c. Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana.

Dalam proses ini tidak diperuntukkan mengubah strategi yang sudah di rencanakan atau tidak lagi menggunakan strategi yang ada. Tindakan korektif ini dianjurkan kanapa bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan.⁴⁸

Sikap ini merupakan sikap pembetulan terhadap keganjalan- keganjalan yang terjadi. Sikap ini tidak perlu direalisasikan apabila strategi telah berjalan baik, melainkan sikap ini harus diambil ketika keganjalan itu terlihat .Tindakan korektif itu merupakan sikap peninjauan, pembetulan, pengecekan.

Jadi dari penjabaran di atas penulis memahami bahwa dasar-dasar dalam mengevaluasi strategi itu

⁴⁷ Ibid, 3.

⁴⁸ Ibid, 3.

terbagi menjadi tiga, di antaranya penimbangan ulang terhadap faktor luar dan dalam yang menjadi dasar strategi, kemudian membandingkan hasil yang akan didapat ketika strategi terwujud dengan kenyataannya, dan yang terakhir melakukan pengoreksian untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.

6. Komunikasi Interpersonal

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi interpersonal (antarpribadi) sebagai “proses pengiriman pesan-pesan antara dua orang atau lebih diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan umpan balik seketika”.⁴⁹ Menurut Onong Uchjana Effendy umpan balik dalam komunikasi interpersonal dapat langsung diketahui karena komunikasi dilakukan dengan tatap muka (*face to face communication*) dan tanggapan komunikan segera diketahui.⁵⁰

Pengertian ini sesuai dengan pendapat Hafied Changara yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.⁵¹

John Steward dan Gray D'Angelo memandang komunikasi antarpribadi berpusat pada kualitas komunikasi yang terjalin dari masing-masing pribadi. Partisipan berhubungan satu sama lain sebagai seorang pribadi yang memiliki keunikan, mampu memilih, berperasaan, bermanfaat, dan merefesikan dirinya sendiri daripada sebagai objek atau benda.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud komunikasi interpersonal (antarpribadi) adalah suatu proses komunikasi yang biasanya terjadi antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara tatap muka dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami

⁴⁹ Edi Harahap, syarwani ahmad, *Komunikasi Antrarpribadi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 4.

⁵⁰ Ibid, 5.

⁵¹ Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung:CV. Remaja Rosdakarya, 2016), 60.

untuk mempersuasi orang lain agar dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan.

a. Proses Komunikasi Interpersonal

Komunikasi sebagai proses pengoperan atau penyampaian pesan secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk proses yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Mengenai kedua proses komunikasi ini telah dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut:

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang disini berupa bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.⁵²

Berkaitan dengan dua bentuk komunikasi diatas, maka komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk proses komunikasi primer, karena komunikasi interpersonal berlangsung secara face to face (tatap muka) dalam suatu percakapan dengan menggunakan bahasa lisan.

Secara sederhana proses komunikasi digambarkan sebagai proses yang menghubungkan pengirim dan penerima pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah sebagai berikut:

- 1) Keinginan berkomunikasi
- 2) Encoding oleh komunikator
- 3) Pengirim pesan
- 4) Penerima pesan
- 5) Decoding oleh komunikan
- 6) Umpan balik.⁵³

⁵² Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung:CV Remaja Rosdakarya, 2004), 60.

⁵³ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 11.

b. Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal

Secara teoritis komunikasi interpersonal di klasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yaitu:

1) Komunikasi Diadik (*dyadic communication*)

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara.⁵⁴

Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

2) Komunikasi Kelompok Kecil (*small Group communication*)

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.⁵⁵

Komunikasi kelompok kecil oleh banyak kalangan dinilai sebagai tipe komunikasi antarpribadi karena: pertama, anggota-anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka, kedua, pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi situasi, ketiga sumber dan penerima sulit diidentifikasi.

Dalam situasi seperti ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Oleh karena itu, pengaruhnya bisa bermacam-macam, misalnya si A bisa terpengaruh dari si B, dan si C bisa

⁵⁴ Ibid, 9.

⁵⁵ Hafied Cangara, *Op. Cit*, 36.

memengaruhi si B. Proses komunikasi seperti ini biasanya banyak ditemukan dalam kelompok studi dan kelompok diskusi.

c. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Beberapa ciri khas yang dimiliki komunikasi antarpribadi yang menjadi pembeda dengan komunikasi massa adalah:

- 1) Arus pesan cenderung dua arah
- 2) Konteks komunikasi adalah tatap muka
- 3) Tingkat umpan balik yang tinggi atau cepat mengerti
- 4) Kecepatan untuk menjangkau sasaran yang lebih besar sangat lambat
- 5) Efek yang terjadi antara lain adalah perubahan sikap.⁵⁶

Melihat cir-ciri diatas maka sangatlah jelas dengan komunikasi yang cenderung dua arah dan berlangsung secara tatap muka, maka komunikator dapat melihat langsung umpan balik yang diberikan komunikan. Hal ini juga memungkinkan terjadinya perubahan sikap secara cepat.

d. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Terdapat berbagai tujuan dalam komunikasi interpersonal. Menurut Arni Muhammad tujuan komunikasi interpersonal tidak perlu disadari pada saat terjadinya pertemuan dan juga tidak perlu dinyatakan, tujuan ini boleh disadari dan boleh disengaja atau tidak disengaja. Diantara tujuan-tujuan itu sebagai berikut:⁵⁷

- 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain.

Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antarpribadi, Komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang

⁵⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: Citra Aditya bakti, 1997), 13.

⁵⁷ Suranto Aw, *Ibid*, 46.

lain, kita akan mendapat perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Melalui komunikasi antarpribadi kita juga belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain.

2) Mengetahui dunia luar.

Komunikasi antarpribadi juga memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek, kejadiankejadian dan orang lain. Banyak informasi yang kita miliki sekarang berasal dari interaksi antar pribadi.

3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna.

Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

4) Mengubah sikap dan perilaku.

Dalam komunikasi antarpribadi sering kita berupaya menggunakan sikap dan perilaku orang lain. Kita ingin seseorang memilih suatu cara tertentu. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu kita lebih sering membujuk melalui komunikasi interpersonal dari pada komunikasi secara media massa

5) Bermain dan mencari hiburan.

Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan seperti bercerita dengan teman dan berakhir pekan yang bertujuan untuk memperoleh hiburan, sering kali tujuan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan, karena bisa memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dan sebagainya.

6) Membantu orang lain

Ahli-Ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam

kegiatan profesional mereka mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Apakah profesional atau tidak profesional keberhasilan memberikan bantuan tergantung kepada pengetahuan dan keterampilan komunikasi interpersonal.

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mencapai kedekatan dan kenyamanan dalam berkomunikasi sehingga dapat diterima oleh orang-orang lingkungan kita sehari-hari dan untuk keberhasilan pencapaian tujuan yang sudah ditargetkan.

e. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Menurut Alo Liliweri fungsi utama komunikasi antarpribadi terdiri atas fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan.

1) Fungsi sosial

Komunikasi antarpribadi secara otomatis memiliki fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain, dalam keadaan demikian maka fungsi sosial komunikasi antarpribadi mengandung aspek-aspek:

- a) Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis. Para psikologis memandang bahwa setiap orang secara alamiah merupakan makhluk sosial. Melalui komunikasi antarpribadi manusia berusaha mencari dan melengkapi kebutuhan hidupnya.
- b) Manusia berkomunikasi memenuhi kewajiban sosial
- c) Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
- d) Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri. Melalui komunikasi

antarpribadi setiap orang mendapatkan penilaian dari orang lain.⁵⁸

2) Fungsi Pengambil Keputusan

Banyak dari keputusan yang sering diambil manusia dilakukan dengan berkomunikasi, karena mendengarkan pendapat, saran, pengalaman, pikiran, maupun perasaan orang.

Pengambil keputusan meliputi penggunaan informasi dan pengaruh kuat dari orang lain. Ada dua aspek fungsi pengambil keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi yaitu:⁵⁹

- a) Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi

Informasi merupakan kunci dalam pengambilan keputusan efektif, banyak kegiatan komunikasi antarpribadi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi.

- b) Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain

Karena informasi sangat menentukan sukses tidaknya pengambilan keputusan, maka komunikasi awalnya bertujuan untuk mendapatkan kerjasama dan persetujuan dengan orang lain.

f. **Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal**

Proses komunikasi interpersonal terjadi karena adanya pertukaran informasi dengan menggunakan lambang verbal maupun non verbal. Menurut Suranto Aw dalam proses komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen komunikasi yang secara integratif saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri.⁶⁰ komponen tersebut yaitu sebagai berikut:

⁵⁸ H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 112.

⁵⁹ Alo Liliweri, *Ibid*, 27-29.

⁶⁰ Suranto Aw, *Ibid*, 4.

1) Sumber/komunikator

Sumber/komunikator adalah orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Dalam komunikasi interpersonal komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.

2) Encoding

Encoding merupakan suatu aktivitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non-verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.

3) Pesan

Pesan merupakan hasil dari encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non-verbal untuk disampaikan ke komunikan.

4) Saluran

Saluran merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang lain secara umum, penggunaan saluran atau media dilakukan semata-mata karena situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka. Prinsipnya sepanjang masih dimungkinkan untuk dilaksanakan komunikasi secara tatap muka, maka komunikasi interpersonal tatap muka akan lebih efektif.

5) Komunikan

Komunikan adalah seseorang yang menerima, memahami dan menginterpretasikan pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan juga menginterpretasikan dan memberi umpan balik.

6) Decoding

Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah” berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah

kedalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.

7) Respon

Respon yaitu apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif.

8) Gangguan (noise)

Noise dapat terjadi didalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi merupakan apasaja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerima pesan, termasuk yang bersifat fisik dan phisikis.

9) Konteks komunikasi

Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi ruang yaitu ruang, waktu dan nilai konteks ruang menunjukan pada lingkungan kongkrit dan nyata tempat kejadian komunikasi.

Seperti ruangan, halaman dan jalanan. Konteks waktu menunjukan pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya pagi, siang, sore, malam. Konteks nilai meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi, seperti adat istiadat, situasi rumah, norma sosial etika, tata krama dan sebagainya.⁶¹

g. Bentuk-bentuk Komunikasi Interpersonal

Proses pengolahan informasi yang terjadi dalam komunikasi interpersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

1) Sensasi

Sensasi merupakan tahap paling awal dalam penerimaan informasi. Sensasi berasal dar kata “sense”, artinya alat penginderaan, yang

⁶¹ Ibid, 7- 9.

menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Bila alat-alat indra mengubah informasi menjadi implus-impuls saraf dengan bahasa yang dipahami oleh otak maka terjadilah proses sensasi.

Sedangkan menurut Wolman sensasi adalah pengalaman elementer yang segera yang tidak menimbulkan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra. Ketajaman sensasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor situasional saja tetapi juga ditentukan oleh faktor-faktor personal. Perbedaan sensasi dapat disebabkan oleh perbedaan pengalaman atau lingkungan budaya.

2) Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan pemberian makna pada stimulus indrawi (sensory stimulus).

Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas bahwa sensasi adalah bagian dari persepsi. Sedangkan menurut DeVito persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

3) Memori

Memori adalah sistem yang sangat berstruktur yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya.

Secara singkat memori melalui tiga proses yaitu: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman (encoding) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indra. Penyimpanan (storage) menentukan berapa lama informasi itu berada beserta

kita. Pemanggilan (retrival) menggunakan informasi yang disimpan.

4) Berpikir

Proses memengaruhi penafsiran kita terhadap stimulus adalah berpikir. Dalam berpikir kita melihat semua proses yang kita sebut sebagai sensasi, persepsi dan memori. Berpikir melibatkan penggunaan lambang, visual atau grafis. Berpikir kita lakukan untuk memahami realitas dalam rangka pengambilan keputusan (*decisionmaking*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan yang baru (*creativity*). Memahami realita berarti menarik kesimpulan, meneliti berbagai kemungkinan berbagai penjelasan dari realita eksternal dan internal.⁶²

B. Perilaku Keagamaan

1. Pengertian Perilaku Keagamaan

Perilaku merupakan seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Perilaku manusia pada dasarnya terdiri dari komponen pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan keterampilan (psikomotor), atau tindakan. Dalam konteks ini maka setiap perbuatan seseorang dalam merespon sesuatu pastilah terkonseptualisasikan dari setiap ranah ini. Perbuatan seseorang atau respon seseorang terhadap rangsang yang datang didasari oleh seberapa jauh pengetahuannya terhadap rangsang tersebut, dan berapa besar keterampilan dalam melaksanakan atau melakukan perbuatan yang diharapkan.⁶³

Menurut Alport perilaku merupakan hasil belajar yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi yang terus menerus dengan lingkungan.⁶⁴ Seringnya dalam lingkup lingkungan,

⁶² Syaiful Rohim, *Ibid*, 68-79.

⁶³ Tamyiz Burhannudin, *Akhlaq Pesantren solusi bagi Kerusakan Akhlak*, (Yogyakarta: Ittiqa Press, 2001), 57.

⁶⁴ Purwadaminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Terbaru*, (Surabaya: Amalia Surabaya, 2003), 302.

akan menjadi seseorang untuk dapat menentukan sikap karena disadari atau tidak, perilaku tersebut tercipta karena pengalaman yang di alaminya . Sikap juga merupakan penafsiran dan tingkah laku yang mungkin menjadi indikator yang sempurna atau bahkan tidak memadai.

Dengan demikian perilaku merupakan suatu perbuatan, tindakan serta reaksi seseorang terhadap sesuatu yang dilakukan, di dengar dan dilihat perilaku ini lahir berdasarkan perubahan maupun perkataan.

Sedangkan kata keagamaan berasal dari kata dasar agama yang berarti sistem, prinsip kepercayaan kepada Tuhan dengan ajaran kebajikan dan kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu. Kata keagamaan itu sudah mendapat awalan “ke” dan akhiran “an” yang mempunyai arti sesuatu (segala tindakan) yang berhubungan dengan agama.⁶⁵

Sedangkan Mursal dan H.M. Taher berpendapat perilaku keagamaan adalah tingkah laku yang didasarkan atas kesadaran tentang adanya Tuhan yang Maha Esa, semisal aktifitas keagamaan seperti shalat, zakat, puasa dan sebagainya. Perilaku keagamaan bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual saja, tetapi juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural, bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktifitas yang tidak tampak yang terjadi dalam seseorang.⁶⁶

Zakiah Daradjat mengatakan bahwa perilaku keagamaan merupakan perolehan bukan pembawaan. Terbentuknya melalui pengalaman langsung yang terjadi dalam hubungannya dengan unsur-unsur lingkungan material dan sosial. Walaupun sikap terbentuknya melalui lingkungan, namun faktor individu ikut juga menentukan.⁶⁷

⁶⁵ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1991), 569.

⁶⁶ Mursal dan H.M.Taher, *kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan* (Bandung: Alma'arif, 1993), 121.

⁶⁷ Rohmalina Wahab, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), 161.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, perilaku keagamaan adalah bentuk atau ekspresi jiwa dalam berbuat, berbicara sesuai dengan ajaran agama. Definisi tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya perilaku keagamaan adalah suatu perbuatan seseorang baik dalam tingkah laku maupun dalam berbicara yang didasarkan pada petunjuk agama.

2. Macam-macam Perilaku Keagamaan

Dalam kehidupan sehari-hari manusia senantiasa melakukan aktifitas-aktifitas kehidupannya atau dalam arti melakukan tindakan baik itu erat hubungannya dengan dirinya sendiri ataupun berkaitan dengan orang lain yang biasa dikenal dengan proses komunikasi baik itu berupa komunikasi verbal atau perilaku nyata, akan tetapi di dalam melakukan perilakunya mereka senantiasa berbeda-beda antara satu dengan lainnya hal ini disebabkan karena motivasi yang melatarbelakangi berbeda-beda.

Pandangan Islam mengenai pembentukan perilaku keagamaan memiliki fungsi, kedudukan, dan peranan yang sangat penting. Allah menciptakan manusia di muka bumi ini adalah untuk beribadah dalam arti luas yaitu ibadah yang mencakup seluruh aspek baik yang bersifat jasmani, rohani, akhlak, amal saleh, dan lain sebagainya.⁶⁸

Adapun macam-macam pembentukan perilaku keagamaan menurut Abuddin nata dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

a. Pembinaan Ibadah

Secara harafiah ibadah berarti bakti manusia kepada Allah Swt. Karena didorong dan dibangkitkan oleh akidah atau tauhid.⁶⁹ Menurut Majelis Tarjih Muhammadiyah, ibadah adalah “upaya mendekatkan diri kepada Allah dengan menaati segala perintah-Nya, menjauhi

⁶⁸ TB, Aat Syafaat, *Peranan Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 156.

⁶⁹ Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), cet.6, 82.

laranganNya, dan mengamalkan segala yang diizinkan-Nya.

Ibadah dibedakan menjadi dua bagian yaitu ibadah umum dan ibadah khusus. Ibadah umum adalah sesuatu yang diizinkan Allah, sedangkan ibadah khusus adalah segala sesuatu yang telah ditetapkan Allah lengkap dengan segala rinciannya, tingkat dan cara-cara tertentu.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Dzariyat ayat 56 yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ۚ (سُورَةُ الذَّارِيَّاتِ : ٥٦)

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.” (Q.S Al-Dzariyat: 51: 56)

b. Pembinaan Aqidah

Aqidah menurut istilah adalah urusan-urusan yang harus dibenarkan oleh hati dan diterima dengan rasa puas serta terhujam kuat dari lubuk jiwa yang tidak dapat digoncangkan oleh keraguan. Aqidah merupakan dasar-dasar pokok kepercayaan atau keyakinan hati seorang muslim yang besumber dari ajaran Islam yang wajib dipegang oleh setiap muslim sebagai sumber keyakinan yang mengikat.

Adapun tentang pembinaan aqidah tertuang dalam Al-Qur'an Surat Al-ikhlas ayat 1-4:

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ۝ اللَّهُ الصَّمَدُ ۝ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ۝

وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ ۝ (سُورَةُ الْإِخْلَاصِ : ٤-١)

“Katakanlah: "Dia-lah Allah, yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tidak pula diperanakkan, Dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia." (Q.S Al- ikhlas:112 : 1-4)

Yusran Asmuni, mengatakan bahwa “akidah (tauhid) tidak sekedar diketahui dan dimiliki seseorang, tetapi lebih dari itu, ia harus dihayati dengan baik dan benar, apabila ia telah dimiliki, dimengerti, dan dihayati dengan baik dan benar kesadaran seseorang akan tugas dan kewajiban sebagai hamba Allah akan muncul sendirinya.⁷⁰

c. Pembinaan Akhlak

Keutamaan akhlak dan perilaku merupakan salah satu buah dari keimanan yang meresap ke dalam kehidupan beragama. Menurut M Ali dkk mengartikan akhlak sebagai kualitas dari tingkah laku, ucapan dan sikap seseorang yang mempunyai nilai tinggi ataupun rendah, yang dilakukan secara lahir maupun batin.⁷¹

Baik buruknya akhlak seseorang menjadi salah satu syarat sempurna atau tidaknya keimanan orang tersebut. Karena, seseorang dikatakan sempurna imannya jikalau akhlaknya sudah baik, antara ucapan dan perbuatannya telah sesuai dengan tuntunan yang diajarkan Agama.

1) Tujuan Pembinaan Akhlak

Tujuan pembinaan akhlak adalah “menciptakan kebahagiaan dunia dan akhirat, kesempurnaan jiwa bagi individu dan menciptakan kebahagiaan, kemajuan, kekuatan serta kebutuhan bagi masyarakat.⁷²

Apabila umat muslim memiliki akhlak yang baik maka dijamin hidupnya akan bahagia dan tentram dunia akhirat. Oleh karena itu pembinaan akhlak perlu dilakukan kepada seseorang agar memiliki sifat dan perilaku yang santun sehingga

⁷⁰ Yusran Asmuni, *Ilmu Tauhid*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2000), cet,4, 5.

⁷¹ M Ali Hasan dkk, *Aqidah Akhlak*, (Semarang: Toha Putra, 1996), 18.

⁷² Omar Muhammad Al Toumy, Hasan Langgulung (penerjemah) *Falsafah Pendidikan Islam*, (Jakarta:PT Bulan Bintang, 1979), 428.

memberikan dampak positif dalam kehidupan beragama dan kehidupan dalam masyarakat.

2) Bentuk Pembinaan Akhlak

Usaha-usaha pembinaan akhlak melalui berbagai macam metode dan berbagai macam lembaga pendidikan terus dikembangkan. Muhammad Athiyah al-Abrasyi mengatakan bahwa pendidikan budi pekerti dan akhlak adalah jiwa dan tujuan Islam.⁷³

Ada juga yang berpendapat bahwa akhlak adalah hasil dari pendidikan. Latihan, pembinaan, perjuangan keras dan sungguh sungguh.⁷⁴

Dari beberapa pendapat diatas bahwa akhlak memang perlu dibentuk dan dibina, dan pembinaan ternyata membawa hasil berupa terbentuknya pribadi-pribadi muslim yang berakhlak mulia, taat kepada Allah dan Rasul, sayang kepada sesama mahluk Tuhan dan sebagainya, Jadi akhlak sesungguhnya dapat di bentuk dengan usaha-usaha melalui sarana pendidikan dan pembinaan yang terprogram dengan baik dan dilaksanakan dengan konsisten.

3) Materi Pembinaan Akhlak

Menurut Quraish Shihab, materi pembinaan akhlak sama dengan materi ajaran Islam khususnya yang berkaitan dengan pola hubungan, yaitu “hubungan dengan Allah, sesama manusia, dan alam sekitar lingkungan (hewan, tumbuhan, dan benda-benda senyawa lainnya)”⁷⁵.

⁷³ Muhammad Athiyah al-Abrasyi, *Dasar-dasar Pokok Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 194), 15.

⁷⁴ Imam al-Qhazali, *Ihya' Ulum al-din*, (Beirut: Dar al-fikr), 90.

⁷⁵ Quraiish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, (Bandung: Mirzan, 2007), 261.

Berikut penjelasan materi-materi tersebut:

a) Akhlak Terhadap Allah

Akhlak merupakan sikap yang melekat pada diri manusia, sehingga manusia dapat melakukannya tanpa berfikir (spontan). Setiap muslim meyakini bahwa Allah adalah sumber segala sumber dalam kehidupannya. Akhlak terhadap Allah merupakan pondasi atau dasar dalam berakhlak siapapun dimuka bumi ini.

Berkenaan Akhlak kepada Allah dilakukan dengan cara memuji-Nya, yakni menjadikan Tuhan sebagai satu-satunya yang menguasai dirinya. Oleh sebab itu, manusia sebagai hamba Allah mempunyai cara-cara yang tepat untuk mendekatkan diri. Caranya yaitu dengan mentauhidkan Allah, bertaqwa kepada Allah, beribadah kepada Allah, membaca Al-Qur'an dan Tawakal.⁷⁶

b) Akhlak terhadap manusia

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya sendirian, setiap manusia akan saling membutuhkan. Banyak rincian yang dikemukakan Al-Qur'an berkaitan dengan perlakuan terhadap sesama manusia.

Petunjuk mengenai akhlak terhadap sesama manusia bukan hanya dalam bentuk larangan melakukan hal-hal negatif seperti membunuh, menyakitkan badan, atau mengambil harta tanpa alasan yang benar, melainkan juga menyakiti hati dengan jalan menceritakan aib

⁷⁶ Yatimul Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2007), 210.

orang lain di belakangnya, tidak peduli aib itu benar atau salah.⁷⁷

Sesama manusia hendaknya harus saling menghormati dan menghargai satu sama lain jangan sampai terjadi perselisihan antar manusia karena tingkah laku yang menyinggung orang lain. Jika setiap manusia bersama-sama saling untuk menghormati dan menghargai, maka akan terjadi sebuah kehidupan yang harmonis tanpa adanya perselisihan.

c) Akhlak terhadap Lingkungan

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang disekitar manusia, baik binatang, tumbuh-tumbuhan, maupun benda-benda tak bernyawa. Manusia diciptakan oleh Allah SWT sebagai khalifah di muka bumi ini, termasuk lingkungan yang ada di bumi kita. Segala sesuatu fenomena lingkungan yang terjadi berkaitan dengan apa yang dilakukan oleh manusia.

Binatang, tumbuh-tumbuhan dan benda-benda tak bernyawa semuanya diciptakan oleh Allah SWT, menjadi milik-Nya, serta semuanya memiliki ketergantungan kepada-Nya. Keyakinan ini mengantarkan seorang muslim untuk menyadari bahwa semuanya adalah umat Tuhan yang harus diperlukan secara wajar dan baik.

Alam dengan segala isinya telah ditundukan Tuhan kepada Manusia sehingga dengan mudah manusia memanfaatkannya. Jika demikian, manusia tidak mencari kemenangan, tetapi keselarasan dengan alam. Keduanya tunduk kepada Allah, sehingga mereka harus dapat bersahabat.⁷⁸

⁷⁷ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 128.

⁷⁸ *Ibid*, 130.

Dengan usia bumi yang semakin tua ini dan pertumbuhan jumlah manusia yang semakin meningkat tentu akan berdampak pada daya tampung lingkungan. Jadi yang harus kita lakukan sebagai khalifah di muka bumi yaitu dengan bersama-sama menjaga bumi agar dapat diwariskan kepada anak cucu di kemudian hari sehingga bermanfaat dalam kelangsungan hidup manusia.

4) Metode Pembinaan Akhlak

Imam Al-Ghazali mengatakan bahwa kepribadian manusia itu pada dasarnya dapat menerima segala usaha pembentukan melalui pembiasaan. Jika manusia membiasakan berbuat jahat, maka ia akan menjadi orang jahat. Untuk itu Al-Ghazali menganjurkan agar akhlak diajarkan, yaitu dengan cara melatih jiwa kepada pekerjaan atau tingkah laku yang mulia jika seseorang menghendaki agar ia menjadi pemurah, maka ia harus dibiasakan dirinya melakukan pekerjaan yang bersifat pemurah, hingga murah hati dan murah tangan itu menjadi bi'atnya yang mendarah daging.⁷⁹

Banyak sekali metode-metode dalam usaha pembinaan akhlak. Menurut seorang tokoh pemikiran Islam, Al-ghozali berpendapat pembinaan akhlak dapat dilakukan melalui beberapa metode, yaitu : keteladanan, pembiasaan, dan nasihat dalam rangka pembentukan akhlak Islam pada peserta didik.⁸⁰

Metode pembinaan akhlak menurut Islam dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain:

a) Metode Keteladanan (Uswah)

Teladan merupakan sesuatu yang pantas untuk diikuti, karena mengandung nilai-nilai

⁷⁹ Abuddin Nata, *Akhlaq Tasawuf dan Karakter Mulia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 141.

⁸⁰ Zainuddin, dkk, *Seluk Beluk Pendidikan dari Al-Ghazali*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), 106.

kemanusiaan. Orang tua dan guru yang biasa memberikan keteladanan mengenai perilaku baik, maka biasanya akan ditiru oleh anak muridnya dalam mengembangkan pola perilaku mereka.⁸¹

b) Metode Pembiasaan (Ta'wid)

Pembiasaan merupakan sebuah proses pembentukan kepribadian secara berulang-ulang dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini berjalan sampai pada akhirnya tercipta sebuah kebiasaan.⁸²

c) Metode Mau'izah (Nasehat)

Melalui metode nasihat, seorang guru dapat mengarahkan peserta didiknya, nasihat disini dapat berupa sebuah tausiyah atau dalam bentuk teguran. Aplikasi metode nasehat diantaranya adalah nasehat dengan argumen logika, nasehat tentang amal ma'ruf nahi munkar, amal ibadah, dan lain-lain.

d) Metode Qishshah (cerita)

Metode ini efektif digunakan dalam pembinaan akhlak. Dimana seorang guru dapat menceritakan kisah-kisah terdahulu. Dalam pendidikan Islam, cerita yang diangkat bersumber dari AlQur'an dan Hadist, dan juga berkaitan dengan aplikasi berperilaku orang muslim dalam kehidupan sehari-hari.

Metode kisah mempunyai beberapa keistimewaan yang membuatnya mempunyai dampak psikologis dan edukatif yang sempurna selain perasaan dan vitalitas serta aktivitas di dalam jiwa, yang kemudian memotivasi manusia untuk berperilakunya dan memperbarui tekadnya dengan mengambil pelajaran dari kisah tersebut.⁸³

⁸¹ Abdul Mustaqim, *Akhlaq Tasawuf: jalan menuju revolusi spiritual*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007), 9.

⁸² *Ibidh*, 11.

⁸³ Abdurrahman an-Nahlawi, *Prinsip-prinsip dan Metoda Pendidikan Agama Islam: dalam keluarga, disekolah dan dimasyarakat*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), 332.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Aat Syafaat, TB. *Peranan Pendidikan Agama Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2008.
- Abdullah, Yatimul. *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, Jakarta: Amzah. 2007.
- Al-Abrasyi, Muhammad Athiyah. *Dasar-dasar Pokok Pendidikan Islam*, Jakarta: Bulan Bintang. 1996.
- Alim, Muhammad. *Pendidikan Agama Islam*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2011.
- Ariyanto, Edward. *Pengantar Ilmu Komunikasi Sejarah, Hakikat, dan Proses* Yogyakarta: DIVA Press, 2020.
- Asmuni, Yusran. *Ilmu Tauhid*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2000.
- Aw Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Bungi, M. Burhan. *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.
- Burhannudin, Tamyiz. *Akhlak Pesantren solusi bagi Kerusakan Akhlak*, Yogyakarta: Ittiqa Press, 2001.
- Changara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,, 2016.
- David, Fred R. *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya Offset, 2009.
- Harahap Edi, syarwani ahmad, *Komunikasi Antrarpribadi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Hasan, Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002.
- Hasan, M Ali dkk. *Aqidah Akhlak*, Semarang: Toha Putra, 1996.
- Hasibuan Mahayu Sutan Parlagutan, *Organisasi dan Motivasi* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.

- H.M.Taher, Mursal. *kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan* Bandung: Al-ma'arif, 1993.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Citra Aditya bakti, 1997.
- Mardalis, Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009.
- Mulyana, Dedy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2011.
- Mustaqim, Abdul. Akhlaq Tasawuf: jalan menuju revolusi spiritual, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007.
- Mustofa A, *Akhlaq Tasawuf*, Bandung: CV Pustaka Setia, 1997.
- An-Nahlawi, Abdurrahman. Prinsip-prinsip dan Metoda Pendidikan Agama Islam: dalam keluarga, disekolah dan dimasyarakat, Bandung: CV. Diponegoro, 1992.
- Narbuko Cholidin, Abu Achmadi. Metodologi Penelitian, Jakarta, Bumi Aksara, 2015.
- Nata, Abuddin. Metodologi Studi Islam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Nata Abuddin, Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- Poerwadarminta W.J.S, Kamus Umum Bahasa Indonesia Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1991.
- Purwadaminta, Kamus Besar Bahasa Indonesia Terbaru, Surabaya: Amalia Surabaya, 2003.
- Al-Qhazali, Imam. *Ihya' Ulum al-din*, Beirut: Dar al-fikr
- Rahmat, Jalaludin. Metodologi Penelitian Komunikasi, Bandung, Remaja Rosda Karya, 2000.
- Ramayulis, *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia, 2013.
- Sedarmayanti, Syarifudin hidayat. Metodologi Penelitian Bandung, Mandar Maju, 2002.
- Shihab, Quraish. *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mirzan, 2007

- Silviani, Irene. *prabudi darus, strategi komunikasi pemasaran menggunakan teknik IMC Surabaya: scopindo media pustaka*, 2021.
- Subyantoro Arief, FX.Suwarto. *Metode & Teknik Penelitian Sosial*. Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2007.
- Sugiono, *Metodelogi Penelitian*, Bandung: Alfabet, 2017.
- Sujana, Nana. *Karya Ilmiah, Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi*, Sinar Baru, 2000.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Perkembangan* Jakarta: Bhineka Cipta, 2008
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penellitian*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Uchjana Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung:CV Remaja Rosdakarya, 2004.
- Wahab, Rohmalina. *Psikologi Agama*, Jakarta: Raja Grafindo, 2015.
- Widjaja, H.A.W. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- Winardi, J. *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2009.
- Wursanto Ig, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*, Yogyakarta : Andi Offset, 2005.
- Zainuddin, dkk, *Seluk Beluk Pendidikan dari Al-Ghazali*, Jakarta: Bumi Aksara, 1991.
- Zulganef, *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013.

Sumber skripsi:

- Dwi Kartika Kusuma Wardani (2020). *Pola Komunikasi HAMAS Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam Membentuk Perilaku Keagamaan Anak (Studi Kasus di Masjid Jogokariyan, Kecamatan Mantrijeron, Kota Yogyakarta)*
- Khanafi, Muhamad. 2018. “Strategi Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Musik Club IAIN Salatiga dalam Meningkatkan Perilaku Solidaritas Sosial”

Nurul Fajriyah Patra (2018) “Komunikasi Organisasi Dalam Menjalin Ukhuwah Islamiyah Di Pondok Pesantren Daarussa’adah Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan Pesawaran” Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Sumber jurnal:

Budiman Purba, Rahmat Hidayat. Sosialisasi strategi komunikasi bisnis dalam meningkatkan prekonomian di kecamatan simanindo kabupaten samosir. jurnal pengabdian masyarakat vol 1 no 2, 2022
<http://melatijournal.com/index.php/jms/article/view/75>

Cartono, Ida Yuyu. Pengaruh soft skill mahasiswa calon guru melalui pemberdayaan unit kegiatan mahasiswa di universitas pasudan. *Jurnal komunikasi pendidikan*, Volume 2 No 1, 2018.
<http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/komdik/article/view/66>

Miftahun Ni'mah Suseno, “pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen”, *Jurnal UNJ*, Vol .17 N O.1 2012.
<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol117.iss1.art2>

Saeful Lukman. Peranan Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Volume 4, Nomor1, 2019,
<http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/802>