

**DIMENSI DAKWAH DALAM KOMUNIKASI INTERNAL  
DI RADIO IC (ISLAMIC CENTER) 106,7 FM KLATEN**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S. Sos. I)**

**OLEH :**

**TRI WAHYUDI**  
**NIM : 02210976**

Pembimbing:  
**Andayani, S.IP, M.Sw**  
**NIP: 150292260**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2008**



DEPARTEMEN AGAMA RI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
**FAKULTAS DAKWAH**  
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230  
Yogyakarta 55221

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1274/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**DIMENSI DAKWAH DALAM KOMUNIKASI INTERNAL  
DI RADIO ISLAMIC CENTER (IC) 106,7 FM KLATEN**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Tri Wahyudi  
NIM : 02210976  
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 5 Agustus 2008  
Nilai Munaqasyah : B


dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

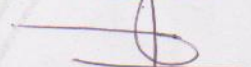
Pembimbing

  
Andayani, SIP., MSW  
NIP. 150292360

Penguji I

  
Drs. Abdul Rozak, M.Pd.  
NIP.150267657

Penguji II

  
Saptoni, S.Ag., MA  
NIP. 150291021

Yogyakarta, 5 Agustus 2008

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah  
DEKAN



  
Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA  
NIP. 150220788



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir  
Lamp : -

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

Assalamu`alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Tri Wahyudi  
NIM : 02210976  
Judul Skripsi : **Dimensi Dakwah Dalam Komunikasi Internal Di Radio  
IC (Islamic Center) 106,7 FM Klaten**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 02 Juni 2008

Pembimbing

Andayani, SIP, M. Sw.  
NIP. 150 292 260

## MOTTO

*“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”*

*(QS. Al Mujaadilah : 11)*

*“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah kepada yang munkar, dan beriman kepada Allah”*

*(QS. Ali Imran : 110)*

*“Hidup adalah perjuangan, dan tak ada perjuangan yang lebih mulia selain berjuang menegakkan kalimat Allah dimuka bumi”*

*“Jadikanlah Ilmu seperti cahaya lampu, yang menyinari diri sendiri dan menerangi orang lain”*

*“Berjalanlah seperti waktu, yang tak pernah mundur kebelakang dan isilah ia dengan hal-hal yang membuat diri jadi maju”*

*“Aku bukanlah manusia terbaik, tapi aku akan selalu memberikan yang terbaik bagi setiap langkahku”*

## **ABSTRAKSI**

Tri wahyudi. Dimensi dakwah dalam komunikasi internal di radio Islamic Center (IC) 106,7 FM Klaten. Yogyakarta ; jurusan komunikasi dan penyiaran islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang dimensi dakwah dalam komunikasi internal yang terjadi dalam organisasi khususnya radio.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengambil latar Radio Islamic Center (IC) 106,7 FM Klaten. Pengumpulan data dilakukan dengan memberi makna terhadap data yang berhasil dilakukan dan dari makna tersebut ditarik kesimpulan. Pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan; upaya yang dilakukan oleh radio Islamic Center (IC) 106,7 FM dalam meningkatkan komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi dan tujuan dari organisasi tersebut dengan melihat pendekatan dalam proses komunikasi, dengan melihat pendekatan dalam proses komunikasi, dengan melihat media yang digunakan, dan dengan melihat jaringan komunikasi internal organisasi.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan buat:**

*Almamaterku tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

*Keluarga di Klaten Bapakku yang selalu menyayangiku*

*Seorang yang jauh tetapi selalu di hati yang menyemangatiku  
selalu*

*" I Will Change the World With You "*

\*\*\*\*

## **Kata Pengantar**

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat ALLAH SAW atas terlepasnya satu beban yang selalu menghantui pikiran saat waktu berpacu begitu cepatnya dan sudah tidak mampu diajak kompromi lagi untuk menanti jawaban atas karya yang amat sederhana ini. Setidaknya ada perasaan lega setelah sekian lama penulis harus mengerahkan segenap tenaga, semangat dan pikiran demi terselesainya skripsi yang menjadi titik akhir dari perjuangan selama menjadi mahasiswa di jurusan komunikasi dan penyiaran islam ( KPI ). Bahkan skripsi inilah yang dapat memberikan kepastian kepada orang-orang yang sudah merasa lelah dan hamper putus asa dengan penantiannya yang teramat panjang ketika penulis berulang kali harus menghiba untuk meminta pengertian mereka.

Skripsi yang bertajuk tentang komunikasi dakwah ini sejak awal penulisannya telah banyak menyita waktu untuk menyelesaikan. Penulis harus berangkat dari nol, dari yang tidak tahu seperti apa menjadi seorang peneliti dan sekarang tahu walau hanya sedikit saja, dan masih perlu belajar untuk mengenal lebih jauh tentang dunia Jurnalistik. Hal inilah yang menyadarkan penulis bahwa melakukan suatu penelitian tidaklah cukup dengan lahirnya ketertarikan pada obyek tertentu dan hadirnya inspirator. Pada awalnya memang penulis sangat tertarik untuk mencermati perkembangan pesan-pesan dakwah yang terjadi di sebuah radio apalagi melihat makin luasnya arus globalisasi yang dating di Negara kita, apakah itu berpengaruh terhadap aktifitas dakwah yang masih dilaksanakan oleh para cendikawan muslim sekarang. Tetapi untuk melakukan

suatu penelitian penulis harus belajar lagi guna memperdalam pengetahuan dan memperluas cakrawala pemikiran terhadap obyek karena penulis merasa tidak memiliki basic yang kuat akan obyek tersebut.

Namun akhirnya penulis memberanikan diri dengan menepis segala rasa pesimis dan rasa kurang percaya diri yang selalu menghantui hingga akhirnya tersusun karya seperti ini dan mampu dipertanggungjawabkan dihadapan orang-orang yang begitu luar biasa di bidangnya.

Dengan berakhirnya skripsi ini , penulis memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan segala fasilitas dan waktu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi guna menuntaskan tugas saya sebagai mahasiswa.
2. Ibu **Andayani, SIP., M.SW.**, atas kesediaannya untuk terus membimbing penulis dengan segala kebaikan dan pengertian dalam mencurahkan pikiran, waktu dan tenaga hingga selesainya skripsi ini.
3. Radio Suara Ibnu Abbas atau yang penulis kenal sebagai radio Islamic Center (IC) 106,7 FM, yang telah membantu dalam memberikan kesempatan menganalisa dan mengumpulkan data.
4. Keluarga besar penulis yang ada di klaten; **Bapak Sunarno** dan **Ibu Suyati**, maaf ananda terlalu lambat dalam melunasi ' hutang' yang satu ini. Atas kesabarannya yang tak terbatas dalam menghadapi tingkah laku penulis yang terlalu sering menyebalkan. Begitu banyak terima kasih yang

tercakup oleh seluruh kosa kata yang ada di muka bumi ini. You are the best in the universe. Saudara-saudara sedarahku, terima kasih untuk semua bantuan, dukungan dan semangat yang selalu diberikan.

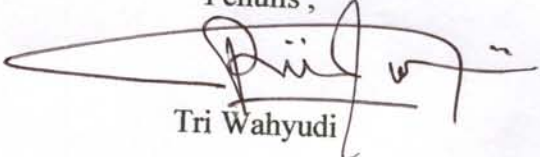
5. Keluarga Besar Angkatan 2002 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI D), untuk semua kebersamaan yang pernah dan akan selalu diingat penulis.

Sekiranya dengan kemampuan yang sangat terbatas, penulis hanya mampu mengerjakan skripsi ini sampai disini. Masih banyak kekurangan yang terdapat didalamnya dimana penulis belum bisa untuk menyajikan karya yang sangat sempurna. Penulis berharap suatu saat kelak, penelitian yang serupa akan jauh lebih baik dan lebih sempurna. Mudah-mudahan karya yang sederhana ini dapat berguna tidak hanya untuk sekedar dibaca, tapi juga untuk langkah penelitian selanjutnya.

Terima kasih

Yogyakarta, Agustus 2008

Penulis,



Tri Wahyudi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN ABSTRAKSI</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
E. Kerangka Pemikiran.....	9
1.1. Tinjauan Tentang Dakwah.....	9
1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Internal Organisasi .....	23
1.3. Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi .....	29
F. Kajian Pustaka.....	42
G. Metodologi Penelitian .....	44
H. Sistematika Pembahasan .....	48

<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM KOMUNIKASI INTERNAL DI RADIO</b>	
	<b>ISLAMIC CENTER (IC) 106,7 FM KLATEN .....</b>	<b>49</b>
	A. Sejarah Berdiri Radio.....	49
	B. Keadaan Lokasi Radio IC .....	52
	C. Nama, Gelombang, Motto, dan Posittion.....	53
	D. Visi dan Misi.....	55
	E. Segmentasi Pendengar .....	55
	F. Jangkauan Siar .....	57
	G. Keorganisasian Radio IC FM.....	58
	H. Komunikasi Internal Radio IC FM .....	58
<b>BAB III.</b>	<b>DIMENSI DAKWAH DALAM KOMUNIKASI INTERNAL DI</b>	
	<b>RADIO ISLAMIC CENTER (IC) 106,7 FM KLATEN.....</b>	<b>62</b>
	A. Proses Komunikasi Dengan Melihat Pendekatan	
	Komunikasi Internal Organisasi.....	62
	B. Proses komunikasi Dengan Melihat Media Komunikasi .....	70
	C. Proses Komunikasi Dengan Melihat Jaringan Komunikasi	
	Internal Organisasi .....	73
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
	A. Kesimpulan .....	77
	B. Saran-saran .....	78
	C. Kata Penutup .....	79
	D. Daftar Pustaka .....	80
	E. Lampiran-lampiran.....	83

**BAB. I**  
**DIMENSI DAKWAH DALAM KOMUNIKASI INTERNAL RADIO IC**  
**(ISLAMIC CENTER) 106,7 FM KLATEN**

**A. PENEGASAN JUDUL**

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami judul skripsi “ DIMENSI DAKWAH DALAM KOMUNIKASI INTERNAL DI RADIO IC (ISLAMIC CENTER) 106,7 FM KLATEN “ perlu kiranya penulis menjelaskan beberapa istilah. Istilah-istilah yang perlu dipertegas antara lain:

**1. Dimensi Dakwah**

Dimensi berasal dari bahasa Inggris *dimention* yang berarti sesuatu yang berhubungan dengan tinggi (height), panjang (length), dan luas pengetahuan (breadth).<sup>1</sup> Dalam istilah penelitian dimensi berarti kegiatan penelitian yang berusaha menemukan segi-segi pengetahuan atau dapat pula dimensi berarti sebagai segi atau bagian dari penelitian yang meliputi subyek , obyek, materi dan metode.

Sedang dakwah adalah proses penyampaian risalah agama Islam tentang ide atau gagasan yang berupa ajakan atau seruan yang disampaikan dengan lisan secara langsung maupun melalui media, dengan tujuan agar orang lain dapat memenuhi ajakan atau seruan yang disampaikannya atau dakwah mengandung arti sebagai penerangan tentang ajaran agama (Islam)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Hasan Shadely dan John M.Echol, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1984), hlm. 1962.

<sup>2</sup> Pius A Partanto & M. Dahlan Al Barry, " Kamus Ilmiah Populer,(Surabaya : ARKOLA, 2001)hlm. 92

Adapun dimensi dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segi-segi dalam proses penyampaian risalah agama, ide atau gagasan yang dapat mempengaruhi orang lain dilihat dari materi dan metodenya yang terjadi didalam Radio IC FM klaten.

## **2. Komunikasi Internal Organisasi**

Komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata “*communis*” yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jika kita berkomunikasi, atau mengadakan percakapan berarti kita mengadakan kesamaan pengertian dan persamaan makna<sup>3</sup>.

Sedangkan Internal mempunyai arti “didalam” dan yang dimaksud penulis adalah komunikasi internal organisasi yaitu usaha-usaha yang dilakukan Radio IC FM sebagai organisasi penyiaran dikota klaten untuk menegakkan syariat Islam dalam kehidupan seluruh anggota radio IC.

## **3. Radio IC FM**

Radio Islamic Center terus yang disingkat dengan Radio IC merupakan radio swasta yang berada di kabupaten klaten merupakan radio yang seluruh format program acaranya bernafaskan Islam. Radio IC itu sendiri berada di Frekuensi Modulation (FM) di gelombang 106,7.

Berdasar definisi tersebut diatas, dengan demikian penulis ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan komunikasi Internal Radio IC FM yang berdimensi dakwah untuk mengajarkan risalah kebenaran yang dapat

---

<sup>3</sup> John.M Echols Dan Hassan Shabbily, *Kamus Inggris-Indonesia*,(Jakarta: gramedia,tt)hal.131

mempengaruhi perilaku keagamaan seluruh anggota yang dilaksanakan oleh Radio IC FM Klaten dilihat dari proses komunikasi, media komunikasi, pendekatan komunikasi dan jaringan dalam komunikasi yang mengacu pada teori komunikasi internal organisasi secara mikro dengan melihat subyek, obyek, materi dan metodenya.

## B. LATAR BELAKANG MASALAH

Islam adalah agama yang hanya diakui oleh ALLAH SWT, dan merupakan agama dakwah yaitu agama yang menuntut umatnya untuk saling menyampaikan kebenaran yaitu Islam, dalam hal ini tertera dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran : 110. yang artinya :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ  
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya : “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. sekiranya ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”.

Dakwah akan dapat diterima dengan baik ketika dalam penyampaian menggunakan cara yang tepat dan pesan yang disampaikan sesuai dengan sistem sosial yang berlaku dalam masyarakat. Oleh karena itu dakwah bersinggungan dengan beberapa disiplin ilmu, antara lain komunikasi,

sosiologi, psikologi sosial, agama disamping ilmu agama yang lain<sup>4</sup>. Penggunaan media pun tidak lepas dari usaha para da'I untuk menyampaikan risalah tentang agama islam, baik itu lisan maupun menggunakan media.

Radio adalah salah satu media komunikasi elektronika murah yang mempunyai prospek strategis dalam era informasi dewasa ini. Hal ini ditunjang dengan era informasi seperti saat ini yang masyarakatnya tergantung dengan informasi.

Radio sebagai media massa elektronik menduduki peran penting karena ia mempunyai karakteristik cepat (tercepat dalam penyampaian pesan), luas jangkauannya (tidak mengenal medan) dipelosok desa atau di pegunungan, tidak terikat waktu (24 jam sehari) ringan dan dapat dibawa kemanapun (di dapur, di tempat tidur atau di dalam kendaraan), Murah bagi stasiun penyiar maupun bagi pendengarnya, dan tidak memerlukan banyak konsentrasi (hanya telinga)

Sebagai media informasi, peranan radio dalam pembangunan mental spiritual sangat menunjang karena harganya terjangkau masyarakat banyak, cepat dalam memberikan informasi-informasi yang terjadi saat ini, serta juga memiliki jangkauan yang sangat luas dalam penyebaran informasi. Dengan demikian pemanfaatan radio sebagai penyiaran dakwah Islam merupakan suatu hal yang sangat efektif, strategis dan fungsional, karena untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara cepat dan akurat dengan radius jangkauannya yang sangat luas maka radio merupakan salah satu jawabannya<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy, "Ilmu Komunikasi :teori dan praktek", (Bandung : PT.Rosdakarya,2005),hlm : 1-9

<sup>5</sup> Onong Uchyana Effendy, " Dinamika Komunikasi ", ( Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,2002), hlm. 107

Radio merupakan alat hiburan, pendidikan, propaganda, penerangan-penerangan, baik yang bersifat umum maupun yang bersifat khusus (keagamaan). Karena itu peranan radio baik radio swasta maupun radio pemerintah sangat diharapkan sekali oleh masyarakat untuk mengisi dan sekaligus melengkapi kekurangan-kekurangan pengetahuan masyarakat, baik pengetahuan umum maupun pengetahuan agama.

Dari pengamatan penulis dalam kaitannya dengan peningkatan pengetahuan agama dewasa ini banyak sekali radio-radio yang menyajikan siaran dakwah Islam, baik berupa ceramah maupun dialog keagamaan secara langsung, melalui pita kaset, maupun dialog agama via telepon dengan harapan proses dakwah dapat berlangsung dengan praktis dan efisien serta dapat mencapai sasaran secara serempak dan sekaligus dapat dinikmati atau didengar dimana pun orang berada dalam radius pancaran radio tersebut.

Studio Islamic Center Klaten, merupakan studio radio siaran swasta nasional yang berada di kabupaten Klaten, yang seluruh program siaran berbasis dakwah Islamiah. Radio ini lahir dan tumbuh ditengah-tengah masyarakat yang mayoritas beragama Islam, maka tidak heran kalau radio tersebut dalam debutnya bermisikan Islam. Hal ini dapat dibuktikan dalam setiap format acara siaran mengandung ajakan Islam, maka para penyiar diharuskan oleh para pengelola radio mengawalinya dengan ucapan salam sebagai sapaan bagi para pendengarnya, begitu juga diakhir siaran.

Semua organisasi, tidak peduli bagaimana bentuk dan apa tujuannya adalah ditopang, disatukan dan melakukan fungsinya dengan melalui proses komunikasi.

Komunikasi merupakan saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh, mekanisme perubahan alat untuk mendorong dan mempertinggi motivasi dan perantara dari sarana yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya<sup>6</sup>.

Tanpa komunikasi tidak akan ada interaksi antar perseorangan, tidak ada kelompok –kelompok, tidak ada pemerintahan, bahkan tak ada suatu masyarakat seperti yang kita kenal dewasa ini. Komunikasi merupakan bagian central dari segala sesuatu yang kita lakukan. Banyak problem–problem yang menyangkut orang dan golongan akan dapat ditelusuri dan ditemukan sebagian ataupun keseluruhan pada komunikasi yang buruk, karena kemacetan dan hambatan–hambatan komunikasi atau karena tidak ada komunikasi sama sekali<sup>7</sup>.

Berhasil tidaknya interaksi antar manusia, adalah bagian langsung dari kesanggupan atau ketidak sanggupan kita untuk berkomunikasi. Setiap organisasi mempunyai problem , hambatan .atau kesukaran sendiri, salah satunya :

Apabila melihat realitas zaman sekarang dimana sangat rawannya pengaruh globalisasi terhadap sikap dan perilaku keberagaman masyarakat Indonesia, maka apa yang terjadi disekitar kita banyak sekali kejadian dan peristiwa yang mungkin belum saatnya menjadi santapan mata anak –anak dibawah umur atau masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Misalnya tanyangan disetiap program televisi yang kian beragam atau acara dalam siaran Radio yang khusus diformat untuk kalangan remaja banyak mengundang pertanyaan dari orang tua, akankah ada manfaat

---

<sup>6</sup> Onong uchjana effendi, Op.cit , hlm :115

<sup>7</sup> Onong uchjana effendi, Op.cit.,hlm :114

untuk anak-anaknya? Atau malah memberikan pengaruh buruk bagi anak-anaknya?<sup>8</sup>

Disinilah peran komunikasi sebagai sarana dakwah di radio IC, adanya hubungan timbal balik yang terjadi antara masyarakat klaten dan internal radio IC diharapkan dapat memberikan suatu dampak positif bagi perkembangan tentang pemahaman Islam dan perilaku masyarakat klaten. Oleh karenanya arti penting komunikasi bagi eksistensi organisasi berperan lebih banyak dari pada sekedar melaksanakan rencana-rencana organisasi.

Banyak orang tua yang mengutamakan untuk memberikan pengetahuan umum sebanyak mungkin kepada anak-anak mereka. Pendidikan agama dianggap sebagai pelajaran tambahan saja, akhirnya jiwa seorang anak akan jauh dari ruh islam. Sementara itu pengaruh budaya luar yang masuk melalui berbagai media telah banyak meracuni kepribadian anak-anak. Seorang MC (*master of ceremony*) atau DJ (*disco joki*) dalam acara televisi misalnya banyak memberikan style atau gaya yang banyak mencerminkan sikap negative dari gaya bicara maupun berpakaian terhadap penontonnya.

Tidak jauh beda dengan tanyangan yang ada ditelevisi, maka dalam siaran radio pun diharapkan dapat menjadi contoh yang baik bagi pendengarnya, seorang penyiar harus dapat memberikan contoh yang baik dan melaksanakan apa yang telah diucapkannya dalam program siarannya tersebut. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui sejauh mana komunikasi internal organisasi yang terjadi di dalam radio IC tersebut dilihat dari format acaranya yang islami dapat

---

<sup>8</sup> Inda Susanti ,”family :Menyaring Pengaruh Negative Media”,(Jakarta :Seputar Indonesia ,rabu 21 november 2007 ),hlm :32

mempengaruhi perilaku keagamaan penyiar mengingat penyiar harus memberikan contoh yang baik untuk audienc.

### **C. RUMUSAN MASALAH**

Bermula dari uraian tentang latar belakang masalah tersebut diatas, penulis mencoba merumuskan permasalahan yang berguna sebagai pijakan penelitian ini. Adapun rumusan masalah tersebut adalah Bagaimana dakwah dilakukan dalam proses komunikasi internal organisasi Radio IC FM yang dapat mempengaruhi perilaku keagamaan anggota di Radio IC FM.

### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan tentang : segi-segi dakwah dalam proses komunikasi yang terjadi didalam Radio IC FM klaten yang dapat mempengaruhi perilaku keagamaan penyiar.

### **E. KEGUNAAN PENELITIAN**

1. Sebagai salah satu sumbangan pikiran bagi pengembangan keilmuan dalam hal komunikasi internal organisasi pada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Memberikan saran dan rekomendasi untuk radio IC FM klaten dalam hal komunikasi internal yang di lakukan dan agar dapat dijadikan dasar dalam usaha meningkatkan dan mengembangkan program siaran.

## **F. KERANGKA PEMIKIRAN**

### **1. Tinjauan tentang Dakwah**

#### **a. Pengertian Dakwah**

Dakwah secara bahasa berasal dari bahasa arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan, dan undangan.<sup>9</sup> Proses mengajak, menyeru, memanggil merupakan proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan, maka dikenal pula istilah muballigh yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.<sup>10</sup>

Dengan demikian secara bahasa pengertian siaran dakwah merupakan suatu proses penyampaian ide yang berupa ajakan atau seruan agar orang lain memenuhi ajakan yang disampaikan melalui media massa.

Sedangkan dakwah memiliki beberapa arti yang berbeda. Dibawah ini penulis kemukakan pendapat dari tiga sarjana yakni:

#### **1. Slamet Muhaimin Abda.**

Dakwah berarti mengajak baik pada diri sendiri maupun pada orang lain untuk berbuat baik sesuai dengan ketentuan yang telah digariskan oleh Allah dan Rosul-Nya serta meninggalkan perbuatan-perbuatan yang tercela ( yang dilarang ) oleh Allah dan RosulNya pula.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Anwar Masy'ari, *Studi tentang Ilmu Dakwah*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1981), hlm. 8.

<sup>10</sup> Toto Taswara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV Gaya Media Pratama: 1987), hlm.31.

<sup>11</sup> Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya : Al Ikhlas, 1990), hlm. 20.

## 2. A. Hasjmy

Dalam bukunya *Dustur Dakwah*, menyatakan :dakwah Islamiyah adalah mengajak orang untuk menyakini dan mengamalkan Aqidah dan syariah Islam yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri

## 3. Drs H.M. Mansyur Amin

Dakwah adalah suatu aktivitas yang mendorong manusia memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana dengan materi ajaran Islam agar mereka mendapatkan kesejahteraan dunia dan kebahagiaan akherat<sup>12</sup>

Dari beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa dakwah adalah usaha untuk mengajak manusia dengan cara yang baik dan bijaksana untuk mengamalkan aqidah dan syariah Islam dengan tujuan mendapatkan kesejahteraan dunia dan akhirat dan untuk menjalankan perbuatan yang ma'ruf dan mencegah yang munkar sesuai dengan apa yang diajarkan agama Islam.

Dalam upaya penyebaran agama Islam tersebut, maka diperlukan adanya alat (media) yang dapat dipergunakan sebagai sarana untuk membawa materi dakwah yang berupa informasi, pengetahuan, ide, pikiran, sikap dan yang lainnya.

### **b. Dasar dan Hukum**

Dakwah merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang Muslim karena agama Islam sudah melekat erat bersamaan dengan pengakuan dirinya sebagai seorang Muslim.

---

<sup>12</sup> HM masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al Amin Press, 1997), hlm. 8.

Seorang yang mengaku dirinya sebagai orang muslim secara otomatis dirinya sebagai juru dakwah. Sebagaimana yang diajarkan dan diperintahkan Nabi, Sampaikanlah apa yang kamu terima (dari padaku) walaupun hanya satu ayat.<sup>13</sup>

Dakwah merupakan tugas suci yang menjadi tanggung jawab setiap Muslim dan Muslimah untuk mengembannya sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Hal ini di tegaskan dalam Al-Quran Surat Ali-Imron : 104, yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :

*“Dan hendaknya ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyeru kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang beruntung.”*<sup>14</sup>

Juga ditegaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW, Yang diriwayatkan oleh H.R Muslim yang artinya sebagai berikut:

*“Barang siapa yang melihat kemungkaran, hendaklah ia merubah dengan tangannya, apabila tidak mampu maka dengan lisannya dan jika tidak mampu ( engan lisan) maka dengan hatinya, yakni diam saja. Dan itulah Iman yang paling lemah(H.R Muslim).”*<sup>15</sup>

<sup>13</sup> TM Hasby Ash Shidiqy, *Sejarah dan Pengetahuan Ilmu Hadist*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1950), hlm. 60.

<sup>14</sup> DEPAG RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bumi Restu, 1974), hlm. 93.

<sup>15</sup> Moh. Rifai, *300 Hadis Bekal Dakwah dan Pembinaan Pribadi Muslim*, (Semarang: Wicaksana, 1980), hlm. 75.

Dari kedua dasar hukum dakwah diatas, dapat dipahami bahwa berdakwah dalam pengertian yang luas adalah merupakan kewajiban yang harus dipikul oleh setiap umat Islam.

### **c. Unsur-Unsur Dakwah**

Adapun unsur-unsur dakwah yang mendukung dalam penelitian ini adalah:

#### **a ) Subyek Dakwah**

Komunikator yaitu: pihak yang memulai proses komunikasi untuk melancarkan pernyataan umum.<sup>16</sup> Komunikator dapat berupa individu, lembaga, pemerintah maupun lembaga swasta seperti: televisi, radio, organisasi massa, dan lain sebagainya.

Komunikator dalam ilmu dakwah disebut sebagai subyek dakwah, yaitu: orang-orang yang melakukan dakwah, yang berusaha mengubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT, baik secara individu maupun berbentuk kelompok (organisasi) sekaligus sebagai pemberi informasi dan pembawa misi. Dalam aktivitas dakwah subjek dakwah disebut Dai.

Adapun yang dimaksud subjek dakwah atau komunikator dalam penelitian ini adalah para penyiar radio yang melaksanakan aktivitas siaran dakwah di radio IC Klaten.

---

<sup>16</sup> Anwar Masy'ari, *Studi tentang Ilmu Dakwah*, (Surabaya: PT Bina Ilmu 1981), hlm. 8.

b) Obyek Dakwah ( Komunikasi atau Audiens)

Obyek dakwah dalam istilah ilmu komunikasi disebut dengan komunikasi atau audiens. Komunikasi adalah orang yang menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi dapat berupa khalayak umumnya, khalayak tertentu, dan tiap-tiap individu.<sup>17</sup> Yang dimaksud objek siaran dakwah dalam penelitian ini adalah para pendengar di radio IC Klaten.

d. **Materi Siaran Dakwah**

Materi siaran merupakan hal yang paling pokok dalam acara siaran radio, karena materi siaran merupakan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak umum atau audien. Dalam kaitannya dengan siaran dakwah Islam, maka materi atau pesan yang akan disampaikan adalah ajaran-ajaran Islam. Sumber dari materi dakwah Islam adalah Al-Quran dan As-Sunnah.

Al-Quran adalah sumber materi pokok yang harus disampaikan melalui dakwah dengan bahasa yang dapat dimengerti oleh masyarakat. ( komunikasi atau audien ) secara umum. Sebagai pedoman hidup setiap Muslim, Al-Quran mengandung secara lengkap petunjuk pedoman hukum, sejarah, serta prinsip-prinsip baik yang menyangkut masalah keyakinan, peribadatan, pergaulan, akhlak, politik, Ilmu pengetahuan, teknologi dan lain sebagainya.<sup>18</sup>

Secara umum materi dakwah Islam itu dapat dibagi kedalam tiga bagian yaitu:

---

<sup>17</sup> Charles R Wright, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: CV Remaja Karya, 1996 ), hlm. 93.

<sup>18</sup> Slamet Muhaemin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), hlm. 45.

## 1. Akidah atau Keyakinan

Akidah merupakan pedoman bagi setiap Muslim, Akidah inilah yang memberikan dasar sekaligus arah bagi hidup dan kehidupan seorang Muslim. Akidah ini pula yang menjadi sentral bagi dakwah Nabi Muhammad ketika beliau pertama kali melakukan dakwah di Mekah.<sup>19</sup>

Akidah yaitu masalah-masalah yang erat kaitannya dengan keyakinan atau keimanan kepada Allah, Iman pada Malaikat, Iman kepada Rasul, Iman kepada kitab-kitab Allah, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada qadha qadhar, dalam ajaran agama Islam lebih dikenal dengan rukun Iman. Bidang ini menjadi pokok bahasan dalam Ilmu Tauhid.<sup>20</sup>

## 2. Hukum-hukum

Hukum merupakan peraturan-peraturan atau sistim yang disyaratkan oleh Allah SWT untuk umat manusia baik secara terperinci maupun pokok-pokoknya, kemudian Rasulullah yang memberikan keterangan dan penjelasannya.

Hukum-hukum ini secara umum meliputi 5 bagian yaitu:

- a) Ibadah, Yaitu suatu hukum yang mengatur tentang hubungan manusia sebagai hamba dengan Tuhannya, meliputi tatacara shalat, zakat, puasa dan lain sebagainya.

---

<sup>19</sup> Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1997), hlm. 47

<sup>20</sup> Slamet Muhaemin, *Op. cit.*, hlm. 47.

- b) Hukum keluarga (nasab) yang meliputi hukum pernikahan, nasab waris dan masalah-masalah yang berada dalam lingkupnya.
- c) Hukum yang mengatur tentang perekonomian, yang meliputi hukum jual beli, gadai, perburuhan dan masalah-masalah yang berada dalam lingkupnya
- d) Hukum Pidana, meliputi Hukum Qishas, Ta'jir, Membayar Dam atau Diat dan lain-lain.
- e) Hukum ketatanegaraan yang meliputi hukum-hukum perang, perdamaian, perjanjian, masalah politik dan lain sebagainya.

### 3. Akhlak

Akhlak yaitu pedoman norma-norma, kesopanan dalam pergaulan hidup sehari-hari. Dalam kehidupan sehari-hari seseorang dituntut untuk berakhlak yang baik dengan orang tua, guru, saudara, dan sesama manusia dan kepada makhluk hidup yang lain.

#### **e. Metode Dakwah**

Metode dakwah adalah cara yang di tempuh oleh komunikator didalam menyampaikan pesan kepada komunikan dengan jalan berdakwah.

Metode di tinjau dari segi cara dibagi menjadi 2 yaitu:

#### 3. Cara tradisonal atau konvensional

Dalam Metode ini Komunikator aktif berbicara dan mendominasi situasi, sedangkan komunikan pasif mendengarkan apa yang disampaikan.

#### 4. Cara Modern.

Adanya komunikasi dua arah , yang terpenting dalam metode ini adalah terjadinya Tanya jawab antara peserta dan komunikator.

Metode dakwah menurut cara penyampaiannya di bagi menjadi dua :

5. Cara langsung yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka antara komunikan dan komunikator. Contohnya Ceramah umum, diskusi, seminar.
6. Cara tidak langsung yaitu dakwah yang dilakukan tanpa tatap muka antara da'I dan audien, misalnya dengan koresponden, penerbitan, radio,televisi.

#### **f. Tahapan Dakwah Islam.**

Drs. Hafi Anshari mengemukakan bahwa dakwah itu dilakukan mulai persiapan sampai sengan selesainya yaitu dakwah sebagai suatu proses. Adapun proses tersebut meliputi tiga tahap:

##### a) Tahap Persiapan

Yaitu tahap dimana Dai mengadakan persiapan sebelum mereka melakukan dakwah yaitu menyangkut persiapan mental, fisik, dan materi. Adapun langkah-langkah persiapan perencanaan dakwah sebagai berikut: Langkah untuk masa kini dan masa mendatang, penentuan dan perumusan masalah dalam rangka pencapaian tujuan dakwah, penetapan metode dakwah, penetapan dan penjadwalan waktu, penetapan lokasi , biaya dan fasilitas dakwah.

#### b) Tahap Pelaksanaan

Yaitu tahap dimana seorang Dai melakukan kegiatan dakwahnya.

Adapun pelaksanaan dakwah bisa dilaksanakan dengan cara:

- 1) Lisan: melalui pidato, memberikan pelajaran dan pendidikan.
- 2) Tulisan: melalui karya tulis, surat kabar, majalah bulletin, bukuk-buku dan lain sebagainya.
- 3) Peragaan: melalui contoh atau tauladan, memperagakan gambar, dan bentuk seni lainnya

#### c) Tahap evaluasi

Yaitu merupakan suatu usaha untuk mengetahui sampai dimana keberhasilan usaha dakwah. Hal ini memerlukan metode apakah bersifat aktif atau pasif. Bersifat aktif yaitu dengan jalan tanya jawab secara langsung, atau secara tidak langsung dengan lesan maupun tulisan. Bersifat pasif dengan cara mengamati apakah ada perubahan setelah diadakan percobaan.

#### **g. Tujuan Dakwah**

Mengingat pentingnya dakwah Islam, maka orang Islam mempunyai kewajiban untuk berdakwah. Sedangkan efek komunikasi yang timbul pada komunikasi tergantung kepada tujuan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam suatu penyiaran adalah adanya perubahan atau pengaruh (efek) yang timbul, Yaitu :

1. Adanya efek kognitif yaitu perubahan yang diketahui: yaitu: perubahan pada apa yang diketahui, difahami atau dipersepsi masyarakat (berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepentingan atau informasi )
2. Adanya efek afektif yaitu perubahan yang dirasakan , disenangi atau dibenci (hubungan dengan emosi, sikap atau nilai)
3. Adanya efek behavioral yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati (meliputi pola-pola tindakan, tindakan, kegiatan atau kebijakan berperilaku)<sup>21</sup>

Selanjutnya supaya Islam dapat membudaya dalam setiap kehidupan manusia baik secara individu maupun secara kelompok, maka dakwah harus mencapai tujuan sebagaimana dikemukakan oleh:

- a) Mansyur Amin, ditilik dari segi obyeknya tujuan dakwah dibagi menjadi:
  - 1) Tujuan perorangan yaitu: terbentuknya pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum yang disyariatkan Allah SWT dan berakhlakul karimah.
  - 2) Tujuan untuk keluarga yaitu terbentuknya keluarga bahagia penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
  - 3) Tujuan untuk masyarakat yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh suasana keIslaman .
  - 4) Tujuan untuk umat manusia seluruh dunia yaitu terbentuknya masyarakat dunia penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan persamaan hak dan kewajiban tidak adanya

---

<sup>21</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: CV Remaja Karya 1986 ), hal. 216.

diskriminasi dan eksploitasi, saling tolong menolong dan saling hormat menghormati.<sup>22</sup>

b) HM Hafi Anshari, tujuan dakwah adalah semata-mata pengabdian dan mencari ridha Allah SWT.<sup>23</sup>

#### h. **Radio sebagai Media Dakwah**

##### a) **Pengertian Radio**

Radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara , tanpa kabel missal mendengarkan berita dan lain-lain Menurut James Maxwel yang juga dikenal dengan julukan “Father of Wireless” mengemukakan bahwa :

*“Radio adalah merupakan suatu gerakan magnetik yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang, dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186000 mil perdetik”*

Dari pendapat James Maxwel dapat disimpulkan bahwa radio merupakan salah satu media elektronik yang mempunyai ruang gerak yang sangat cepat dalam menyampaikan suatu (pesan).

Karena itu sebagai media informasi audio sangat tepat jika dijadikan sarana informasi, hiburan, pendidikan, penerangan.. Secara umum gelombang radio yang dipergunakan khususnya di indonesia hanya dua sistim yaitu AM (*Amplitude Modulation*) dan FM (*Frequency Modulation*). Dari kedua sistim ini maka sistem FM mempunyai kelebihan diantaranya adalah mampu menghilangkan gangguan yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari maupun

<sup>22</sup> Masyhur Amin, *Op Cit*, hlm 15-16

<sup>23</sup> Masdar Helmi, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, (Semarang : Toha Putra 1973), hlm. 19.

alat listrik dan dapat menyiarkan suara dengan sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.<sup>24</sup>

Radio selain mempunyai karakteristik sebagaimana yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah, juga mempunyai kelebihan jika dibandingkan dengan media masa yang lain khususnya sebagai media dakwah yaitu:

- 1) Mampu menyampaikan pesan dakwah secara serempak dan merata di seluruh wilayah.
- 2) Mampu menciptakan pesan dakwah dengan diperindah dan memperkaya bobot dengan elemen-elemen yang mendukungnya.
- 3) Dapat menyentuhnya himbauan dakwah secara merata menembus batas kehidupan sosial, batas umur, tingkat kehidupan ekonomi.
- 4) Mampu mensyaratkan dakwah melalui berbagai bentuk mata acara siaran yang efektif sesuai dengan kegemaran atau selera pendengar dan pemirsa.<sup>25</sup>

#### **b) Sifat- sifat Radio**

Untuk memproduksi siaran dengan baik maka perlu diperhatikan sifat-sifat radio seperti terurai dibawah ini:

- 1) Radio mempunyai sifat auditori yang mengandung arti radio itu hanya untuk di dengar, maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya sebatas lalu saja, ini lain dengan surat kabar yang dapat dibaca, diperiksa dan di telaah berulang kali. Maka pendengar

---

<sup>24</sup> Onong Uchjana, Effendy, *Radio Siaran Teori da Praktek*, (Bandung: CV Mandar Maju, 1990 ), hlm 126-127.

<sup>25</sup> Masbuchin, *Metodologi Siaran Keagamaan Melalui Radio dan Televisi*, (Jakarta: DEPAG RI, 1981 ), hlm. 21.

yang tidak mengerti suatu uraian dari radio siaran tak mungkin meminta kepada pembicara untuk diulang kembali.

- 2) Radio bersifat akrab artinya seorang penyiar seolah-olah berada di kamar pendengar yang dengan penuh hormat menghidangkan acara-acara yang menggemirakan pada penghuni rumah, demikian pula seorang penceramah, seakan-akan datang kerumah dan memberikan uraian yang berguna bagi penghuni rumah sekeluarga.<sup>26</sup>
- 3) Bersifat mengandung gangguan artinya secara teknis radio menghadapi dua faktor gangguan yaitu : *semantic noise faktor* yaitu gangguan yang disebabkan oleh cuaca ( matahari, hujan, kilat dan lain-lain) dan *Chanel noise faktor* yaitu gangguan yang disebabkan oleh interferensi yakni dua gelombang atau lebih yang saling berdempetan.

Dengan demikian radio sebagai media informasi, hiburan, bisnis dan lain sebagainya ternyata mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan baik secara teknik maupun dalam operasional penyiarnya, serta efek yang ditimbulkan kepada pendengar sebagai sasaran dari berbagai produk-produk program acara siaran yang ada disiarkan radio.

---

<sup>26</sup> Onong Uchjana, *Op. Cit.*, hlm 83-84.

### c) Media Dakwah

Media Dakwah adalah “sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya”<sup>27</sup>. Media adalah “sarana untuk menyampaikan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan”<sup>28</sup>. Jika media tersebut media dakwah maka pengertiannya adalah sarana untuk menyalurkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada objek dakwah.

Lebih jauh H. Hamzah Ya’kub berpendapat bahwa media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran penghubung antara ide dengan umat, saluran penghubung tersebut biasanya disebut juga dengan metode dakwah, yang bentuk penyampaian dapat digolongkan menjadi 5 besar yaitu, Lisan, Lukisan, Tulisan, Audio Visual dan Akhlak.<sup>29</sup>

Dengan melihat kenyataan yang penulis paparkan tersebut maka dapat difahami bahwa peranan media masa khususnya radio dalam kegiatan dakwah sangat penting dan mempunyai peranan yang sangat strategis, apabila kegiatan dakwah kini dihadapkan pada perkembangan jaman dan ilmu pengetahuan serta teknologi yang semakin pesat, maka diperlukan penyesuaian serta kreatifitas dari para juru dakwah guna menjawab tantangan jaman dan demi menunjang kelancaran serta keberhasilan dakwahnya, dengan memanfaatkan media radio sebagai media dakwah.

---

<sup>27</sup> Onong, Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 6.

<sup>28</sup> Onong Uchjana, *Op. Cit.*, hlm. 16.

<sup>29</sup> Hamzah Ya’kub, *Publistik Islam*, (Bandung Diponegoro, 1986 ), hlm. 47.

## 2. Tinjauan Tentang Komunikasi Internal Organisasi

### a. Pengertian

Komunikasi berasal dari kata “*communicat*” yang berarti sama. Jika kita berkomunikasi, berarti kita mengadakan kesamaan pengertian dan persamaan makna. Menurut beberapa ahli ilmu komunikasi seperti Onong Uchana Effendy bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau merubah sikap pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Dan menurut A.W. Widjaja, yaitu komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengetahuan dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu dari kedua belah pihak bisa saling memahami.

### b. Unsur komunikasi

Ada beberapa unsure dalam komunikasi yaitu :

- 1) Komunikator, adalah penyampai pesan, dapat berupa Individu yang sedang berbicara, menulis, menggambar, melakukan gerak gerik atau sebuah organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio dan lain-lain.
- 2) Pesan (*message*), adalah keseluruhan apa yang disampaikan komunikator. Pesan seharusnya mengandung inti pesan sebagai pengarah didalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku. Pesan dapat berupa tulisan , gambar, kibaran bendera, lambaian tangan dan lain-lain yang apabila diinterpretasikan punya arti tertentu.

3) Saluran (*channel, media*), pada umumnya komunikasi sering dilakukan melalui dua cara:

- a) saluran formal bersifat resmi
- b) saluran non formal bersifat tak resmi.

Saluran formal biasanya mengikuti garis wewenang dari suatu organisasi yang timbul dari tingkat paling tinggi dalam organisasi sampai tingkat paling bawah. Sedang saluran non formal biasanya berupa desas-desus dan kabar burung, media komunikasi yang digunakan berupa alat-alat komunikasi yang dipakai komunikator untuk menyampaikan pesanya pada komunikan berupa telephone, telex, majalah, radio, TV, film, sound system.

4) Komunikan (penerima pesan), dapat merupakan seseorang yang sedang membaca, mendengarkan, memperhatikan atau anggota suatu kelompok seperti kelompok diskusi atau dapat juga berupa pembaca Koran atau penonton TV.

5) Efek (*umpan balik*), adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan apa yang kita inginkan. Efek dapat berupa tanggapan (*respon*) dari komunikan terhadap pesan-pesan yang dilancarkan komunikator dan hal ini biasanya dapat diketahui dari reaksi umpan balik komunikan.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Widjaja, A.W, *Komunikasi Dan Huibungan Masyarakat*, (Jakarta, Bumi Aksara, 1993), Hal :33

### c) Proses Komunikasi

yaitu pengoperasian dari lambang-lambang yang mengandung arti, syarat utama komunikasi dipahami yaitu lambing-lambang yang di beri arti yang sama oleh komunikator dan komunikan.<sup>31</sup>

Menurut Onong Uchana Effendy proses komunikasi dapat melalui dua cara :

- 1) Proses komunikasi primer, yaitu proses penyampaian pesan pada orang lain dengan memakai lambing(symbol) sebagai media, contoh bahasa, isyarat, gambar dan warna yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran komunikator pada komunikan dan bahasa merupakan lambing yang paling banyak digunakan.
- 2) Proses komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan pada orang lain dengan memakai alat (sarana) sebagai mediasetelah memakai lambing sebagai media pertama. Alat tersebut antara lain telephone, surat kabar, telex, radio dan lain-lain.

Perbedaan antara keduanya terletak pada penggunaan alat sebagai sarana untuk meyampaikan pesan dan feed back yang di timbulkan. Dalam proses komunikasi primer, tanggapan komunikan dapat langsung diterima dan diketahui sedang pada proses komunikasi sekunder umpan balik tidak dapat langsung diterima.<sup>32</sup> Mengutip pendapat Wilburr Scharm komunikasi akan berhasil bila pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan kerangka acuan (Frame of

---

<sup>31</sup> Astrid S. Susanto, Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek,(Jakarta:Gramedia,1978)Hal:33

<sup>32</sup> Onong Uchana Effendy,Ibid, Hal:11

reference), yakni paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan.<sup>33</sup>

Bidang pengalaman (field of experience) juga merupakan factor yang penting dalam komunikasi, yakni bila bidang pengalaman komunikator sama dengan komunikan maka komunikasi akan berjalan lancar. Tapi dalam komunikasi juga dikenal istilah “emphaty”, yakni kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain, jadi meskipun antara komunikator dan komunikan ada perbedaan dalam kedudukan, agama kepercayaan, tingkat pendidikan, ideology dan lain-lain jika komunikator mempunyai sifat emphaty maka komunikasi akan berjalan lancar.

#### **d) Sifat –sifat Komunikasi**

Dalam proses komunikasi terdapat sifat-sifat dalam menyampaikan pesan yang dimaksud, seperti

1. Tatap muka (face to face), yaitu menyampaikan pesan, informasi secara langsung dihadapan orang lain atau komunikan.
2. Bermedia, yaitu penyampaian pesan yang mengandung makna dan informasi melalui media baik cetak maupun eletronik.
3. Verbal, yaitu penyampaian pesan dengan bahasa yang saling dimengerti oleh komunikan dan komunikator.
4. Non verbal, yaitu penyampaian pesan dengan isyarat yang dapat dimengerti oleh komunikan seperti menggunakan gambar, lambaian tangan.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> ibid, hal: 13

### e) Bentuk-bentuk Komunikasi

Menurut Onong Uchana Effendy bentuk-bentuk komunikasi terdiri dari:

- 1) Komunikasi antar persona (Interpersonal Communication), komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal menggubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan, terbuka dan mematapkan pengertian suatu hal.<sup>35</sup>
- 2) Komunikasi intra manusia, merupakan komunikasi yang dilakukan didalam diri sendiri, mempertimbangkan sesuatu yang akan dilakukannya seperti merenung, berfikir.
- 3) Komunikasi kelompok, ini dilakukan untuk menyampaikan pesan pada kelompok manusia, missal dalam suatu rapat, pertemuan dan sebagainya. Bentuk yang dituju adalah rasio guna dapat menerima, menanggapi, menggolah suatu pesan dalam benak atau otak.<sup>36</sup> Komunikasi organisasi termasuk dalam komunikasi kelompok, karena organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan didalam kelompok formal maupun non formal organisasi. Jika organisasi semakin besar dan kompleks, maka demikian juga komunikasinya.<sup>37</sup>
- 4) Komunikasi massa ialah komunikasi melalui media massa modern. Dan media massa ini adalah surat kabar, film, radio dan TV. Jadi yang

---

<sup>34</sup> ibid,hal:19

<sup>35</sup> ibid,hal:17

<sup>36</sup> ibid,hal:23

<sup>37</sup> Josep a. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*,(Jakarta:Professional Books,1997)hal:340

dimaksud dengan komunikasi massa yaitu penyebaran pesan yang menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan, dan sifatnya satu arah (one way traffic).<sup>38</sup>

Adapun pengolongan komunikasi berdasarkan aliran pesan dan informasi dalam suatu lembaga atau organisasi yaitu terdapat komunikasi kebawah, keatas dan kesamping. Selain itu komunikasi juga dapat digolongkan berdasarkan gaya, tata krama dan pola aliran informasi dalam organisasi, dan dalam pengolongan ini dapat di sebut sebagai komunikasiformal dan non-formal.<sup>39</sup>

Proses komunikasi formal berlangsung ketika pesan-pesan dikirimkan dan diterima melalui pola hirarki kewenangan organisasi yang telah diterapkan dalam struktur organisasi. Sedang komunikasi non-formal terjadi antara anggota dalam suatu organisasi yang dapat berinteraksi secara bebas atau satu sama lain terlepas dari kewenangan dan fungsi jabatan mereka.

Komunikasi non-formal terjadi sebagai perwujudan dari keinginan manusia untuk bergaul, bersosialisasi dan keinginan untuk menyampaikan informasi yang dipunyainya dan di anggap tidak dipunyai teman-teman lainnya. Meskipun hubungan yang terjadi dalam komunikasi mengikuti pola yang bebas dari pengaruh organisasi formal akan tetapi komunikasi non-formal merupakan hal yang terpenting. Juga masih dalam batas aturan-aturan berkomunikasi dengan sesama yang lain.

---

<sup>38</sup> Onong Uchana Effendy, Op.cit, (Bandung: Rosda Karya, 2000) hal:50

<sup>39</sup> Gunawan Jiwanta, *Komunikasi Dalam Organisasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1985) hal:27

### 3. Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi

#### a. Komunikasi Internal

Internal mempunyai arti “*didalam*” dan yang dimaksud penulis adalah komunikasi secara luas yaitu usaha-usaha yang dilakukan Radio IC FM untuk menegakkan syariat Islam dalam kehidupan seluruh anggotanya. Jadi komunikasi internal yang di maksud penulis adalah penyampai pesan tentang syariat Islam, ide atau gagasan yang terjadi didalam radio IC FM Klaten.

Pengertian komunikasi secara terminologi menurut Warren Weaver bahwa komunikasi adalah keseluruhan suatu prosedur dengan suatu pikian keseluruhan prosedur mempengaruhi pikiran lainnya.

##### 1) Tinjauan tentang Organisasi

Menurut Dann Sugandha, organisasi dirumuskan kumpulan orang-orang yang menundukan diri pada kepentingan bersama, mengadakan interaksi dan kerja samasecara teratur sehingga mencapaiujuan bersama dalam rangka memenuhi kebutuhan dan mengatasi keterbatasan kemampuan pribadi anggotanya masing-masing<sup>40</sup>.

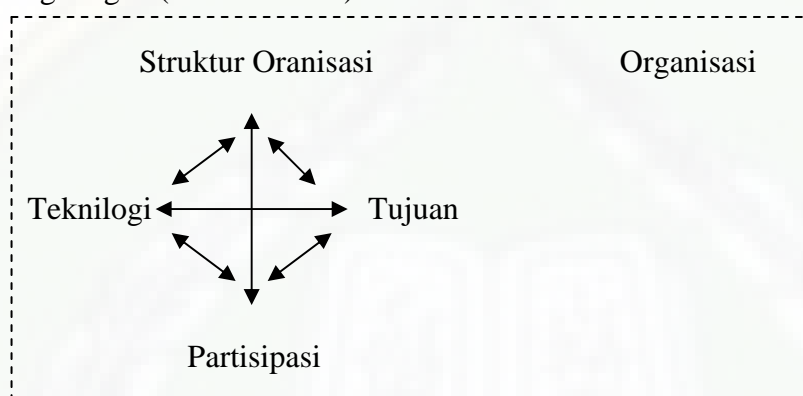
Suatu organisasi yang mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai strktur , tujuan ,saling berhubungan satu bagian dengan bagian yang lain dan tergantungkepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian yang lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksud adalah merupakan suatu system.

---

<sup>40</sup> Dann Sugandha, “*Organisasi, Komunikasi dan Teknik Memberi Perintah*”, (Bandung : CV Sinar Baru, 1966),hlm 19

Organisasi sangat bervariasi ada yang sangat sederhana dan ada pula yang sangat kompleks. Maka untuk membantu kita memahami organisasi tersebut perhatikanlah model berikut yang menggambarkan element dasar organisasi dan saling keterkaitan elemen satu dengan elemen lainnya<sup>41</sup>.

Lingkungan ( Environment)



Gb. Model Elemen Organisasi (Scott, 1981)

Elemen dasar organisasi tersebut antara lain :

- a. Struktur social, adalah pola atau aspek aturan hubungan yang ada antara partisipan didalam suatu organisasi. Struktur social menurut davis (scott, 1981) dapat dipisahkan mejadi dua komponen yaitu struktur normative dan struktur tingkah laku.
- b. Partisipan, adalah individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi.
- c. Tujuan Organisasi, ahli analisis mengatakan bahwa tujuan sangat diperlukan dalam memahami organisasi yang lainnya mempertanyakan apakah tujuan membentuk suatu fungsi dari pada membenarkan tindakan yang lalu.

<sup>41</sup> Dr. Arni Muhammad," *Komunikasi Organisasi* ",(Jakarta : Bumi Aksara, 2005),hlm 25

- d. Teknologi, maksudnya adalah penggunaan mesin-mesin atau perlengkapan mesin dan juga kemampuan teknik dan kecerampilan partisipan.
- e. Lingkungan, setiap organisasi berada pada keadaan fisik tertentu, teknologi kebudayaan dan lingkungan social, terhadap mana organisasi tersebut harus menyesuaikan diri.

## 2) Persepsi Mengenai Komunikasi Organisasi

Zelko dan Dance dalam buku karangan Dr. Arni Muhammad berpendapat bahwa :

*Komunikasi organisasi adalah suatu system yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi atasan kepada bawahan, komunikasi dengan anggota organisasi yang sama tingkatannya. Sedang komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan orang terhadap lingkungan luarnya<sup>42</sup>.*

Sedangkan Greenbaum mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi. Greenbaum membedakan komunikasi internal dan eksternal dan memandang peranan komunikasi terutama sebagai koordinasi pribadi dan tujuan organisasi dan masalah menggiatkan aktifitas<sup>43</sup>.

Meskipun bermacam-macam persepsi dari beberapa ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semua itu ada beberapa hal yang umum yang dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi terjadi dalam suatu system terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal; meliputi pesan dan arusnya, tujuan arah dan media, dan

---

<sup>42</sup> Dr. Arni Muhammad , Ibid ,hlm 66

<sup>43</sup> Ibid hlm 66 -67

meliputi orang dan sifatnya, perasaanya, hubungannya dan keterampilan atau skillnya.

### 3) Pendekatan dalam melihat komunikasi organisasi

Untuk melihat komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dapat digunakan tiga pendekatan, yaitu makro, mikro dan individual<sup>44</sup>.

#### **a. Pendekatan Makro.**

Dalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai suatu struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya.

##### 1. Memproses informasi dari lingkungan

Maksudnya adalah menyesuaikan apa yang terjadi pada lingkungan dengan jalan mentranfer informasi yang relevan dengan keadaan dalam organisasi, kemudian merumuskan suatu respon yang tepat terhadap input informasi tersebut. Informasi ini kemudian digunakan untuk melakukan identifikasi dan penentuan tujuan organisasi.

##### 2. Identifikasi

Suatu organisasi menggunakan informasi yang telah diproses dari lingkungan untuk mencapai beberapa macam negoisasi, persetujuan dengan relasi yang potensial dari langganannya. Proses penyesuaian diri dinamakan dengan identifikasi. Berdasarkan informasi organisasi berusaha untuk mengkoordinasi segala kegiatan supaya dapat memenuhi keinginan dari para langganannya. Tanpa dikomunikasikan, langganannya tentu tidak mengetahui bahwa organisasi telah meningkatkan pelayanan.

---

<sup>44</sup> Ibid hlm 74

### 3. Integrasi dengan organisasi lain.

Tidak ada organisasi bergerak dalam keadaan terisolasi. Setiap organisasi dipengaruhi oleh aktifitas organisasi lain dalam lingkungannya. Organisasi mesti memonitor aktifitas ini, menentukan apa pengaruh aktifitas itu kepadanya.

### 4. Penentuan tujuan

Dari semua kegiatan organisasi secara makro yang memerlukan komunikasi yang sangat penting adalah menentukan tujuan organisasi. Organisasi seharusnya tidaklah menentukan tujuannya sebelum memperoleh informasi mengenai lingkungan memprosesnya, melakukan identifikasi dengan langganan yang potensial dan melakukan integrasi yang cukup dengan organisasi lain untuk memperjelas tujuannya. Informasi yang berasal dari semua interaksi ini kemudian dapat digunakan untuk menentukan tujuan organisasi.

#### **b. Pendekatan Mikro**

Pendekatan ini memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan sub-unit pada satu organisasi. Ada beberapa aktifitas atau kegiatan dalam pendekatan mikro, yakni sebagai berikut :

#### 1. Orientasi dan Latihan.

Latihan merupakan suatu cara yang khas dari komunikasi penugasan<sup>45</sup>.

Kesamaan dari komunikasi penugasan adalah penerapannya secara langsung dibidang kerja. Perbedaannya, komunikasi penugasan biasanya mencakup satu

---

<sup>45</sup> A.A. Gondokusumo, M.A., Ph.d, " komunikasi Penugasan", (Jakarta : PT. Gunung Agung, 1983 ), hlm 119

atau beberapa tugas tertentu, sedangkan latihan dapat mengenai berbagai kemungkinan tugas dibidang yang bersangkutan.

Sedangkan orientasi adalah proses yang terus menerus yang menghendaki komunikasi untuk membawa orang lain melihat apa yang sedang berlangsung dalam suatu organisasi. Tugas memberi orientasi dapat dilakukan oleh pimpinan unit-unit organisasi maupun oleh unit lainnya.

## 2. Keterlibatan anggota

Dalam organisasi sangat diperlukan keterlibatan anggota dalam unitnya masing-masing untuk menjaga kelancaran tugas organisasi. Sebab bila suatu unit kerja organisasi macet akan mempengaruhi kepada keseluruhan tugas organisasi. Untuk mengajak ,mendorong anggota unit organisasi mau bekerja adalah menggunakan komunikasi dan itu adalah merupakan tugas dari pimpinan unit masing-masing.

Keterlibatan anggota dalam tugas merupakan partisipasi yang mengutamakan penerimaan. Sedang perintah dan persuasi lebih mengutamakan kualitas yang bergantung keterampilan pihak atasan dalam memimpin.

## 3. Penentuan iklim organisasi

Iklim organisasi ditentukan oleh bermacam-macam factor diantaranya tingkah laku pimpinan, tingkah laku teman kerja dan tingkah laku organisasi. Tetapi pada umumnya iklim organisasi ditentukan oleh tingkah laku komunikasi dari pimpinan kepada kelompoknya. Pimpinan yang tidak mau bicara dengan bawahannya dan tidak pula ambil pusing dengan apa yang dilakukan mereka mungkin akan menjadikan bawahannya malas bekerja dan tidak produktif.

#### 4. Supervisi dan pengarahan.

Tugas-tugas dalam organisasi perlu diawasi, dikontrol serta diarahkan sesuai dengan criteria yang telah dtentukan. Supervisor bertanggung jawab terhadap orang-orang yang dibawahnya dan membantu orng tersebut agar dapat melakukan pekerjaan sebaik mungkin dan semua kegiatan supervisi dilakukan dengan menggunakan komunikasi.

#### 5. Kepuasan kerja

Hal ini sangat penting dalam organisasi. Bila orang tidak merasakan senang dengan situasi kerjanya, biasanya merekamwengatakan bahwa tidak puas dengan pekerjaannya. Ada dua hal yang mungkin menyebabkan orang tidak puas dengan pekerjaan ini. Hal pertama, apabila orang tersebut tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaannya. Yang kedua, apabila hubungan teman sekerja kurang baik.

Atau dengan kata lain ketidakpuasan kerja ini berhubungan dengan masalah komunkasi. Tidak ada pula bukti-bukti yang menyatakan bahwa organisasi yang baik komunikasinya akan menjami kepuasan kerja anggotanya, karena kepuasan kerja ini banyak ditentukan oleh factor-faktor lain tidak hanya oleh factor komunikasi.

#### **c) Pendekatan Individu**

Pendekatan ini berpusat kepada tingkah laku kumunikasi individu dalam organisasi. Semua tugas-tugas yang telah diselesaikan dengan pendekatan Individual organisasi<sup>46</sup>, pendekatan individual tersebut antara lain :

---

<sup>46</sup> Dr. Arni Muhammad, Op. Cit., hlm : 80

1. Berbicara dengan kelompok kerja.

Hal ini dapat dilakukan oleh seorang anggota , supervisor atau anggota kelompok lainnya. Kerja kelompok adalah pusat efektifitasnya kerja organisasi. Oleh karena itu seseorang harus mempunyai keterampilan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat menerima dan memberi informasi yang diperlukan dalam melakukan tugas kelompok.

2. Menghadiri dan berinteraksi dalam rapat-rapat

Rapat adalah satu cara kehidupan organisasi yang umum. Oleh karena itu seorang anggota organisasi dalam interaksi rapat-rapat yang mencakup keterampilan dalam memberikan informasi, membujuk anggota lain untuk menerima usulan atau mengarahkan rapat bila diperlukan.

3. Menulis

Organisasi banyak memerlukan materi cetak dan tertulis. Materi ini didistribusikan dalam organisasi dan untuk luar organisasi. Anggota yang bertugas dalam hal ini dituntut mempunyai keterampilan dalam menulis dan mengetik, juga harus bisa mengonsep surat untuk kepentingan organisasi.

4. Berdebat untuk suatu usulan.

Orang dalam organisasi harus membuat suatu usulan atau program baru mengenai aktifitas yang akan dilakukan. Agar usulannya dapat diterima orang perlu keterampilan berkomunikasi untuk menyakinkan

dan membujuk orang lain untuk menerima usulan atau programnya.

Atau kata lain harus pandai berdebat.

#### 4) Jaringan dalam komunikasi organisasi.

Peranan individu dalam system komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan yang lain dalam organisasi. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi<sup>47</sup>.

Jika pesan itu mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki atau tingkatan dalam organisasi atau fungsi pekerjaan maka informasi itu menurut jaringan formal. Ada 3 bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal antara lain :

##### 1. Komunikasi ke Bawah ( Downward communication )

Komunikasi kebawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau pimpinan kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas dan pemeliharaan.

##### a) Tipe komunikasi kebawah

1. Intruksi tugas, yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya.

---

<sup>47</sup> ibid, hlm :102

2. Rasional, yaitu pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau obyektif organisasi.
3. Ideology, yaitu pesan yang menjelaskan atau mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas, moral dan motivasi.
4. Informasi, dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi, peraturan-peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan dan data lain yang tidak berhubungan dengan intruksi dan rasional.
5. Balikan (*feed back*), yaitu pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaan

b) Metode komunikasi ke bawah

Pace (1989) mengemukakan ada 4 metode dalam komunikasi ke bawah yaitu metode lisan, tulisan, gambar dan campuran dari lisan tulisan dan gambar<sup>48</sup>. Untuk menentukan metode yang tepat digunakan oleh pimpinan ada kriteria yang harus diperhatikan, yaitu: ketersediaan, biaya, dampak, relevansi, respon, dan skill atau keterampilan.

2. Komunikasi ke Atas (Upward communication )

Maksudnya adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkatan yang lebih rendah kepada tingkatan yang lebih tinggi. Komunikasi keatas mungkin banyak mengandung informasi yang tidak ada hubungannya

---

<sup>48</sup> ibid ,hlm :144

dengan pekerjaan dan mengenai banyaknya, mungkin lebih banyak komunikasi dari bawahan kepada atasan daripada sebaliknya<sup>49</sup>.

a. Fungsi komunikasi keatas

Menurut Pace (1989) fungsinya adalah sebagai berikut :

1. Supervisor dapat mengetahui kapan bawahannya sisp diberi informasi dari mereka dan bagaimana baiknya mereka menerima apa yang disampaikan karyawan.
2. Arus komunikasi keatas memberikan informasi yang berharga bagi pembuat keputusan.
3. Memperkuat apresiasi dan loyalitas karyawan terhadap organisasi.
4. Membolehkan, bahkan mendorong desas-desus muncul dan membiarkan supervisor mengetahuinya.
5. Menjadikan supervisor dapat menentukan apakah bawahan menangkap arti seperti yang dia maksudkan dari arus informasi ke bawah.
6. Membantu karyawan mengatasi masalah-masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dalam tugas-tugasnya dan organisasi.

b. Prinsip-prinsip Komunikasi ke Atas

Beberapa prinsip tersebut antara lain :

1. Harus direncanakan
2. Berlangsung terus menerus
3. Menggunakan salura yang rutin
4. Memerlukan pendengar yang obyektif

---

<sup>49</sup> T.M. Lillico, "Komunikasi Manajement", (Jakarta : Erlangga, 1984 ), hlm : 55

5. Memerlukan pengambilan tindakan berespon terhadap masalah
6. Menggunakan bermacam-macam media dan metode untuk memajukan arus informasi

### 3. Komunikasi Horizontal (Horizontal communication )

Komunikasi Horizontal adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatannya dalam organisasi. Kebutuhan akan koordinasi antara bagian-bagian dalam organisasi menambah komunikasi horizontal. Komunikasi horizontal bertambah karena kekuasaan atau otoritas sentralisasi menjadi berkurang. Komunikasi horizontal akan terus berkembang dan terkadang tidak terkontrol. Komunikasi horizontal mempunyai tujuan tertentu diantaranya sebagai berikut :

- a. mengkordinasikan tugas-tugas
- b. saling membagi informasi untuk perencanaan dan aktifitas
- c. memecahkan masalah yang timbul diantara orang-orang yang berada dalam tingkatan yang sama
- d. menyelesaikan konflik diantara anggota yang ada dalam bagian dalam organisasi juga antara bagian dengan bagian lainnya
- e. menjamin pemahaman yang sama
- f. mengembangkan sokongan interpersonal

Dalam rangka hubungan antar jabatan, komunikasi horizontal biasanya timbal balik jawaban atau reaksi dikemukakan pada waktu itu juga sehingga informasi dari A dapat disesuaikan dengan informasi atau pendapat B<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> A.A. Gondokusumo, M.A., Ph.D. Op.Cit., hlm :3

ada reaksi umpan balik (*feed back*) yang tidak diberikan pada seketika itu juga dan ada pula yang diperlukan reaksi seketika. Biasanya komunikasi sehari-hari antara atasan dan bawahan mengenai hal-hal yang biasa memerlukan reaksi seketika.

#### **b. Komunikasi Eksternal**

Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.

##### **a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak.**

Komunikasi ini pada umumnya bersifat informative, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin.

##### **b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi.**

Komunikasi ini merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan yang dilakukan oleh organisasi.

Dalam tulisan ini penulis hanya menjelaskan sedikit penjelasan mengenai komunikasi eksternal karena penulis dalam penelitiannya hanya akan terfokus pada komunikasi yang terjadi didalam radio IC FM karena dalam dunia penyiaran radio siaran program disiapkan oleh seorang yang ahli sehingga bahan yang

disampaikan sangat berbobot dan materi yang telah disampaikan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari yang dikelola oleh Badan Penyiaran<sup>51</sup>.

## **G. KAJIAN PUSTAKA**

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, sejauh ini Studi tentang Dimensi Dakwah dalam Komunikasi Internal di Radio IC (Islamic Center) Klaten, khususnya di lingkungan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta belum pernah dilakukan.

Sebagai pegangan penulis akan mengacu kepada beberapa pemikiran dan pembahasan yang nantinya juga bagian dari teori yang digunakan dalam penelitian skripsi ini.

Pertama, sebuah skripsi karya Nana Cahana mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Proses Komunikasi Organisasi Remaja Masjid Jogokaryan di Kecamatan Mantrijeron Yogyakarta* tahun 2006. Penelitian ini menyatakan bahwa dalam proses komunikasi organisasi yang terdiri dari serangkaian kegiatan komunikasi yang mengandung perubahan dan saling berhubungan. Contohnya adalah komunikasi eksternal terjadi dalam menyikapi permasalahan yang terjadi dilingkungannya, seperti memproses informasi, mengidentifikasinya dan beritergrasi dengan organisasi lain dalam berbagai kegiatan. Sedang komunikasi Internal terjadi untuk mengkoordinasikan kegiatan

---

<sup>51</sup> Onong Uchjana Effendy, 'Radio Siaran Teori dan Praktek', (Bandung : Mandar Maju,1990), hlm : 87-88

individu dan kelompok. Proses ini dilakukan dengan melalui beberapa pendekatan, orientasi dan latihan

Sumber lain yaitu skripsi karya Rusyanti mahasiswi Jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Hubungan antara Komunikasi Organisasi dengan pelaksanaan Dakwah di KODAMA Yogyakarta* tahun 2003. Penelitian ini menyatakan bahwa adanya hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di KODAMA Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena semakin baik atau tinggi komunikasi organisasi akan menyebabkan aktivitas dakwah dalam organisasi tersebut menjadi efektif.

Berdasarkan kajian pustaka diatas, karya-karya dan tulisan-tulisan yang membahas komunikasi dalam penguatan organisasi dan dalam pelaksanaan dakwah Islami serta aspek-aspek lain sudah cukup banyak, tetapi dari karya-karya dan tulisan-tulisan yang sudah ada tersebut belum ada yang meneliti mengenai komunikasi Internal organisasi penyiaran radio secara spesifik dan mendalam, untuk itu penulis merasa terpanggil untuk mengadakan penelitian tentang Dimensi Dakwah dalam Komunikasi Internal di Radio Islamic Center (IC) 106,7 FM Klaten.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut diatas menjadi acuan penulis dalam membahas proses komunikasi Internal Radio IC 106,7 FM yang lebih menekankan pada sifat komunikasi serta fungsinya dalam organisasi.

## H. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah cara-cara ilmiah yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian. Sedang penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan mengkaji kebenaran suatu pengetahuan yang dilaksanakan dengan jalan menggunakan metode-metode ilmiah.<sup>52</sup> Dan penelitian ini merupakan jenis penelitian diskriptif yaitu suatu bentuk penelitian yang menitik beratkan uraian dari berbagai peristiwa nyata yang didapat pada waktu penelitian dilakukan.

### 1. Metode Pengumpulan Data

Yang dimaksud disini adalah cara yang harus ditempuh untuk memperoleh data atau informasi yang diperoleh dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan :

#### a. Metode Interview

Metode interview adalah metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penyelidikan.<sup>53</sup> Metode Interview ini merupakan metode pokok yang digunakan untuk pengumpulan data dari informan.

Metode interview digunakan untuk memperoleh dan mengetahui data tentang komunikasi internal yang terjadi di radio IC FM, baik cara maupun intensitas pelaksanaannya. Dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalahan akibat kesalahan informasi dari interview, maka yang akan di wawancarai atau yang dijadikan informan antara lain :

---

<sup>52</sup> Sutrisno hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Andi Offset,1989),hal. 4.

<sup>53</sup> Sutrisno hadi, *ibid*, hal : 193

1. Direktur
2. Staf
3. Narasumber yang berkompeten lainnya yaitu penyiar, dai dari luar.

Dalam melakukan interview penulis menggunakan metode wawancara bebas terpimpin dan hanya melakukan wawancara secara lepas tanpa ada Interview Guide agar terlihat santai dan akrab tapi tidak lepas dari apa yang akan dimaksudkan oleh penulis inginkan. Dalam hal ini berfungsi sebagai metode primer, dalam rangka untuk memperoleh data yang lengkap.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, notulen rapat, agenda, buku, surat kabar dan lain-lain.<sup>54</sup>

Metode ini merupakan metode penunjang yang digunakan untuk memperoleh dan mencatat data secara langsung tentang jadwal penyiaran, letak geografis, struktur organisasi beserta tugas-tugasnya dan data administrasi lainnya.

c. Metode observasi

Observasi adalah cara untuk mengumpulkan data dengan datang mengamati secara langsung maupun tidak langsung terhadap subyek yang diteliti<sup>55</sup>.

Observasi ini menggunakan teknik partisipasi moderat (*Moderate Participation*)<sup>56</sup> yang akan peneliti lakukan di Radio IC FM Klaten.

---

<sup>54</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian (suatu pendekatan praktek)*, (Yogyakarta :Rhineka Cipta.1991),hal :188

<sup>55</sup> Dudung Abdur Rahmah, *metode penelitian sejarah*, (Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1999), hlm : 32

<sup>56</sup> Dalam observasi ini terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Peneliti dalam mengumpulkan data ikut observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan tapi tidak semuanya. Lihat Prof. Dr. Sugiono, memahami penelitian kualitatif, (bandung : Alfabet,2005),hlm :66

#### d. Metode Analisis Data

Analisis data adalah usaha yang konkret untuk membuat data “berbicara”<sup>57</sup>. Sebagai penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, analisa data dilakukan dengan menggunakan pengolahan data kualitatif yakni dengan menggambarkan, menguraikan, dan menganalisis data menurut hasil yang diperoleh peneliti. Untuk menganalisis data tersebut, penulis memberikan interpretasi dari fakta atau data yang diperoleh melalui penelitian yang kemudian diambil kesimpulan tentang proses komunikasi internal di radio IC FM. Adapun pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

##### a) Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar, yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasi data sedemikian rupa, sehingga dapat ditarik kesimpulan data verifikasi.<sup>58</sup> Data yang diperoleh di lapangan baik berupa hasil pengamatan, wawancara, serta dokumentasi dirangkum, disederhanakan dan dipilih hal-hal yang pokok dan ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga diperoleh gambaran yang tajam tentang hasil pengamatan, wawancara serta dokumentasi tersebut.

---

<sup>57</sup> Winarto surahmadi, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (bandung : Tarsito, 1985), hlm: 19

<sup>58</sup> Matthew B. Miles & A. Mitchel Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, penerjemah Tjetjep Rosidi, (Jakarta: UI Press, 1993), hal.. 16

b) Penyajian Data

Hasil dari reduksi itu disajikan dalam bentuk laporan secara sistematis yang mudah dipahami sebagai satu kesatuan. Sedangkan data-data yang berasal dari angket akan disajikan dalam bentuk kalimat yang bersifat kualitatif.

c) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

Hasil dari penelitian berdasarkan reduksi data dan penyajian data yang telah dianalisis, kemudian ditarik kesimpulan yakni dengan menggunakan pola pikir induktif.

## 2. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang di cari. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer yang digunakan adalah teknik wawancara kepada pihak-pihak yang secara langsung mempunyai hubungan erat dan relevansi dengan obyek.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh dari penelitiannya. Data sekunder biasanya berujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.<sup>59</sup> Data yang menjadi arsip di radioIC FM merupakan data lain yang mendukung dalam mencari data.

---

<sup>59</sup> Syaifudin azwar, *metode penelitian*,(Yogyakarta : Pustaka Pelajar,1998)hal : 91

## **I. Sistematika Pembahasan**

Agar penelitian ini lebih terarah dan lebih sistematis maka penulis akan memaparkan gambaran umum tentang tahapan-tahapan penelitian dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I berisi pendahuluan, yang membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II memuat gambaran umum Radio Islamic Center (IC) 106,7 FM sebagai lokasi berlangsungnya penelitian, yang meliputi: Gambaran Umum Radio IC FM, Sejarah Berdirinya, letak Geografis, dan komunikasi internal di radio tersebut.

BAB III, bab ini berfokus pada pembahasan terhadap penulisan skripsi dan analisa yang berisi laporan penelitian tentang komunikasi yang terjadi di radio IC FM tentang komunikasi internal radio yang mempengaruhi perilaku keagamaan anggota dilihat dari proses komunikasi dengan melihat pendekatan komunikasi, proses komunikasi dengan melihat media komunikasi, dan proses komunikasi dengan melihat jaringan komunikasi.

Bab Keempat, Bab ini merupakan bagian penutup yang didalamnya berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup. yang kemudian dilengkapi dengan beberapa lampiran yang relevan dan penting menurut penulis.

## **BAB. IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dari skripsi ini, maka kesimpulan yang dapat penulis kemukakan antara lain :

1. Proses komunikasi berdasarkan pendekatan komunikasi Internal Organisasi terdiri serangkaian kegiatan komunikasi dimana kegiatan tersebut merupakan perubahan yang saling berhubungan dengan komunikasi internal untuk mengkoordinasikan kegiatan individu dan kelompok di IC. Dalam hal ini mereka melakukan pendekatan Individu dan Kelompok yang berarti melakukan sebuah kegiatan tersebut tidak lepas dari cara berkomunikasi antar anggota yang menghasilkan koordinasi yang baik pula. Proses komunikasi internal ini melalui beberapa pendekatan Orientasi dan Latihan, memperhatikan aspek keterlibatan anggota, menentukan Iklim Organisasi, Supervisi dan Pengarahan, dan memperhatikan kepuasan kerja.
2. Proses komunikasi dengan melihat media komunikasi di radio IC menggunakan dua media komunikasi yaitu Primer dan Sekunder. Disini bahasa sering mereka gunakan dalam tahap komunikasi Primer. Sedangkan dalam komunikasi sekunder mereka banyak memanfaatkan organisasinya sendiri yaitu dengan media Elektronik Radio IC FM.
3. Proses komunikasi dengan melihat jaringan komunikasi menunjukkan tiga bentuk jaringan komunikasi sehingga terjadi pola komunikasi yaitu

komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, dan komunikasi horizontal. Di radio IC ini dalam penerapan komunikasi internal organisasi dengan melihat jaringan komunikasi tidak ada masalah. Semua dapat melakukan komunikasi menurut porsi yang berlaku di radio IC FM Klaten.

## **B. Saran-saran**

Setelah penulis melakukan penelitian di radio IC dalam pengembangan komunikasi khususnya komunikasi Internal Organisasi di radio IC yang dilihat dari pendekatan komunikasi internal, untuk kemajuan stasiun radio Islamic Center Klaten penulis memandang perlu memberikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan dalam hal mensyariatkan pribadi dan umum yang diatur dalam visi dan misi stasiun radio Islamic Center Klaten maupun dalam hal siaran dakwah Islam sebagai berikut :

1. Proses komunikasi internal melalui beberapa pendekatan Orientasi dan Latihan memperhatikan aspek keterlibatan anggota, menentukan Iklim Organisasi, Supervisi dan Pengarahan, dan memperhatikan kepuasan kerja penulis sarankan agar lebih diberikan pendekatan agar pemahaman akan Islam bisa lebih Kaffah dan benar menurut syariat Islamiyah.
2. Proses komunikasi dengan melihat media komunikasi di radio IC penulis tidak terlalu mempermasalahakan karena di Radio IC ini telah menjunjung tinggi syariat Islam dalam hal komunikasi Interpersonal yang terjadi.
3. Proses komunikasi dengan melihat jaringan komunikasi yang terjadi di radio IC perlu sedikit penekanan demi berlangsungnya radio IC di masa depan

### **C. Kata Penutup**

Tiada kata yang lebih pantas penyusun panjatkan selain rasa syukur yang mendalam kehadiran Allah SWT. Berkat pertolongan, kekuatan, dan kasih sayangnya-lah akhirnya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kelebihan dan kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini dapat menjadi pelajaran bagi penyusun dan pembaca sekalian. Kritik dan saran yang membangun terhadap penyusunan ini sangat penyusun hargai.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Gondokusumo, M.A., Ph.d, ” *Komunikasi Penugasan*”, (Jakarta : PT. Gunung Agung, 1983 )
- Anwar Masy’ari, *Studi tentang Ilmu Dakwah*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1981)
- Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia, 1978)
- Charles R Wright, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: CV Remaja Karya, 1996)
- DEPAG RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bumi Restu, 1974)
- Dann Sugandha, “*Organisasi, Komunikasi dan Teknik Memberi Perintah*”, (Bandung : CV Sinar Baru, 1966)
- Dr. Arni Muhammad,” *Komunikasi Organisasi* ”,(Jakarta : Bumi Aksara, 2005)
- Dudung abdur rahmah, *Metode Penelitian Sejarah*, (Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1999)
- Gunawan Jiwanta, *Komunikasi Dalam Organisasi*,(Yogyakarta: Andi Offset, 1985)
- Hasan Shadely dan John M. Echol, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1984)
- Inda Susanti ,”*family: Menyaring Pengaruh Negative Media*”,(Jakarta :Seputar Indonesia ,rabu 21 november 2007
- Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: CV Remaja Karya 1986
- John.M Echols Dan Hassan Shabbily, *Kamus Inggris-Indonesia*,(Jakarta: gramedia,tt)
- Josep a. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*,(Jakarta:Professional Books,1997)
- Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004
- Moh. Rifai, *300 Hadis Bekal Dakwah dan Pembinaan Pribadi Muslim*, Semarang: Wicaksana, 1980
- Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1997
- Masbuchin, *Metodologi Siaran Keagamaan Melalui Radio dan Televisi*, (Jakarta: DEPAG RI, 1981 )
- Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktik*. Bandung: Mandar Maju, 1991.
- Suharsini arikunto, *Prosedur Penelitian (suatu pendekatan praktek)*, Yogyakarta : Rhineka Cipta.1991
- Slamet Muhaemin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, Surabaya : Usaha Nasional, 1994

Syaifudin azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998)

Toto Taswara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV Gaya Media Pratama: 1987  
T.M. Lillico, *“Komunikasi Manajemen”*, (Jakarta : Erlangga, 1984 ),

Widjaja, A.W, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta, Bumi  
Aksara, 1993),.

W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai  
Pustaka, 1976) cet. V

Winarto surahmadi, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (bandung : Tarsito, 1985)