

**PENGARUH INTENSITAS MENGIKUTI UKM KORDISKA DAN  
EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KOMITMEN  
BERDAKWAH BAGI ANGGOTA KORDISKA DI UIN SUNAN  
KALIJAGA YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Dewi Maesaroh**  
NIM 12210066

**Pembimbing:**

**Dr. Musthofa, S. Ag., M. Si**  
19680103 199503 1 001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2016**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-01/Un.02/DD/PP.00.9/11/2016

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGIKUTI UKM KORDISKA DAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KOMITMEN BERDAKWAH BAGI ANGGOTA KORDISKA DI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEWI MAESAROH  
Nomor Induk Mahasiswa : 12210066  
Telah diujikan pada : Jumat, 09 September 2016  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Mustofa, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19680103 199503 1 001

Penguji I

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si.  
NIP. 19680501 199303 1 006

Penguji II

Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.  
NIP. 19780717 200901 1 012

Yogyakarta, 09 September 2016  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN



Dr. Nurjannah, M.Si.  
NIP. 19600310 198703 2 001



### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
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 : Dewi Maesaroh  
NIM : 12210066  
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Agustus 2016

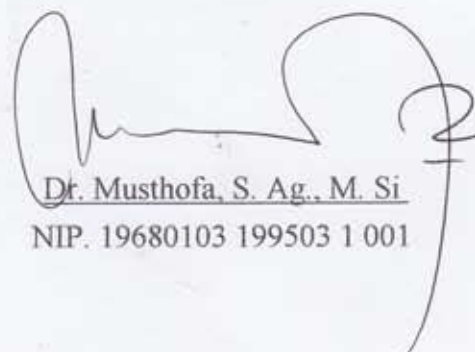
Mengetahui,

Plt. Ketua Jurusan KPI

Pembimbing



Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum  
NIP. 19700125 199903 1 001



Dr. Musthofa, S. Ag., M. Si  
NIP. 19680103 199503 1 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Maesaroh  
NIM : 12210066  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 23 Agustus 2016

Yang menyatakan,

A 6000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the text 'METERAI TEMPEL', the number '29054ADF609685558', and '6000 ENAM RIBU RUPIAH'. The signature is in black ink and appears to be 'Dewi Maesaroh'.

Dewi Maesaroh  
NIM. 12210066

## **SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN UNTUK :**

Kedua orang tua yang telah mendidik dan menyemangati dengan sepenuh hati, penuh kasih sayang, dan penuh dengan candaan, Pak Imam Zuhri dan Ibu Sugiarti. Semoga Allah permudah segala urusan, meridhai setiap derap langkah, serta nikmat kesehatan kepada mereka.

Kepada saudara-saudara tercintaku M. Makrus Ismail, Tsamrotul Mu'awanah, Wilhanul Haq, dan Ahmad Mishbah Fauzi. Kalian luar biasa. Serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memotivasiku.

Kerabat-kerabati seperjuangan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2012 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## HALAMAN MOTTO

**جلب المصالح ودرء المفساد**

(Syeikh Abu Bakar Bin Abi al-Qasim al-Ahdaliy)

**“The only way to do great work is to love what you do”**  
(Steve John)

**“Selangkah lebih maju dengan ilmu amali dan amal  
‘ilmy”**

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Sholawat serta salam senantiasa peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Peneliti menyadari, bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti haturkan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Drs. Abdul Rozak, M. Pd, serta seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Mohammad Zamroni, S. Sos.I., M. Si., yang telah membimbing dan emmberikan arahan selama menjalani kuliah.

5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Musthofa, S. Ag., M. Si., yang telah sabar membantu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Seluruh teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2012, khususon Chika, Isty, Ani, Sari, Arinta, Eki, Nurul, Ita, Naim, Rahma, Tsaniyah, Imah, Umuaeman, Bang Prad, Ayu G., Ninis, Endah, yang saling mengisi, memotivasi, dan menyemangati selama ini.
7. Mbak Sinta Isthofa Haniek M.Pd.I, Mbak Retno Hidayah Astuti S.Pd.I, Marwah Rusdiyana, dan Ani Maghfiroh, Amel, Mira, Ageng, Patrik, Kikina, Popon, Nurul, Rida, terima kasih atas kebaikan kalian yang telah memberi tumpangan sementara selama ini.
8. Keluarga Pak Kustianto dan Bu Rina serta seluruh keluarga besar Cherryka Bakery yang telah berbesar hati menampung saya selama menempuh ilmu di Jogja.
9. Kawan-kawan UKM KORDISKA UIN Sunan Kalijaga yang telah mengajarku untuk saling menghargai akan arti dari sebuah perbedaan, keberagaman dan kebhinekaan dalam bermasyarakat. Untuk kalian semua yang tak bisa kusebut satu-satu, terima kasih yang sebesar-besarnya kawan.
10. Kawan-kawan LPM BUKIT, Isti Khomalia, Tsaniyah Faedah, Naimatussadiyah, Nurul Hidayati Yunaida, Rusdiyanto, Ulfa, Alfi, Fatiha, Mas Adi, Mas Toni, Kak Dieny, Mas Hisdan, Mbak Tika, Mas Syakir yang telah mengajari ilmu kejournalistikan dan organisasi.



11. Seluruh keluarga IKAMARU Jogja dimanapun kalian berada, khususnya Galih, Popon, Yana, Iroh, Sofia, Imam, Halim, Anang, Reza, Beduk, Basdo, Tika, Nana, Ida, Uyun, Ridung, CN, Yayah, Heni, Asna, terimakasih atas solidaritasnya selama ini.
12. Teman-teman seperjuangan Kuliah Kerja Nyata (KKN), Lek Vina, Ambar, Mamah, Zuhro, Fiful, Pampam, Gozhali, Katon, Fatoni. Terima kasih telah menjadi warna di kehidupan peneliti, berkat kalian peneliti belajar untuk memahami arti perbedaan.
13. Teman-teman magang Harian Jogja, Umuaeman, Isty Flo, Tsaniyah, Imah, Nonik, Ilham, serta jajaran karyawan dan reporter Harian Jogja Pak Oto, Pak Amir, Kak Itoh, Mas Jum, Mas Arif, Mbak Ila, Mas Samsu, dan seluruh kerabat yang bertugas, terimakasih ilmu dan pengalamannya.

Jazakumullahu khoiron katsiron. Semoga Allah senantiasa melimpahkan segala Rahmat-Nya. Semoga penelitian sederhana ini dapat bermanfaat untuk penulis, pembaca, UIN Sunan Kalijaga, serta masyarakat umum. Amin.

Yogyakarta, 23 Agustus 2016

Penyusun

Dewi Maesaroh  
12210066

## ABSTRAK

Komunikasi mempunyai peran besar dalam setiap kegiatan sosial, begitu juga dalam sebuah organisasi dakwah. Berbagai unsur dalam komunikasi saling memberikan kontribusi dalam pencapaian tujuan sebuah organisasi dakwah. Kelancaran dalam proses komunikasi dapat membantu pembangunan komitmen dalam sebuah organisasi dakwah. Tumbuhnya keaktifan, kesungguhan, serta sikap peduli terhadap organisasi diawali dari efektifnya komunikasi yang dibangun oleh masing-masing anggota dalam organisasi. Dengan begitu, komitmen berdakwah masing-masing anggota dalam organisasi dakwah dapat terbentuk dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh intensitas mengikuti organisasi dakwah dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif dimana data yang diperoleh adalah data primer dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, analisis korelasi, dan analisis regresi. Peneliti juga menggunakan bantuan Program SPSS versi 17.0 guna mempermudah pengolahan data, serta menggunakan *Google Form* untuk membantu sebaran angket kepada para responden.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan efektivitas komunikasi organisasi, kemudian hubungan yang signifikan pula antara efektivitas komunikasi organisasi dengan komitmen berdakwah, serta adanya hubungan signifikan antara intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan komitmen berdakwah. Terdapat pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi secara bersama-sama terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kemudian tingkat intensitas anggota UKM KORDISKA dalam mengikuti kegiatan organisasi tergolong sedang, sementara tingkat efektivitas komunikasi organisasi bagi anggota UKM KORDISKA juga sedang, dan tingkat komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA juga tergolong sedang.

Kata kunci : Intensitas, Komunikasi Organisasi, Komitmen Berdakwah, UKM KORDISKA.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kerangka Teori.....	14
1. Tinjauan Intensitas Mengikuti Organisasi Dakwah.....	14
2. Tinjauan Komunikasi dalam Organisasi.....	15
3. Tinjauan Komitmen Berdakwah.....	20
4. Hubungan Intensitas Mengikuti Kegiatan Dakwah dengan Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi Dakwah.....	26
5. Hubungan Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi Dakwah dengan Komitmen Berdakwah Bagi Anggota Organisasi Dakwah.....	27
6. Hubungan Aktif Mengikuti Organisasi Dakwah dan Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi dengan Komitmen Berdakwah.....	28
7. Teori Hubungan Manusia.....	32
G. Hipotesis.....	37
H. Sistematika penulisan.....	38
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Jenis Analisis Penelitian.....	39
B. Variabel Penelitian.....	39
C. Definisi Konseptual.....	40
D. Definisi Operasional.....	44
E. Populasi dan Sampel.....	45
F. Sumber Data.....	46
G. Instrumen Penelitian.....	47
H. Teknik Pengumpulan Data.....	50
I. Validitas dan Reliabilitas.....	51
J. Analisis Data.....	56

BAB III GAMBARAN UMUM.....	60
A. Sejarah UKM KORDISKA.....	60
B. Visi dan Misi UKM KORDISKA.....	61
C. Fungsi UKM KORDISKA.....	61
D. Kegiatan dan Kapasitas UKM KORDISKA.....	62
E. Struktur Organisasi UKM KORDISKA.....	66
 BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	 68
A. Penyajian Data.....	68
1. Karakteristik Responden.....	68
2. Deskripsi Data Penelitian.....	68
3. Deskripsi Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA...	69
B. Intensitas mengikuti UKM KORDISKA bagi Anggota UKM KORDISKA.....	69
C. Efektivitas Komunikasi Organisasi bagi Anggota UKM KORDISKA.....	70
D. Komitmen Berdakwah Bagi Anggota UKM KORDISKA.....	71
E. Analisis Uji Prasyarat.....	72
1. Uji Normalitas.....	72
2. Uji Linieritas.....	73
F. Analisis Data.....	74
1. Hubungan Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Efektivitas Komunikasi Organisasi.....	74
2. Hubungan Efektivitas Komunikasi Organisasi dengan Komitmen Berdakwah.....	75
3. Hubungan Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Komitmen Berdakwah.....	76
4. Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA terhadap Komitmen Berdakwah bagi Anggota UKM KORDISKA.....	76
5. Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi di UKM KORDISKA terhadap Komitmen Berdakwah bagi Anggota UKM KORDISKA	79
6. Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah Bagi Anggota UKM KORDISKA.....	81
G. Pembahasan.....	86
 BAB V PENUTUP.....	 90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	92
C. Penutup.....	92
 DAFTAR PUSTAKA.....	 93
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA.....	44
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi dalam UKM KORDISKA.....	44
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel Komitmen Berdakwah.....	45
Tabel 4 <i>Blue Print</i> Kuesioner Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA.....	48
Tabel 5 <i>Blue Print</i> Kuesioner Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi di UKM KORDISKA.....	49
Tabel 6 <i>Blue Print</i> Kuesioner Variabel Komitmen Berdakwah.....	49
Tabel 7 Skor Jawaban.....	50
Tabel 8 Uji Validitas Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA..	52
Tabel 9 Uji Validitas Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi.....	53
Tabel 10 Uji Validitas Komitmen Berdakwah.....	54
Tabel 11 Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA.....	56
Tabel 12 Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi.....	56
Tabel 13 Uji Reliabilitas Variabel Komitmen Berdakwah.....	56
Tabel 14 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 15 Hasil Olah SPSS Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA.....	69
Tabel 16 Kategorisasi Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA Bagi Anggota UKM KORDISKA.....	70
Tabel 17 Kategorisasi Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi.....	70
Tabel 18 Kategorisasi Variabel Komitmen Berdakwah.....	71
Tabel 19 Output Uji Linieritas untuk Variabel $X_1$ dan Y.....	73
Tabel 20 Output Uji Linieritas untuk Variabel $X_2$ dan Y.....	73
Tabel 21 Korelasi Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Efektivitas Komunikasi Organisas.....	74

Tabel 22 Korelasi Efektivitas Komunikasi Organisasi dengan Komitmen Berdakwah.....	75
Tabel 23 Korelasi Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Komitmen Berdakwah.....	76
Tabel 24 Hasil Olah Pengaruh Variabel X <sub>1</sub> Terhadap Variabel Y.....	77
Tabel 25 Output ANOVA untuk Variabel X <sub>1</sub> dan Y.....	78
Tabel 26 <i>Output Coefficients</i> Variabel X <sub>1</sub> dan Y.....	78
Tabel 27 Hasil Olah Pengaruh Variabel X <sub>2</sub> Terhadap Variabel Y.....	79
Tabel 28 Output ANOVA untuk Variabel X <sub>2</sub> dan Y.....	80
Tabel 29 <i>Output Coefficients</i> Variabel X <sub>2</sub> dan Y.....	80
Tabel 30 Output Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel 31 Output Uji Autokorelasi.....	81
Tabel 32 Output X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , dan Y.....	83
Tabel 33 <i>Output Coefficients</i> untuk Variabel X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , dan Y.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 1.2 Output Uji Normalitas.....	72
Gambar 1.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Proses komunikasi ialah tindakan menyampaikan suatu pesan dari komunikator sebagai penyampai pesan kepada komunikan sebagai penerima pesan melalui sebuah saluran dengan mengharapkan munculnya efek. Secara lebih luas, Anwar Arifin (1996) juga menjelaskan bahwa proses komunikasi dan dakwah secara mekanistik adalah komunikator (da'i atau mubalig) menyampaikan pesan kepada khalayak melalui media.<sup>1</sup> Dalam kenyataannya, seseorang tidak akan pernah luput dari proses komunikasi karena kedudukannya sebagai makhluk sosial. Secara tidak langsung setiap orang telah mempengaruhi satu sama lain demi mencapai suatu tujuan yang diinginkan baik berupa perubahan pola pikir hingga perubahan tingkah laku.

Kecakapan seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain atau kelompok sangat menentukan bagaimana nantinya pesan akan diterima. Oleh sebab itu, setiap orang perlu mempunyai pengetahuan atau kemampuan dalam mempengaruhi orang lain, baik dalam hal pikiran, pengetahuan, pengalaman, penghayatan, perasaan, hingga menimbulkan tindakan.

Aktivitas komunikasi persuasif juga diatur dalam Agama Islam yaitu dengan berdakwah. Dakwah merupakan proses Islamisasi, yaitu upaya mempertahankan keislaman setiap manusia yang sudah berislam jauh sebelum lahir ke alam dunia ini, dan mengupayakan orang yang ingkar

---

<sup>1</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), hlm. 68.



terhadap Islam agar kembali meyakini dan mengamalkan ajaran Islam.<sup>1</sup> Dari pengertian ini dapat disimak bahwa dakwah islamiah tidak lain adalah kegiatan mengomunikasikan ajaran Allah yang terkandung dalam al-Qur'an dan as-Sunnah, agar manusia mengambilnya untuk menjadi jalan hidupnya.<sup>2</sup> Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dakwah islamiah adalah proses komunikasi yang menyertakan dua hubungan, yaitu hubungan antara manusia dengan Allah sebagai komunikasi vertikal dan hubungan antara manusia dengan manusia sebagai komunikasi horizontal.

Lebih jelasnya dapat dilihat pada QS. An-Nur ayat 55. Dalam ayat tersebut, Allah memberi mandat atau perintah kepada kaum muslimin di mana saja mereka berada untuk mengangkat mereka menjadi khalifah di bumi dengan beberapa syarat, yaitu: harus beriman benar-benar kepada Allah, untuk menyembah (hanya) Allah, sama sekali tidak mempersekutukan Allah dengan siapa dan dengan apapun, serta mengerjakan amal shalih dalam arti yang sangat luas. Ketiga poin pertama menerangkan adanya komunikasi vertikal antara manusia dengan Allah SWT, sedangkan yang terakhir mengarah pada komunikasi horizontal antar umat Islam.

Dakwah terdiri dari berbagai unsur, yaitu: sumber komunikasi, komunikator (da'i), pesan komunikasi, media, komunikan (mad'u), tujuan, dan akibat.<sup>3</sup> Informasi yang baik akan lebih sempurna jika diimbangi dengan penyampaian serta media yang sesuai. Pemakaian bahasa dan penggunaan

---

<sup>1</sup>Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2009), hlm. 2.

<sup>2</sup>Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 12.

<sup>3</sup>*Ibid*, hlm. 19.

metode yang mudah dipahami juga akan mendorong tersampainya pesan secara efektif dari komunikator (da'i) kepada komunikan (mad'u).

Hukum dari aktivitas dakwah ialah wajib. Meski demikian, ulama masih tetap berseteru mengenai kewajiban itu apakah wajib 'ain atau wajib kifayah. Perbedaan ini berdasarkan penafsiran dari masing-masing ulama yang mendasarkan pendapatnya pada al-Qur'an dan as-Sunnah. Dalil al-Qur'an yang dijadikan kontroversi dari para ulama salah satunya ialah QS. Ali Imron : 104 yang artinya:

*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung”<sup>4</sup>.*

Ulama yang menetapkan hukum dakwah wajib 'ain didasarkan pada lafal *min* yang berfaedah *li al-Bayan wa al-Tabyin* dan bukan *li al-Tab'idh*.<sup>5</sup>

Dengan demikian dalam pandangan mereka ayat ini menunjukkan bahwa menyampaikan dakwah ialah kewajiban yang harus dipikul oleh seluruh orang *muslim-mukallaf* sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Sementara wajib kifayah didasarkan pula pada lafal *min* dengan faidah *li al-Tab'idh* (sebagian). Alasan lain yang diungkapkan ulama yang menetapkan wajib kifayah ialah karena melakukan amar makruf nahi munkar membutuhkan syarat dan keterampilan tertentu yang tidak dimiliki oleh setiap orang.

---

<sup>4</sup>Al-Qur'an, 3: 104. Semua terjemah ayat al-Qur'an di skripsi ini diambil dari Departemen Agama RI, *Al-'Aliyy: Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2000).

<sup>5</sup>Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, hlm. 23.

Kewajiban berdakwah menjadi faktor pendorong tumbuhnya lembaga dakwah baik di lingkungan pendidikan maupun di lingkungan masyarakat sosial. Salah satu lembaga dakwah di lingkungan pendidikan adalah lembaga dakwah kampus. Banyaknya lembaga dakwah kampus yang bermunculan saling memberikan dorongan dan motivasi antara satu lembaga dengan lembaga lainnya.

Selain sebagai penggerak kebaikan di jalan Allah SWT, lembaga dakwah kampus juga berfungsi sebagai wahana latihan para mahasiswa sebelum nantinya terjun langsung ke masyarakat. Salah satu lembaga dakwah yang ada di kampus ialah KORDISKA. KORDISKA merupakan kepanjangan dari Korps Dakwah Islamiyah Sunan Kalijaga. KORDISKA adalah salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang ada di UIN Sunan Kalijaga.

Sebagai unit kemahasiswaan, KORDISKA berorientasi untuk menjangkau potensi mahasiswa dan memberikan alternatif penyelesaian permasalahan umat dalam berbagai bentuk dan kegiatan yang nyata. Prioritas kegiatan KORDISKA terletak pada upaya peningkatan intelektualitas dan profesionalisme bidang dakwah dengan penguatan wacana keislaman dan *skill managerial* para kadernya melalui pelatihan-pelatihan, keterampilan retorika, dan jalinan kerjasama untuk mendampingi kegiatan keagamaan masyarakat.

Dalam kesempatan-kesempatan tertentu, anggota KORDISKA dituntut untuk mampu berdakwah baik *bil-lisan* (berpidato, khutbah, atau ceramah), *bil-kitabah* (dengan tulisan), maupun *bil-hal* (dengan perbuatan), terencana

maupun tidak. Berbagai kesiapan tentu diperlukan kaitannya dalam hal ini. Agar penyampaian pesan berlangsung dengan baik, memikat, dan menyentuh akal serta hati para jama'ah, maka pemahaman tentang kegiatan dakwah perlu diperhatikan. Disamping penguasaan konsep Islam, kemampuan untuk berkomunikasi juga dibutuhkan seorang da'i agar memperoleh efektivitas pesan yang disampaikan.

Komunikasi dalam sebuah organisasi sangat diperlukan. *Connection* komunikasi merupakan sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi.<sup>6</sup> Komunikasi bukan merupakan suatu obat mujarab dalam organisasi, tetapi setidaknya dengan komunikasi yang harmonis dapat menciptakan kemudahan para anggota dalam mengorganisir setiap aktivitas-aktivitas yang diadakan.

Kompleksitas da'i yang dalam hal ini dikhususkan pada anggota UKM KORDISKA sangat mempengaruhi bagaimana nantinya proses dakwah berlangsung. Kompleksitas yang dimaksud ialah latar belakang mahasiswa (anggota UKM KORDISKA) yang mencakup berbagai hal, diantaranya: bidang pendidikan yang berbeda, pengalaman yang berbeda, serta penguasaan materi yang tidak sama oleh masing-masing anggota UKM KORDISKA. Guna mendapatkan pengetahuan yang mumpuni dalam berdakwah, dibutuhkan keaktifan dan konsistensi dalam melatih diri serta mendalami materi-materi dakwah islamiah.

---

<sup>6</sup>Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, (Malang : UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 2010), hlm. 7.

Untuk mendapatkan sebuah pesan yang mengena, seorang da'i tak hanya memperhatikan dirinya, baik dari segi tampilan karakter dan kredibilitasnya dalam mempersuasi audiens, keterampilan dalam mengelola emosi, kemampuan mengorganisasikan dakwah dalam tulisan, pengetahuan yang luas akan apa yang hendak ia komunikasikan, maupun keteladanan diri dalam bersikap. Tetapi kompleksitas mad'u juga menjadi perhatian penting bagi para da'i. Penyampaian pesan harus sepadan dengan tingkat kecerdasan, sepadan dengan alam fikiran dan perasaan serta tabiat dari masing-masing mad'u.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti ingin melakukan penelitian terkait keberadaan UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga sebagai lembaga dakwah kampus dan pengaruhnya terhadap komitmen para mahasiswa dalam berdakwah melalui judul **“Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Berdakwah Bagi Anggota KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.”**

Alasan peneliti menggunakan judul di atas didasarkan pada wajibnya kegiatan dakwah, khususnya bagi umat muslim. Adapun pemilihan UKM KORDISKA dikarenakan eksistensinya sebagai lembaga dakwah kampus yang sudah lama berkecimpung dalam bidang sosial keagamaan serta mewadahi keterampilan mahasiswa dalam berdakwah baik *bil-lisan*,

*bil-kitabah*, maupun *bil-hal* sejak 19 November 1989.<sup>7</sup>

Sementara pemilihan anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berdasarkan kedudukannya sebagai mahasiswa aktif yang mempunyai minat dan keinginan tertentu dalam membumikan dakwah dengan berpartisipasi di UKM KORDISKA. Oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas mengikuti kegiatan UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah bagi mahasiswa khususnya anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini ialah:

- 1) Bagaimana intensitas mengikuti UKM KORDISKA bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
- 2) Bagaimana efektivitas komunikasi organisasi UKM KORDISKA bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
- 3) Bagaimana komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
- 4) Bagaimana pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

---

<sup>7</sup>Pelatihan Da'i Mahasiswa XVIII, *Revitalisasi Dakwah : Aktualisasi Sikap Toleran dan Humanis di Tengah Kemajemukan Demi Tegaknya Integritas Bangsa*, (Yogyakarta : KORDISKA, 2010), hlm. 47.

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini hendak dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana intensitas mengikuti UKM KORDISKA bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
- 2) Untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi organisasi UKM KORDISKA bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
- 3) Untuk mengetahui mengetahui bagaimana komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
- 4) Untuk mengetahui pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat teoritis:

- 1) Mengintegrasikan dan mengoneksi cakupan ilmu tentang komunikasi dan organisasi dalam dakwah.
- 2) Mengetahui seberapa besar komitmen anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga dalam berdakwah.

Manfaat praktis:

- 1) Bagi UKM KORDISKA, untuk menumbuhkembangkan komitmen berdakwah bagi para anggotanya.
- 2) Bagi peneliti lain, sebagai sumbangan praktis jika akan melakukan penelitian dengan tema atau objek yang sama.

## E. KAJIAN PUSTAKA

Untuk membuktikan sejauh mana otentitas dan kebaruan dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan berbagai referensi karya ilmiah sebelumnya sebagai tolok ukur, diantaranya:

Penelitian Muhammad Alfabri Rezki (09210035), Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta “*Pengaruh Intensitas Menonton Program Dokumenter ‘Dua Dunia’ di Trans 7 Terhadap Religiusitas Masyarakat Dusun Panggang I, Kelurahan Giriharjo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta*”. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif kausalitas dengan sampel sebanyak 90 orang dan teknik pengumpulan data berupa angket. Analisis data yang digunakan ialah uji statistik nonparametrik yaitu korelasi Kendall Tau.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan program dokumenter ‘Dua Dunia’ di Trans 7 dapat mempengaruhi tingkat religiusitas masyarakat Dusun Panggang I. Kemudian untuk tingkat religiusitas masyarakat Dusun Panggang I tergolong rendah. Sementara intensitas menonton program dokumenter ‘Dua Dunia’ di Trans 7 dalam tingkatan rendah, artinya frekuensi atau durasi menonton tergolong rendah.

Dari uraian penelitian di atas, terdapat kesamaan dengan penelitian yang hendak diteliti, yaitu dari segi metodologi penelitian baik pendekatan yang digunakan maupun teknik pengumpulan data yang dipakai, akan tetapi tidak sepenuhnya sama karena Muhammad Alfabri Rezki menggunakan uji korelasi Kendall Tau sementara penelitian yang hendak dilakukan memakai uji analisis



regresi linier sederhana. Selain itu, jumlah variabel juga berbeda. Objek penelitian juga berbeda karena objek penelitian yang hendak dilakukan adalah anggota UKM KORDISKA UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sementara objek penelitian Muhammad Alfabri Rezki ialah masyarakat Dusun Panggang I, Kelurahan Giriharjo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta.<sup>8</sup>

*Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Ketahanan Pangan Daerah (BKPD) Provinsi Jawa Barat Kota Bandung*, oleh Antony Akhmad Z.A Sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, kuantitatif verifikatif. Pengumpulan datanya menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi serta membaca buku-buku di perpustakaan.

Hasil dari penelitian ini ialah Komunikasi Organisasi pada BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung berada dalam kategori baik, dari ke empat indikator yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi lintas saluran. Namun dari ke empat indikator tersebut dengan kategori baik masih ada yang memperoleh skor yang rendah yaitu mengenai komunikasi ke bawah.

Kepuasan Kerja yang diberikan oleh BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung kepada pegawai berada dalam kategori Tinggi, dari tujuh

---

<sup>8</sup>Muhammad Alfabri Rezki, *Skripsi Pengaruh Intensitas Menonton Program Dokumenter 'Dua Dunia' Di Trans 7 Terhadap Religiusitas Masyarakat Dusun Panggang I, Kelurahan Giriharjo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta*, skripsi yang diajukan kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014.

indikator/ukurannya itu gaji, pengembangan karier, hubungan dengan pegawai lain, penempatan kerja, jenis pekerjaan, struktur organisasi, dan mutu pengawasan. Namun dari ke tujuh indikator tersebut dengan dikategorikan baik, masih ada yang memperoleh persentase dengan kategori Cukup yaitu mengenai mutu pengawasan.

Kinerja Pegawai yang diberikan oleh BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung kepada pegawai berada dalam kategori tinggi. Dari ke tujuh indikator kinerja pegawai, yaitu kuantitas kerja pegawai, kualitas kerja pegawai, pengetahuan kerja pegawai, efisiensi, keandalan, sikap, serta kreativitas pegawai. Nilai yang dihasilkan dengan kategori baik, namun dari ke tujuh indikator tersebut masih ada yang memperoleh nilai rendah yaitu mengenai kuantitas kerja.

Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai pada BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung berada pada kategori sedang/cukup yaitu variabel Komunikasi Organisasi diabaikan saja, karena yang memberikan kontribusi banyak terhadap Kinerja Pegawai yaitu faktor lain yang harus diperhatikan oleh instansi/ lembaga diantaranya kompetensi, motivasi, dan kesejahteraan.

Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung berada pada kategori rendah..Dalam hal ini penelitian mengenai Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai tidak perlu dilanjutkan.

Pengaruh Komunikasi Organisasi berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja pada BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung berada pada kategori kuat di mana variabel tersebut lebih dominan dibanding faktor lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kepuasan kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai pada BKPD Provinsi Jawa Barat Kota Bandung berada pada kategori kuat. Yang berarti secara bersama –sama variabel komunikasi dan kepuasan kerja memberikan kontribusi besar terhadap kinerja pegawai.<sup>9</sup>

Dari penelitian ini diperoleh persamaan dengan penelitian yang hendak dilakukan, yaitu mempunyai tiga buah variabel untuk diteliti, di mana dari salah satu variabel membahas tentang komunikasi organisasi.

Kemudian penelitian Nur Annisa Dewi Irkhamni (11210136), Skripsi, UIN Sunan Kalijaga dengan judul "*Pengaruh Menonton Tayangan Mario Teguh Golden Ways Terhadap Pola Pikir Positif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2013/2014*". Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh menonton tayangan Mario Teguh Golden Ways terhadap pola pikir positif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2013/2014.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian survei dengan teknik analisis data statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* (sampel acak sederhana) serta mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2013/2014 sebagai objek penelitiannya.

---

<sup>9</sup>Antony Akhmad Z.A, *Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Ketahanan Pangan Daerah (BKPD) Provinsi Jawa Barat Kota Bandung*, Jurnal Sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung, 2013.

Berdasarkan analisis data, terdapat korelasi yang signifikan antara menonton tayangan Mario Teguh Golden Ways dengan pola pikir positif karena koefisien korelasi  $r$  tabel dengan nilai  $0,294 > 0,205$ . Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan angka  $0,087$  yang berarti bahwa variabel menonton tayangan Mario Teguh Golden Ways hanya dapat menjelaskan perubahan variabel pola pikir positif sebesar  $8,7\%$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah  $8,7\%$ .

Terdapat persamaan dari penelitian Nur Annisa Dewi Irkhamni dengan penelitian yang hendak peneliti lakukan, yaitu dari segi teknik pengambilan sampel dan analisis data yang digunakan. Sementara untuk subjek dan objek penelitian yang akan digunakan berbeda dengan subjek dan objek penelitian pada skripsi Nur Annisa Dewi Irkhamni.<sup>10</sup>

Dari berbagai kajian pustaka yang telah diterangkan di atas menunjukkan bahwa penelitian yang hendak peneliti lakukan adalah penelitian baru dan berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

---

<sup>10</sup>Nur Annisa Dewi Irkhamni, skripsi *Pengaruh Menonton Tayangan Mario Teguh Golden Ways Terhadap Pola Pikir Positif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2013/2014*, skripsi yang diajukan kepada jurusan komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015.

## F. KERANGKA TEORI

### 1. Tinjauan Tentang Intensitas Mengikuti Organisasi Dakwah

#### a. Pengertian Intensitas

Intensitas dalam segi kuantitatif mengacu pada aspek pengukuran sikap atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang sebagai subjek yang terarah pada objek. Suatu sikap yang dilakukan secara intensif dapat berpengaruh pada sikap lain.<sup>11</sup> Dengan demikian dapat diartikan intensitas ialah usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan penuh semangat untuk mendapatkan suatu manfaat.

Pengukuran tentang intensitas juga mengacu pada pengukuran sikap yang dalam suatu kelompok berbeda-beda seperti apa yang dikemukakan oleh Bogardus dan Park. Mereka berpendapat bahwa “*ada tingkatan intensitas hubungan yang berbeda-beda dari suatu golongan dengan golongan lain*”,<sup>12</sup>.

Artinya dalam suatu kelompok terdapat intensitas hubungan yang berbeda antara golongan satu dengan yang lain diantara para anggotanya.

#### b. Indikator Intensitas Mengikuti Organisasi Dakwah

Seperti yang telah dijelaskan di atas mengenai intensitas, lebih lanjut McGuire dalam Jalaluddin Rakhmat menerangkan adanya beberapa indikator dalam intensitas, diantaranya<sup>13</sup>:

##### 1) Perhatian,

Perhatian ialah sejauh mana seseorang menyadari adanya pesan.

##### 2) Pengertian,

Pengertian merupakan sejauh mana seseorang memahami pesan.

---

<sup>11</sup>Bimowalgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta : Andi Offset, 1994), hlm. 12.

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm. 143.

<sup>13</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2005), Cet ke-12, hlm. 63.

### 3) Penerimaan

Penerimaan adalah sejauh mana seseorang menyetujui sebuah gagasan.

## 2. Tinjauan Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi mempunyai peran penting di era kemajuan teknologi seperti sekarang ini. Komunikasi sendiri mengandung unsur interaksi dalam organisasi di mana di dalamnya seorang anggota saling bertukar pikiran dengan anggota lain guna mencapai tujuan yang sama. Komunikasi yang baik dan efektif sangat diperlukan dalam sebuah organisasi agar tercipta lingkungan yang kondusif serta kelancaran semua aktivitas organisasi sehingga tujuan pun tercapai dengan mudah.

### a. Klasifikasi Komunikasi dalam Organisasi

Terdapat beberapa klasifikasi komunikasi dalam organisasi, diantaranya ditinjau dari segi arah aliran informasi dalam organisasi, yaitu:<sup>14</sup>

#### 1) Komunikasi ke bawah

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah.

#### 2) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat

---

<sup>14</sup>Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi*, hlm. 63.

yang lebih tinggi (penyelia).

### 3) Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan memiliki atasan yang sama.

### 4) Komunikasi lintas saluran

Dalam kebanyakan organisasi, muncul keinginan anggota untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka.

Mereka melintasi jalur fungsional dan berkomunikasi dengan orang-orang yang diawasi dan mengawasi tetapi bukan atasan atau bawahan mereka. Meski tidak mempunyai otoritas untuk mengarahkan orang-orang untuk berkomunikasi atau mempromosikan gagasan mereka, namun mereka rela meninggalkan kantor demi melakukan komunikasi informal tersebut.

### 5) Komunikasi selentingan

Dalam istilah komunikasi, selentingan digambarkan sebagai “metode menyampaikan laporan rahasia dari orang ke orang yang tidak dapat diperoleh melalui saluran biasa”. Komunikasi informal seringkali cenderung mengandung laporan ‘rahasia’ tentang orang-orang dan peristiwa yang tidak mengalir melalui saluran perusahaan yang formal.

Informasi yang diperoleh melalui selentingan lebih memperhatikan apa yang dikatakan atau didengar oleh seseorang dari pada apa yang dikeluarkan oleh pemegang kekuasaan.

#### **b. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi**

Conrad dalam Stewart L. Tubbs, mengidentifikasi tiga fungsi komunikasi dalam organisasi, diantaranya:<sup>15</sup>

##### 1) Fungsi Perintah

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi “membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah.” Dua jenis komunikasi yang dapat mendukung pelaksanaan fungsi ini ialah pengarahan dan umpan balik di mana tujuannya ialah untuk mempengaruhi anggota lain dalam sebuah organisasi. Hasil dari fungsi perintah ialah tercapainya koordinasi baik diantara sejumlah anggota yang saling bergantung dalam organisasi tersebut.

##### 2) Fungsi Relasional

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif dan hubungan personal dengan organisasi lain. Hubungan baik dalam pekerjaan mempunyai pengaruh bagi kinerja pekerjaan (*job performance*) melalui berbagai cara, seperti: kepuasan kerja, aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hierarki organisasional, serta tingkat pelaksanaan perintah.

---

<sup>15</sup>Stewart L. Tubbs, *Human Communication : Konteks-Konteks Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. 170.



### 3) Fungsi Manajemen Ambigu

Pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dengan keadaan ambigu. Misalnya, motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri. Tujuan organisasi tidak jelas, dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut juga mungkin tidak jelas. Oleh karenanya komunikasi hadir sebagai alat untuk mengatasi ketidakjelasan tersebut. Anggota satu berbicara dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru yang membutuhkan perolehan informasi bersama.

Dari berbagai paparan fungsi di atas, komunikasi organisasi akan mempengaruhi aktivitas dari organisasi tersebut, karena komunikasi diperlukan untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan aktivitas-aktivitas organisasi.

Indikator komunikasi dalam organisasi menurut Face dan Faules, 2001 dalam Danang Sunyoto yang menunjang atau dapat dikatakan sebagai aliran arah komunikasi dalam organisasi, yaitu:<sup>16</sup>

- 1) Komunikasi ke bawah
- 2) Komunikasi ke atas
- 3) Komunikasi horizontal
- 4) Komunikasi lintas saluran

---

<sup>16</sup>Danang Sunyoto dan Burhanuddin, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta : Penerbit CAPS, 2011), hlm. 73.

### c. Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan mulus. Adakalanya terjadi kesalahpahaman pengertian antar anggota dalam sebuah organisasi. Hambatan-hambatan tersebut seperti yang telah disampaikan Wursanto dalam bukunya yang berjudul '*Etika Komunikasi Kantor*' dapat dibedakan menjadi enam, yaitu:<sup>17</sup>

#### 1) Hambatan yang bersifat teknis

Hambatan ini terjadi karena kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam organisasi, kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif, penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak memadai.

#### 2) Hambatan perilaku

Hambatan ini berasal dari pandangan yang sifatnya apriori, prasangka yang didasarkan kepada emosi, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, serta sifat yang egosentris.

#### 3) Hambatan bahasa

Bahasa disini ialah semua bentuk yang dipergunakan dalam proses penyampaian berita, yaitu: bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik, dan sebagainya. Ketidaksesuaian penyampaian bahasa dapat menimbulkan adanya *misscommunication*.

---

<sup>17</sup>Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*; (Yogyakarta : Kanisius, 1987), hlm. 70.

#### 4) Hambatan struktur

Hambatan ini bisa dikatakan sebagai hambatan organisasi karena disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat, perbedaan job dalam sebuah organisasi. Terkadang seorang bawahan takut atau malu terhadap atasan yang berwibawa atau disegani.

#### 5) Hambatan jarak

Hambatan ini juga bisa disebut hambatan geografis. Komunikasi akan lebih mudah berlangsung jika komunikator dan komunikan berada dalam jarak yang dekat. Seandainya organisasi ini bercabang, sebaiknya ditunjang dengan peralatan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Jika tidak, maka yang akan terjadi hanyalah keterlambatan informasi yang akan disampaikan.

#### 6) Hambatan latar belakang

Setiap orang memiliki latar belakang yang berbeda. Perbedaan ini dapat menimbulkan suatu gap atau hambatan dalam proses komunikasi. Hambatan ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu latar belakang sosial dan latar belakang pendidikan.

### **3. Tinjauan Komitmen Berdakwah**

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

Dakwah menurut bahasa berasal dari *da'a*, *yad'u*, *nida'an* yang berarti memanggil, mendorong, atau mengajak kepada sesuatu. Sementara pengertian dakwah menurut istilah ialah menyerukan kepada tauhid (mengakui keesaan Allah) dan menyatakan dua kalimat syahadat,

menerapkan *manhaj* Allah di muka bumi dalam bentuk ucapan dan perbuatan, sebagaimana yang ada dalam al-Qur'an dan as-Sunnah agar semua manusia beragama dan tunduk kepada Allah.<sup>18</sup> Dari keterangan di atas, dakwah bisa dikatakan sebagai metode serta jalan penyadaran yang mengacu pada firman Allah SWT dan sunnah Rosulullah SAW baik dilakukan secara lisan maupun perbuatan.

### **b. Hukum Berdakwah**

Hukum berdakwah bagi setiap muslim ialah wajib. Meski demikian, para ulama mempunyai perbedaan pendapat dalam hal ini antara wajib 'ain atau wajib kifayah. Ulama yang mengatakan bahwa hukum dakwah adalah wajib 'ain berdasarkan firman Allah SWT Surat Ali Imron ayat 9 yang artinya :

*“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar”*.<sup>19</sup>

Dengan demikian, setiap muslim baik laki-laki maupun perempuan mempunyai kewajiban yang sama dalam *amar makruf nahi munkar*. Kegiatan dakwah bisa dilakukan dengan tangannya, lisannya, atau hati, sebagaimana sabda Rosulullah yang diriwayatkan oleh Muslim, Tirmidzi, dan Ibn Majah.<sup>20</sup> Hadits tersebut menjelaskan bahwa:

*“Barangsiapa diantaramu melihat kemungkaran maka hendaklah ia mengubah dengan tangannya; jika tidak mampu, maka dengan lisannya; jika tidak mampu dengan hatinya dan itulah selemah-lemahnya iman.”*

---

<sup>18</sup>Taufik al-Wa'iy, *Dakwah ke Jalan Allah: Muatan, Sarana, dan Tujuan*, (Jakarta : Robbani Press, 2010), Cet Pertama, hlm. 17.

<sup>19</sup>Al-Qur'an, 3: 9.

<sup>20</sup>Taufik al-Wa'iy, *Dakwah ke Jalan Allah*, hlm. 87.

Dari keterangan dalil-dalil di atas tidak mengkhhususkan siapa yang berkewajiban untuk berdakwah, oleh karenanya dianggap umum dan menjadi kewajiban kita semua. Sementara para ulama yang berpendapat wajib kifayah berlandaskan dalil QS. Ali Imron : 104 yang artinya:

*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar”.*<sup>21</sup>

Pada hakikatnya, firman di atas bermakna sebagian, oleh karenanya kewajiban menjadi gugur jika sudah ada salah satu umat atau kalangan atau kelompok tertentu yang melakukannya. Pekerjaan ini tidak tepat jika harus dilakukan tiap orang, karena pada dasarnya dalil di atas memuat tiga makna, yaitu: dakwah atau menyeru kepada kebaikan, *amar makruf*, dan *nahi munkar*. Sedangkan berdakwah kepada kebaikan itu disyaratkan untuk mengetahui tentang kebaikan, *makruf*, dan *munkar*. Tanpa pengetahuan yang mumpuni, seseorang dikhawatirkan akan bias antara yang *haq* dan yang *bathil*. Untuk saat ini, berdakwah ialah wajib‘ain berdasarkan ilmu, kemampuan, dan bidangnya masing-masing.

Terdapat berbagai unsur komunikasi yang terkandung dalam berdakwah, diantaranya:<sup>22</sup>

#### 1) Sumber Komunikasi

Dalam dunia komunikasi, sumber komunikasi dimaksudkan sebagai segala macam hal yang menjadi latar belakang masalah atau pokok pembicaraan, baik berupa data, fakta, maupun fenomena yang terjadi di

---

<sup>21</sup>Al-Qur’an, 3: 104.

<sup>22</sup>Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*, hlm. 19.

alam semesta ini. Sumber komunikasi dalam dakwah ialah ajaran Islam yang tertuang dalam al-Qur'an dan as-Sunnah yang selanjutnya ditransformasikan sebagai pesan komunikasi.

## 2) Komunikator

Komunikator dalam hal ini ialah da'i yang mumpuni dalam menyampaikan dakwah. Adapun syarat khusus bagi para da'i bisa kita simak pada surat at-Taubah ayat 122, yaitu: berpengetahuan yang mendalam tentang Islam dan menjadi "ruh" yang penuh dengan kebenaran, kegiatan, kesadaran, dan kemauan.

## 3) Pesan komunikasi

Pesan komunikasi dalam dakwah ialah ajaran Islam baik berupa akidah, ibadah, muamalah, dan akhlaq yang diajarkan Allah melalui Rosul-Nya.

## 4) Media komunikasi

Karena sifatnya netral, media komunikasi apapun baik antarpersona maupun massa bisa dipakai untuk menyampaikan pesan komunikasi. Demikian pula segala peralatan baik yang modern maupun tradisional dapat digunakan untuk memperlancar jalannya dakwah.

## 5) Komunikan

Komunikan (mad'u) sebagai pihak yang didakwahi oleh da'i dengan tujuan tertentu. Komunikan adalah semua orang yang ada di dunia ini, baik itu Islam, kafir, musyrik, maupun munafik.

#### 6) Tujuan

Tujuan komunikasi dalam dakwah yaitu memberi peringatan kepada umat manusia agar mengambil segala ajaran Allah yang terkandung dalam *al-qur'anul karim* menjadi jalan hidupnya.

#### 7) Akibat

Akibat yang diinginkan dalam proses berdakwah ialah terwujudnya umat yang berjalan di atas jalan Allah ke arah yang Islami.

Dakwah sebagaimana komunikasi persuasif mempunyai dampak yang lebih tinggi kadarnya dibanding dengan komunikasi informatif, yakni *dampak kognitif, dampak afektif, dan dampak behavioral*.<sup>23</sup>

*Dampak kognitif* ialah dampak yang timbul pada diri seseorang yang mengakibatkan ia tahu dan meningkat intelektualitasnya. Adapun *dampak afektif* adalah dampak yang kedudukannya lebih tinggi dibandingkan dengan dampak kognitif, yaitu dampak di mana seseorang tergerak hatinya serta menimbulkan perasaan tertentu, seperti gembira, sedih, terharu, marah, dan lain sebagainya. Sementara *dampak behavioral* merupakan dampak yang timbul pada seseorang berupa tindakan atau kegiatan.

#### c. Tinjauan Tentang Komitmen Berdakwah

Sebagai sebuah sikap, komitmen sering didefinisikan sebagai sikap yang merefleksikan loyalitas seseorang pada sebuah organisasi atau instansi dan proses kelanjutan di mana anggota organisasi atau instansi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi atau lembaga demi keberhasilan serta

---

<sup>23</sup>Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1986), Cet Pertama, hal. 22.

kemajuan yang berkelanjutan.<sup>24</sup>

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komitmen ialah sebuah keterikatan (kesadaran dan kesediaan) diri untuk memegang teguh visi dan misi serta adanya kemauan untuk mengerahkan seluruh usaha dalam melaksanakan kewajiban. Sementara komitmen berdakwah yaitu sebuah sikap kesediaan seseorang untuk mengajak orang lain tergerak hati dan pikirannya berjalan di jalan Allah dengan metode yang ia dikuasai.

Indikator komitmen berdakwah meminjam dari yang telah dikonsepsikan oleh Meyer dan Allen dalam komitmen organisasi ada tiga, yaitu:<sup>25</sup>

- a) *Komitmen Afektif*, yaitu keterikatan emosional seseorang, identifikasi, dan keterlibatan dalam organisasi. Kunci dari komitmen ini adalah *want to*.
- b) *Komitmen Kelanjutan*, yaitu komitmen berdasarkan kerugian yang berhubungan dengan keluarnya seseorang dari sebuah organisasi. Hal ini mungkin karena kehilangan senioritas atas promosi atau *benefit*. Kunci dari komitmen ini adalah *need to*.
- c) *Komitmen Normatif* yaitu perasaan wajib untuk tetap berada dalam organisasi karena memang harus begitu; tindakan tersebut merupakan hal benar dan harus dilakukan. Kunci dari komitmen ini adalah *ought to*.

---

<sup>24</sup>Fred Luthans, *Perilaku Organisasi*, terj. Vivin Andhika Yuwono, dkk. (Yogyakarta: ANDI, 2006), hlm. 249.

<sup>25</sup>*Loc.cit.*



#### **4. Hubungan Intensitas Mengikuti Kegiatan Dakwah dengan Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi Dakwah**

Komunikasi dalam organisasi merupakan saluran yang berfungsi untuk mentransfer informasi dalam sebuah organisasi (Luthans, 1995 dalam Fattah Hanurawan)<sup>26</sup>. Informasi tersebut sangat dibutuhkan guna memperlancar aktivitas dalam sebuah organisasi dan mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Lancarnya sebuah komunikasi dalam organisasi dapat diciptakan dari adanya perhatian khusus dari masing-masing anggota dalam memaknai dan berpartisipasi aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi tersebut.

Terdapat beberapa metode dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dalam sebuah organisasi, salah satunya ialah memanfaatkan komunikasi tatap muka.<sup>27</sup> Saat seluruh anggota suatu organisasi secara intens bertemu dan saling sapa dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi, maka dengan mudah masing-masing anggota dapat mengetahui reaksi antar anggota dan saling tukar pikiran untuk mencapai tujuan dalam organisasi tersebut. Dengan begitu komunikasi secara efektif akan terjalin dan pencapaian tujuan organisasi pun cepat didapat.

---

<sup>26</sup>Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 149.

<sup>27</sup>*Ibid*, hlm. 155.

## **5. Hubungan Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi Dakwah dengan Komitmen Berdakwah Bagi Anggota Organisasi Dakwah**

Iklm organisasi sebagaimana diungkapkan oleh Taguiri dan Litwin dalam Hendyat Soetopo ialah suatu kualitas lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggotanya, mempengaruhi perilakunya, dan dapat dideskripsikan dengan nilai-nilai karakteristik organisasi.<sup>28</sup> Dengan demikian, kondisi iklim dalam suatu organisasi dapat diketahui berdasarkan data yang diperoleh dari masing-masing anggota dalam organisasi tersebut.

Hubungan antara efektivitas komunikasi organisasi dengan iklim organisasi tidak selalu, akan tetapi keduanya memiliki keeratan.<sup>29</sup> Iklim organisasi dikatakan kondusif jika memiliki kesesuaian dengan kondisi dalam sebuah organisasi dan pada akhirnya dapat mempermudah dan mempercepat tercapainya tujuan organisasi. Sebaliknya, iklim organisasi tidak kondusif jika kondisi tidak sesuai dengan karakteristik orang-orang di dalam organisasi yang nantinya dapat menghambat dan memperlambat pencapaian tujuan organisasi.

Saat alur komunikasi terjalin dengan baik antar anggota dalam organisasi dakwah, maka akan menimbulkan iklim yang kondusif dan pada akhirnya dapat membangun komitmen para anggota organisasi dalam berdakwah.

---

<sup>28</sup>Hendyat Soetopo, *Perilaku Organisasi ; Teori Dan Praktek di Bidang Pendidikan*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 141.

<sup>29</sup>Cepi Triatna, *Perilaku Organisasi dalam Pendidikan*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 74.

## **6. Hubungan Aktif Mengikuti Organisasi Dakwah dan Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi dengan Komitmen Berdakwah**

Pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia sudah tidak dapat dipungkiri lagi, begitu juga dalam organisasi. Dengan ada dan terbentuknya komunikasi yang efektif, sebuah organisasi dapat dengan mudah dan berhasil dalam mencapai tujuannya. Begitu juga sebaliknya, apabila komunikasi yang dibangun dalam organisasi tidak mendukung, dalam artian kurang efektif maka gerak organisasi akan terhambat dan tujuan yang dicapai pun kurang maksimal.

Dalam hal ini, komunikasi juga diperlukan oleh organisasi yang bergerak di bidang dakwah. Dengan adanya komunikasi organisasi dalam organisasi dakwah, akan menimbulkan berbagai hal, seperti: partisipasi, motivasi, kreatifitas, inovasi, keterbukaan, kepercayaan, perhatian, dan keterusterangan para anggota organisasi sehingga usaha untuk berdakwah dapat terlaksana.

Komunikasi merupakan proses interaksi antara seseorang dengan lainnya. Berlangsungnya suatu proses interaksi didasarkan atas berbagai faktor, diantaranya:<sup>30</sup>

### a) Faktor Imitasi

Faktor imitasi ialah faktor contoh-mencontoh, tiru-meniru, dan ikut-ikutan. Faktor imitasi mempunyai peranan yang positif karena dapat mendorong seseorang melaksanakan perbuatan-perbuatan yang baik. Namun tak dapat dipungkiri juga mempunyai peranan negatif saat meniru tindakan

---

<sup>30</sup>Soejono Soekanto, *Sosilologi Suatu Pengantar*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1994), hlm. 69.

yang menyimpang.

b) Faktor Sugesti

Merupakan proses di mana seorang individu menerima suatu cara penglihatan, atau pedoman-pedoman tingkah laku dari orang lain tanpa kritik.<sup>31</sup> Berlangsungnya sugesti dapat terjadi karena pihak yang menerima dilanda emosi, terhambat daya pikirnya, orang yang memberikan pandangan ialah orang yang berwibawa atau mungkin karena sifatnya yang otoriter (sugesti otoritet), disebabkan yang memberikan pandangan atau sikap merupakan bagian terbesar dari kelompok yang bersangkutan, atau masyarakat (sugesti mayoritas) dan sugesti *will to believe*.

c) Faktor Identifikasi

Faktor identifikasi merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Identifikasi sifatnya lebih mendalam dari imitasi dan sugesti, karena kepribadian seseorang dapat terbentuk atas dasar proses ini.

Proses identifikasi dapat berlangsung dengan sendirinya (secara tidak sadar), maupun dengan disengaja oleh karena seringkali seseorang memerlukan tipe-tipe ideal tertentu dalam proses kehidupannya.

d) Faktor Simpati

Faktor simpati dapat dirumuskan sebagai perasaan tertariknya orang yang satu terhadap orang yang lain. Simpati tidak timbul atas dasar sikap logis rasional, melainkan berdasarkan penilaian perasaan seseorang seperti

---

<sup>31</sup>W. A Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Jakarta-Bandung : PT. Eresco, 1997), hlm. 35.

halnya dalam proses identifikasi. Perasaan dalam proses ini memegang peranan yang sangat penting, walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerjasama dengannya.

Adanya komunikasi organisasi secara tidak langsung mempengaruhi seseorang untuk melakukan imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati dalam organisasi dakwah sehingga dapat mendukung terlaksananya aktivitas dakwah. Dengan demikian, lancarnya komunikasi dalam organisasi dakwah dapat membantu anggota organisasi dakwah memahami iklim yang ada di organisasi serta mempererat solidaritas antar anggota organisasi untuk berpartisipasi secara aktif dalam setiap aktivitas yang diadakan.

Keadaan di mana usaha dan kemampuan keras seseorang diarahkan kepada pencapaian hasil-hasil tertentu dinamakan motivasi.<sup>32</sup> Terbentuknya motivasi dalam diri tiap anggota dapat menimbulkan sebuah keterikatan dalam berorganisasi sehingga membuatnya memiliki rasa tanggungjawab tinggi, senantiasa bersungguh-sungguh memikirkan kemajuan organisasi, yang pada akhirnya dapat membentuk komitmen untuk berdakwah.

Pada satu sisi, fokus pada kerja tim, pemberdayaan, dan organisasi yang lebih datar hanya meningkatkan motivasi diri pada karyawan yang memiliki komitmen, di sisi lain kondisi lingkungan justru mengurangi komitmen anggota organisasi.

Lebih lanjut, Dessler memberikan pedoman khusus untuk mengimplementasikan sistem manajemen yang mungkin membantu

---

<sup>32</sup>Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi*, hlm.227.

memecahkan masalah dan meningkatkan sebuah komitmen, yaitu:<sup>33</sup>

a) *Berkomitmen pada nilai utama manusia.*

Membuat aturan tertulis, memekerjakan manajer yang baik dan tepat serta mempertahankan komunikasi.

b) *Memperjelas dan mengomunikasikan misi Anda.*

Memperjelas misi dan ideologi, berkharisma, menggunakan praktek perekrutan berdasarkan nilai, menekankan orientasi pada pelatihan serta membentuk tradisi.

c) *Menjamin keadilan organisasi.*

Memiliki prosedur penyampaian keluhan yang komprehensif, menyediakan komunikasi dua arah yang ekstensif.

d) *Menciptakan rasa komunitas.*

Membangun homogenitas berdasarkan nilai, keadilan, menekankan kerjasama, saling mendukung, kerja tim serta berkumpul bersama.

e) *Mendukung perkembangan anggota organisasi.*

Melakukan aktualisasi, memberikan pekerjaan menantang pada tahun pertama, memajukan dan memberdayakan, mempromosikan diri, menyediakan aktivitas perkembangan, menyediakan keamanan kepada anggota tanpa jaminan.

---

<sup>33</sup>Fred Luthans, *Perilaku Organisasi*, terj. Vivin Andhika Yuwono, dkk., hlm. 250.

## 7. Teori Hubungan Manusia

Manusia sebagai anggota organisasi merupakan inti dari organisasi sosial. Tanpa manusia, maka organisasi tidak akan pernah ada. Oleh karenanya faktor manusia dalam organisasi tidak boleh diabaikan sebagaimana dalam teori klasik.

Teori hubungan sosial menekankan pada pentingnya hubungan sosial dan individu dalam kehidupan organisasi. Teori ini memberikan sebuah strategi dalam peningkatan dan penyempurnaan organisasi dengan meningkatkan kepuasan anggota organisasi dan menciptakan organisasi yang dapat membantu individu mengembangkan potensinya.

Teori hubungan manusia ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1930-an yang dipelopori oleh Bernard 1938, Mayo 1933, Roethlisberger dan Dichson 1939. Inilah permulaan teori hubungan manusia yang menolak prinsip teori struktural klasik dan menentang pandangan yang mekanis terhadap organisasi yang tidak sensitif terhadap kebutuhan sosial anggota organisasi.<sup>34</sup>

Moral pekerja yang tinggi akan menaikkan produktivitas, kemudian timbul pertanyaan bagaimana cara untuk meningkatkan moral pekerja. Moral meningkat atau tidak tergantung seberapa besar perhatian yang bersifat pribadi, individual, dan simpati diberikan kepada karyawan, dan struktur sosial kelompok kerja. Bahkan faktor-faktor sederhana, seperti siapa yang

---

<sup>34</sup>Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hlm. 40.

duduk dekat seorang karyawan merupakan hal penting dalam organisasi.<sup>35</sup>

Terdapat enam anggapan dalam teori hubungan manusia mengenai pekerja<sup>36</sup>, diantaranya:

- a. Rata-rata manusia tidaklah mempunyai pembawaan tidak suka bekerja. Tetapi tergantung kepada kondisi yang dapat dikontrol. Pekerjaan mungkin merupakan sumber kepuasan atau mungkin juga sebagai sumber hukuman. Asumsi ini menunjukkan bahwa manusia mempunyai kapasitas untuk bekerja keras, bila mereka inginkan, dan mereka merasa puas dengan pekerjaan yang dilakukannya sendiri dan mungkin juga dia meluaskan usahanya secara berarti dalam menyelesaikan pekerjaannya.
- b. Kontrol dari luar, ancaman dan hukuman tidaklah merupakan alat untuk membawa sesuatu kepada tujuan. Manusia dapat dan akan mengarahkan dirinya sendiri dan mengontrol dirinya sendiri dalam mencapai tujuan organisasi yang telah dijanjikannya. Asumsi ini menyarankan bahwa kunci penampilan pekerja terletak pada tingkat komitmen terhadap suatu pekerjaan daripada kontrol pengelola. Menurut asumsi ini, efektivitas usaha pimpinan terletak pada usaha membangun, mengangkat, dan membangun komitmen pekerja, yang dikembangkan dengan penambahan kesempatan pekerja, bertumbuh secara individual melalui penambahan rasa tanggung jawab dan keterlibatan dalam aktivitas organisasi.

---

<sup>35</sup>Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi*, hlm.149.

<sup>36</sup>Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, hlm. 44.



- c. Komitmen terhadap tujuan merupakan suatu fungsi dari ganjaran yang dihubungkan dengan pencapaian mereka. Yang paling penting dari ganjaran yang demikian seperti kepuasan diri dan kebutuhan aktualisasi diri, dapat diarahkan hasilnya untuk mencapai tujuan dalam organisasi. Asumsi ini menunjukkan hubungan antara aktualisasi diri dengan komitmen pekerja.
- d. Rata-rata manusia belajar di bawah kondisi yang pantas, tidak hanya menerima tetapi juga mencari rasa tanggung jawab. Menghindarkan rasa tanggung jawab, kurang ambisi, dan penekanan pada mencari rasa aman umumnya merupakan konsekuensi dari pengalaman dan bukanlah sifat manusia yang dibawa dari lahir. Ini menunjukkan bahwa keinginan pekerja menerima tanggung jawab yang berhubungan dengan pekerjaan sebagian terletak pada pengalaman yang mereka peroleh dari organisasi mereka. Jika mereka diperlakukan seolah-olah tidak bertanggung jawab, mereka mungkin tidak bertanggung jawab. Tetapi jika mereka telah dihargai dan dipercayai oleh pimpinan mereka, mungkin akan memberikan perhatian yang baik pula terhadap organisasi. Rasa tanggung jawab adalah sifat manusia yang dapat dibentuk dengan cara pimpinan mau berkomunikasi dengan pekerjanya.
- e. Kapasitas untuk melatih tingkat imajinasi yang relatif tinggi, cerdas, kreatif dalam pemecahan masalah organisasi didistribusikan secara luas dan tidak sempit kepada seluruh pekerja. Manusia mempunyai kemampuan membuat pilihan yang berharga dan menemukan

penyelesaian yang unik. Bila diberikan kesempatan kepada pekerja, mereka mungkin akan dapat membuat keputusan yang baik tentang bagaimana menyelesaikan tugas-tugas.

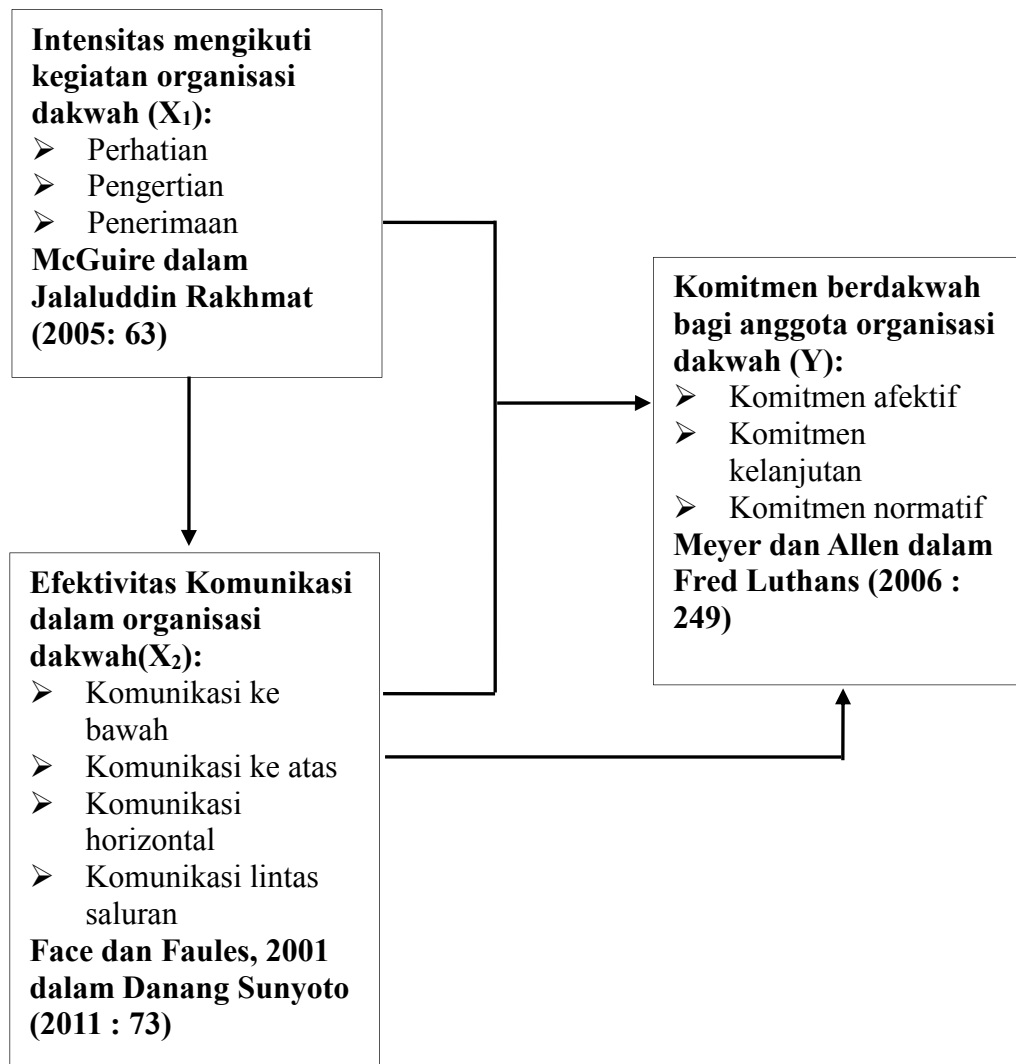
- f. Di bawah kondisi kehidupan industri modern, potensi intelektual dan organisasi terletak pada kesatuan bagian-bagian. Ini menunjukkan bahwa organisasi mempunyai sumber intelektual pada anggotanya. Suatu tujuan baru dari manajemen menurut asumsi ini adalah menemukan dan menggunakan sumber potensi ini. Asumsi ini mengarahkan secara langsung kepada ide hubungan manusia, dan pembuatan keputusan dari semua anggota organisasi.

Asumsi dari teori hubungan manusia mengenal manusia sebagai individu yang matang, bertanggung jawab, dan berpartisipasi secara aktif dalam aktivitas organisasi bila diberi kesempatan yang pantas dan penguatan secara pribadi.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat ditarik garis tengah bahwa komunikasi dalam organisasi dengan segala fungsi yang dimiliki dapat memberikan dorongan motivasi bagi tiap anggota organisasi dakwah untuk tetap aktif sehingga mengakibatkan terbentuknya komitmen untuk berdakwah.

Dari penjelasan di atas pula dapat menimbulkan sebuah kerangka berfikir sebagaimana pada gambar 1.1 berikut:

**Gambar 1.1 Kerangka Berfikir**



## **G. HIPOTESIS**

Sebuah penelitian menggunakan hipotesis karena sesungguhnya hipotesis adalah jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan.<sup>37</sup> Melalui hipotesis, penelitian menjadi jelas karena dibimbing oleh hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini ialah:

### **Hipotesis kerja (Ha)<sub>1</sub>**

Terdapat pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### **Hipotesis nol (H0)<sub>1</sub>**

Tidak terdapat pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### **Hipotesis kerja (Ha)<sub>2</sub>**

Terdapat pengaruh efektivitas komunikasi organisasi di UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA UIN Sunan Kalijaga.

### **Hipotesis nol (H0)<sub>2</sub>**

Tidak terdapat pengaruh efektivitas komunikasi organisasi di UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA UIN Sunan Kalijaga.

---

<sup>37</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya : Airlangga University Press, 2001), hlm. 90.

**Hipotesis kerja (H<sub>a</sub>)<sub>3</sub>**

Terdapat pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**Hipotesis nol (H<sub>0</sub>)<sub>3</sub>**

Tidak terdapat pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**H. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I berisi tentang pendahuluan, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II berisi tentang metodologi penelitian, yaitu jenis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, kemudian analisis data.

BAB III berisi tentang gambaran umum mengenai UKM KORDISKA, terkait sejarah, visi misi, fungsi-fungsi, kegiatan-kegiatan dan struktur organisasi UKM KORDISKA.

BAB IV berisi tentang penyajian dan hasil analisis penelitian.

BAB V berisi penutup yaitu kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran, dan daftar pustaka.

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Penyajian Data

##### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini ialah anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang terdiri dari tiga Korp. Jumlah populasi yang ada ialah 135 orang baik laki-laki maupun perempuan.

Dari jumlah populasi tersebut dilakukan penarikan sampel sebagai responden dalam penelitian menggunakan rumus Solvin dengan taraf signifikansi 10% menjadi 57 anggota.

##### 2. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian tentang pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga menggunakan kuesioner/angket sebagai alat pengumpul data dengan responden sebanyak 57 orang.

Dari jumlah responden sebanyak 57 orang tersebut, penulis mengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 14**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	31	54,4%
2	Perempuan	26	45,6%
<b>TOTAL</b>		57	100%

Sumber : data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 14 di atas, dapat diketahui bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini lebih banyak laki-laki daripada perempuan. Laki-laki sebanyak 31 orang dengan perolehan persentase sebesar 54,4% dan perempuan sebanyak 26 orang dengan perentase sebesar 45,6%.

### 3. Deskripsi Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA

Setelah melakukan penyebaran kuesioner variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA, diperoleh hasil skor tertinggi 35 dan terendah 19. Serta didapat pula mean (nilai rata-rata) 27,89 dan standar deviasi (SD) 4,135. Hasil perolehan tersebut diolah menggunakan program SPSS 17.0 serta dapat dilihat pada tabel 15 di bawah ini.

**Tabel 15**  
**Hasil Olah SPSS Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	SD
Intensitas	57	19	35	27,89	4,135

Sumber : data primer (diolah)

#### B. Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA bagi Anggota UKM KORISKA

Intensitas para anggota UKM KORDISKA dalam mengikuti kegiatan organisasi terbagi menjadi tiga kategori, diantaranya: tinggi, sedang, dan rendah.

Pengkategorian tersebut berdasarkan rumus berikut:

$$\text{Tinggi} = X > \text{Mean} + \text{SD}$$

$$\text{Sedang} = \text{Mean} - \text{SD} \leq X \leq \text{Mean} + \text{SD}$$

$$\text{Rendah} = X < \text{Mean} - \text{SD}$$

**Tabel 16**  
**Kategorisasi Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA Bagi**  
**Anggota UKM KORDISKA**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah/Orang</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	9	15,7 %
Sedang	37	65 %
Rendah	11	19,3 %
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100 %</b>

Sumber : data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 16 di atas diperoleh 9 orang tergolong dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 15,7%, sedangkan 37 orang dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 65%, dan 11 orang dalam kategori rendah dengan persentase sebesar 19,3%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas mengikuti UKM KORDISKA bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga tergolong sedang, artinya tingkat perhatian, pengertian, dan penerimaan yang dimiliki anggota UKM KORDISKA terhadap organisasi mereka tidak dalam taraf yang tinggi juga rendah, akan tetapi tergolong dalam tingkatan yang sedang-sedang saja.

### **C. Efektivitas Komunikasi Organisasi bagi Anggota UKM KORDISKA**

Efektivitas komunikasi organisasi bagi anggota UKM KORDISKA juga dikategorikan menjadi tiga, yaitu : tinggi, sedang, dan rendah.

**Tabel 17**  
**Kategorisasi Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah/Orang</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	7	12,3 %
Sedang	41	72 %
Rendah	9	15,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100 %</b>

Sumber : data primer (diolah)



Berdasarkan tabel 17 di atas, diketahui bahwa efektivitas komunikasi organisasi tidak sepenuhnya mempengaruhi keberhasilan dalam organisasi KORDISKA. Hal ini ditunjukkan dari hasil olah kuesioner 57 responden, dimana kategori tinggi hanya diisi 7 orang dengan persentase 12,3%, sementara kategori sedang 41 orang dengan persentase sebesar 72%, dan kategori rendah sebanyak 9 orang dengan persentase 15,7%. Kategori sedang mendominasi peran efektivitas komunikasi dalam organisasi KORDISKA, artinya efektivitas komunikasi organisasi tidak secara kuat dapat berpengaruh dan tidak pula mempunyai peran yang rendah dalam mempengaruhi keberhasilan UKM KORDISKA.

#### **D. Komitmen Berdakwah Bagi Anggota UKM KORDISKA**

Sebagaimana halnya dengan kedua variabel di atas, variabel komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA juga dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu: tinggi, sedang, dan rendah.

**Tabel 18**  
**Kategorisasi Variabel Komitmen Berdakwah**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah/Orang</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	7	12,3 %
Sedang	41	72 %
Rendah	9	15,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100 %</b>

Sumber : data primer (diolah)

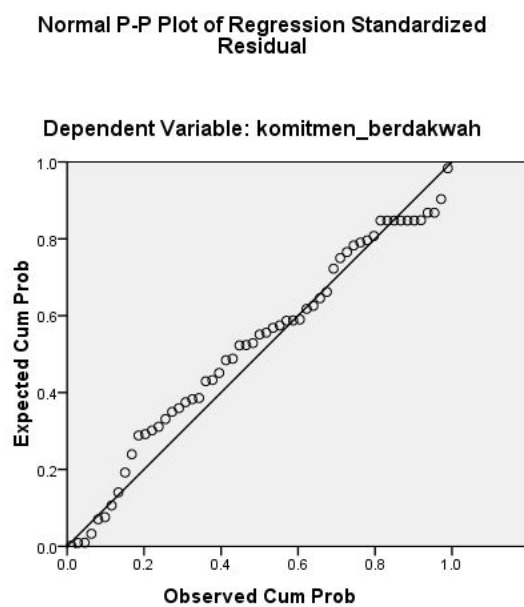
Berdasarkan tabel 18 di atas, komitmen berdakwah yang dibangun oleh anggota UKM KORDISKA mencapai 12,3% untuk kategori tinggi, 72% untuk kategori sedang, dan 15,7% untuk kategori rendah. Kategori sedang juga mendominasi dalam variabel komitmen berdakwah dengan perolehan responden sebanyak 41 orang. Sementara untuk kategori tinggi hanya 7 orang serta kategori rendah sebanyak 9 orang.

## E. Analisis Uji Prasyarat

### 1) Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada hasil uji/output SPSS pada gambar P-P Plot seperti tabel di bawah ini.

**Gambar 1.2**  
**Output Uji Normalitas**



Data residual berdistribusi normal pada penelitian ini. Hal ini bisa dilihat dari sebaran titik-titik pada gambar 1.2 di atas yang mendekati/rapat dengan garis lurus (diagonal).

## 2) Uji Linieritas

Hasil uji linieritas untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel 19 dan 20 di bawah ini.

**Tabel 19**  
**Output Uji Linieritas untuk Variabel X<sub>1</sub> dan Y**

	<b>Sig.</b>	<b>F hitung</b>	<b>F tabel</b>
<b>Linearity</b>	.000	89.990	3.17
<b>Deviation from linearity</b>	.217	1.363	3.17

Sumber : data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 19 di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel X<sub>1</sub> dan Y mempunyai hubungan yang linier. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Serta nilai *Deviation From Linierity* sebesar 0,217 lebih besar dari 0,05.

**Tabel 20**  
**Output Uji Linieritas untuk Variabel X<sub>2</sub> dan Y**

	<b>Sig.</b>	<b>F hitung</b>	<b>F tabel</b>
<b>Linearity</b>	.000	21.019	3.17
<b>Deviation from linearity</b>	.251	1.286	3.17

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 20 di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel X<sub>2</sub> dan Y mempunyai hubungan yang linier. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Serta nilai *Deviation From Linierity* sebesar 0,251 lebih besar dari 0,05.

## F. Analisis Data

### 1) Hubungan Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Efektivitas Komunikasi Organisasi

Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan variabel efektivitas komunikasi dalam organisasi KORDISKA. Hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai  $r$  hitung dibandingkan nilai  $r$  tabel yaitu 0,536 sedangkan  $r$  tabel untuk  $N=57$  dan taraf signifikansi 5% ialah 0,220. Hasil olah program SPSS 17.0 untuk korelasi antara variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan efektivitas komunikasi organisasi dapat dilihat pada tabel 21 di bawah ini.

**Tabel 21**  
**Korelasi Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Efektivitas Komunikasi Organisasi**

<b>N of item</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>
57	.536	.220

Sumber: data primer (diolah)

Arah korelasi positif menunjukkan adanya persamaan, artinya semakin intens/sering anggota UKM KORDISKA mengikuti setiap kegiatan yang diselenggarakan, maka akan semakin efektif pula komunikasi yang terjalin dalam organisasi tersebut. Begitu pula sebaliknya. Hal ini dikarenakan adanya metode yang digunakan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi yaitu komunikasi tatap muka. Semakin sering para anggota bertemu, semakin efektif pula komunikasi organisasi yang terbangun dalam organisasi KORDISKA.

## 2) Hubungan Efektivitas Komunikasi Organisasi dengan Komitmen Berdakwah

Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel efektivitas komunikasi organisasi dengan variabel komitmen berdakwah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $r$  hitung yang lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel yaitu 0,506 sedangkan nilai  $r$  tabel untuk  $N=57$  dan taraf signifikansi 5% sebesar 0,220. Hasil olah program SPSS 17.0 untuk korelasi antara variabel efektivitas komunikasi organisasi dengan komitmen berdakwah dapat dilihat pada tabel 22 di bawah ini.

**Tabel 22**  
**Korelasi Efektivitas Komunikasi Organisasi**  
**dengan Komitmen Berdakwah**

<b>N of item</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>
57	.506	.220

Sumber : data primer (diolah)

Arah korelasi menunjukkan arah positif, berarti semakin efektif komunikasi yang ada dalam sebuah organisasi maka semakin tinggi komitmen berdakwah dalam organisasi tersebut. Begitu juga sebaliknya.

Hal tersebut terjadi karena kualitas iklim organisasi yang dibangun antar anggota organisasi sangat baik. Kondisi iklim dalam suatu organisasi dapat diketahui berdasarkan data yang diperoleh dari masing-masing anggota dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi organisasi dikatakan kondusif saat terjadi kesesuaian dengan kondisi yang sebenarnya dalam sebuah organisasi.

### 3) Hubungan Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Komitmen Berdakwah

Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan komitmen berdakwah. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel yaitu 0,775 sementara  $r$  tabel untuk  $N = 57$  dan signifikansi 5% ialah 0,220. Hasil olah SPSS 17.0 untuk hubungan variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan komitmen berdakwah dapat dilihat pada tabel 23 di bawah ini.

**Tabel 23**  
**Korelasi Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dengan Komitmen Berdakwah**

<b>N of item</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>
57	.775	.220

Sumber : data primer (diolah)

Arah koefisien korelasi menunjukkan arah positif yang artinya semakin intens seorang anggota KORDISKA mengikuti kegiatan yang diselenggarakan, maka semakin tinggi pula komitmen untuk berdakwah.

### 4) Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA terhadap Komitmen Berdakwah Bagi Anggota UKM KORDISKA

Terdapat koefisien korelasi yang signifikan antara variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan komitmen berdakwah ( $R$ ) sebesar 0,805. Dengan begitu dapat diketahui besarnya pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA sebesar koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,648.

Hal ini berarti pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA sebesar 64,8%, sementara 35,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil olah SPSS versi 17.0 untuk pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA dapat dilihat pada tabel 24 di bawah ini.

**Tabel 24**  
**Hasil Olah Pengaruh Variabel X<sub>1</sub> Terhadap Variabel Y**

Koefisien korelasi (R)	Koefisien determinasi (R <sup>2</sup> )
.805	.648

Sumber : data primer (diolah)

Dalam sebuah organisasi, diantara faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan komitmen dalam diri setiap anggota bisa dilakukan dengan menciptakan rasa komunitas. Metode ini bukan dimaksudkan untuk pengelompokan antar kelompok dalam sebuah organisasi, akan tetapi metode ini bertujuan untuk membangun homogenitas berdasarkan nilai, keadilan, menekankan kerjasama, saling mendukung, berjalannya kerja tim serta berkumpul bersama.

Selanjutnya terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA. Hal ini dapat dibuktikan dengan lebih kecilnya nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,000 daripada 0,05. Sebagaimana terlihat pada tabel 25 di bawah ini.

**Tabel 25**  
**Output ANOVA untuk Variabel X<sub>1</sub> dan Y**

Variabel	Sig.	F
Intensitas & Komitmen Berdakwah	.000	101.251

Sumber : data primer (diolah)

Sementara itu untuk *output coefficients*, pada kolom B didapat nilai konstan (a) sebesar 9,373 dan nilai intensitas (b) sebesar 1,133, sehingga persamaan regresinya (Y) dapat ditulis  $Y = a + bX$  atau  $9,373 + 1,133X$ .

Koefisien b merupakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Maka dari itu dari persamaan di atas dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 9,373 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai intensitas, maka nilai komitmen berdakwah sama dengan 9,373. Sementara koefisien regresi X menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai intensitas maka nilai komitmen berdakwah bertambah sebesar 1,133.

**Tabel 26**  
**Output Coefficients Variabel X<sub>1</sub> dan Y**

Model	B	t	Sig.
<b>Constant (a)</b>	9.373	2.968	.004
<b>Intensitas (b)</b>	1.133	10.062	.000

Sumber : data primer (diolah)

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai t hitung sebesar 10,062 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kecilnya nilai signifikansi dari 0,05 mengakibatkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap variabel komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan presentase sebesar 64,8%.



### 5) Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi di UKM KORDISKA terhadap Komitmen Berdakwah Bagi Anggota UKM KORDISKA

Terdapat koefisien korelasi yang signifikan antara variabel efektivitas komunikasi organisasi di UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA dengan nilai R sebesar 0,506. Sementara untuk koefisien determinasinya ( $R^2$ ) sebesar 0,256.

Hal ini berarti pengaruh efektivitas komunikasi organisasi di UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA sebesar 25,6%, sedangkan 74,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil olah SPSS 17.0 untuk pengaruh variabel  $X_2$  terhadap variabel Y dapat dilihat pada tabel 27 di bawah ini.

**Tabel 27**  
**Hasil Olah Pengaruh Variabel  $X_2$  Terhadap Variabel Y**

Koefisien korelasi (R)	Koefisien determinasi ( $R^2$ )
.506	.256

Sumber : data primer (diolah)

Pada satu sisi, fokus pada kerja tim, pemberdayaan, dan organisasi yang lebih datar hanya meningkatkan motivasi diri pada karyawan yang memiliki komitmen, di sisi lain kondisi lingkungan justru mengurangi komitmen anggota organisasi.

Selanjutnya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel efektivitas komunikasi organisasi di UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA. Hal ini dapat dibuktikan dengan kecilnya nilai signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan 0,05 sebagaimana dapat dilihat pada tabel 28 di bawah ini.

**Tabel 28**  
**Output ANOVA untuk Variabel X<sub>2</sub> dan Y**

Variabel	Sig.	F
Efektivitas Komunikasi Organisasi & Komitmen Berdakwah	.000	18.948

Sumber : data primer (diolah)

Sementara untuk *output coefficients*, pada kolom B diketahui nilai konstanta (a) sebesar 9,301 dan (b) sebesar 0,565, sehingga persamaan regresinya (Y) dapat ditulis  $Y = a + bX$  atau  $Y = 9,301 + 0,565X$ .

Koefisien b merupakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Maka dari itu dari persamaan di atas dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 9,301 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai efektivitas komunikasi organisasi, maka nilai komitmen berdakwah sama dengan 9,301. Sementara koefisien regresi X menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai efektivitas komunikasi organisasi maka nilai komitmen berdakwah bertambah sebesar 0,565.

**Tabel 29**  
**Output Coefficients Variabel X<sub>2</sub> dan Y**

Model	B	t	Sig.
<b>Constant (a)</b>	9.301	1.280	.206
<b>Efektivitas komunikasi organisasi (b)</b>	.565	4.353	.000

Sumber : data primer (diolah)

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai t hitung sebesar 4,353 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kecilnya nilai signifikansi dari 0,05 mengakibatkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel efektivitas komunikasi organisasi di UKM KORDISKA terhadap variabel komitmen

berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan presentase sebesar 25,6%.

**6) Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah Anggota UKM KORDISKA**

**a. Multikolinieritas**

Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 30 output SPSS 17.0 di bawah ini.

**Tabel 30**  
**Output Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Intensitas	.724	1.381
Efektivitas komunikasi organisasi	.724	1.381

Sumber : data primer (diolah)

Untuk uji multikolinieritas yang dilihat ialah nilai VIF dan *Tolerance* nya. Untuk variabel intensitas dan efektivitas komunikasi organisasi, keduanya mempunyai nilai VIF yang sama yaitu 1,381. Begitu juga dengan nilai *Tolerance* mempunyai nilai yang sama yaitu 0,724. Karena nilai VIF dari kedua variabel tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel bebas tersebut.

**b. Autokorelasi**

Untuk hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada output Model Summary di bawah ini.

**Tabel 31**  
**Output Uji Autokorelasi**

Variabel	Durbin Watson (DW)
X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , dan Y	1.469

Sumber : data primer (diolah)

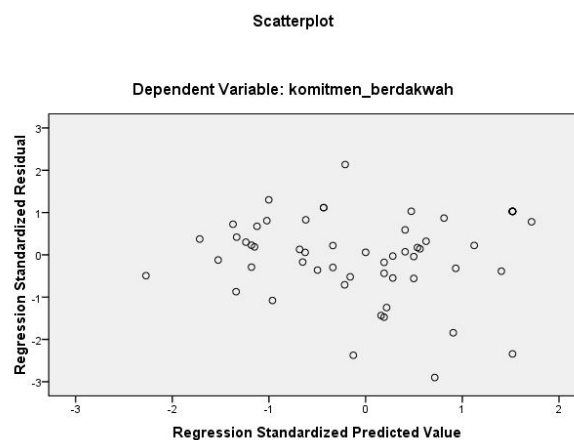
Pada tabel 31 di atas, untuk uji autokorelasi yang dilihat adalah nilai hitung Durbin-Watson (DW), yaitu sebesar 1,469. Angka ini akan dibandingkan dengan nilai penolakan atau penerimaan yang akan dibuat dengan nilai dL dan dU yang ditentukan atas dasar banyaknya variabel bebas (k) dan jumlah sampel yang digunakan (n).

Terdapat variabel bebas (k)=2 dan n = 57, maka diperoleh nilai dL yaitu 1.5004 dan dU sebesar 1.6452. Dengan begitu didapat nilai batas 4-dL sebesar 2,4996 dan 4-dU sebanyak 2,3548. Dengan perolehan DW hitung sebesar 1,469 yang lebih kecil dibandingkan dengan dU dan lebih kecil pula dibandingkan dengan 4-dU, maka disimpulkan tidak terjadi autokorelasi secara ragu-ragu.

### c. Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada output sebaran data di *Scatterplot* di bawah ini.

**Gambar 1.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 1.3, dalam *Scatterplot* menunjukkan sebaran titik tidak menunjukkan suatu pola/alur, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**d. Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah**

Untuk *output* pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi terhadap komitmen berdakwah dapat dilihat pada tabel ANOVA di bawah ini.

**Tabel 32**  
**Output X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y**

Variabel	F hitung	Sig.	F tabel
X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , Y	43,056	.000	3,17

Sumber : data primer (diolah)

Pengambilan keputusan hipotesis dapat dilakukan jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  atau probabilitas  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima, dan jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  atau probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dari tabel di atas dapat dilihat nilai  $F$  sebesar 43,056, sedangkan nilai  $F$  tabel untuk  $dk$  pembilang 2 dan  $dk$  penyebut 54 adalah 3,17.

Dari tabel 32 di atas diperoleh hasil  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel atau  $43,056 > 3,17$ , maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Sementara itu, nilai signifikan diketahui 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian maka terdapat pengaruh signifikan antara intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi secara bersama-sama terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA.

**Tabel 33**  
**Output Coefficients untuk Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y**

Variabel	B	t hitung	Sig.	t tabel
(Constant)	3,309	.619	.538	2.005
X1	1,038	7.086	.000	2.005
X2	0,152	1.376	.174	2.005

Sumber : data primer (diolah)

Pada tabel 33, untuk *output* ini pengambilan kesimpulan dilakukan jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  atau probabilitas  $\geq 0,05$  maka H<sub>0</sub> diterima dan jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau probabilitas  $< 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak.

Uji t (koefisien regresi secara parsial) pada variabel intensitas (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai t hitung sebesar 7,086 dan nilai t tabel untuk signifikansi 5% ialah 2,005, maka dapat diketahui t hitung lebih besar dari t tabel H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA.

Sementara untuk uji t pada variabel efektivitas komunikasi organisasi (X<sub>2</sub>) diperoleh t hitung sebesar 1,376 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel 2,005. Maka H<sub>a</sub> ditolak, artinya pada penelitian ini secara parsial efektivitas komunikasi organisasi tidak berpengaruh terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA.

Dari tabel 33 di atas, diperoleh persamaan regresi (Y) sebagai berikut:  
 $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  atau  $Y = 3,309 + 1,038X_1 + 0,152X_2$ , artinya jika nilai X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> adalah 0, maka nilai Y besarnya sama dengan konstanta yaitu 3,309.

Koefisien regresi variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA ( $X_1$ ) sebesar 1,038 artinya jika nilai variabel efektivitas komunikasi organisasi tetap, dan  $X_1$  mengalami kenaikan, maka harga Y juga mengalami kenaikan sebesar 1,038. Koefisien bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif antara intensitas mengikuti UKM KORDISKA dengan komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga. Semakin intens anggota UKM KORDISKA mengikuti kegiatan organisasi, maka semakin tinggi pula komitmen berdakwahnya.

Sementara itu koefisien regresi variabel efektivitas komunikasi organisasi ( $X_2$ ) sebesar 0,152 artinya jika nilai variabel intensitas mengikuti UKM KORDISKA tetap, dan  $X_2$  mengalami kenaikan, maka harga Y juga naik sebesar 0,152. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara efektivitas komunikasi organisasi dengan komitmen berdakwah. Semakin efektif komunikasi organisasi dalam UKM KORDISKA maka semakin tinggi pula komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga.

## **G. Pembahasan**

### **1) Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA Bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Sebagaimana telah dipaparkan data sebelumnya, bahwa intensitas mengikuti UKM KORDISKA bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga tergolong dalam kategori sedang. Hal demikian terjadi karena adanya perhatian, pengertian, dan penerimaan yang berbeda oleh setiap anggota terhadap UKM KORDISKA itu sendiri.

Sejauh mana seorang anggota menyadari pentingnya mengikuti setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh UKM KORDISKA sangat beragam. Ada yang mengikuti atas dasar keinginan dan kesadarannya sendiri, dan ada pula yang sekedar untuk mengisi waktu luang. Perihal terakhir bisa terjadi kapan saja dan bagi siapa saja untuk anggota yang mempunyai orientasi rendah terhadap organisasi KORDISKA. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat para anggota lain yang secara sadar betul akan kewajibannya sebagai anggota KORDISKA.

Sementara itu pemahaman seorang anggota terhadap organisasi yang ditekuni tidak selamanya baik. Adakalanya juga minim pemahaman. Hal tersebut dikarenakan faktor partisipasi keanggotan yang berbeda. Anggota UKM KORDISKA memilih sekedarnya saja dalam memahami organisasinya.

Ideologi masing-masing individu kita ketahui berbeda satu sama lain. Tujuan menyatukan gagasan organisasi dengan prinsip yang dimiliki



masing-masing anggota pun tak semulus yang direncanakan. Adakalanya terjadi hambatan, baik itu dari faktor internal maupun eksternal. Namun demikian, mayoritas anggota UKM KORDISKA tetap berusaha untuk mendapatkan satu gagasan yang sejalan antara diri mereka dengan gagasan UKM KORDISKA.

## **2) Efektivitas Komunikasi Organisasi UKM KORDISKA Bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Penjabaran sebelumnya mengenai efektivitas komunikasi organisasi bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta masuk dalam taraf sedang. Hal tersebut dikarenakan lancar dan tidaknya alur informasi yang berjalan dalam organisasi UKM KORDISKA.

Komunikasi yang terjalin antara koordinator dengan anggota masing-masing divisi UKM KORDISKA tergolong cukup, artinya tidak stagnan dan tidak juga sangat lancar. Hal ini dikarenakan adanya informasi yang saling terkait dan melengkapi baik dari koordinator ke anggota divisi, maupun dari anggota divisi ke koordinator. Keduanya memegang peran penting dalam penyampaian pesan kaitannya dengan organisasi.

Sedangkan komunikasi yang berlangsung dalam satu divisi maupun antar divisi UKM KORDISKA juga tergolong dalam taraf cukup, artinya baik anggota satu divisi maupun antar divisi dalam UKM KORDISKA tidak ada yang bersikap acuh tak acuh maupun sangat *respect* terhadap kebijakan atau tugas yang diemban masing-masing divisi. Lancarnya komunikasi yang terjalin antar divisi sangat diharapkan dalam mewujudkan tujuan organisasi

yang lebih efektif dan efisien. Sebaliknya jika komunikasi tersebut terhambat, maka tujuan yang hendak dicapai pun ikut terhambat.

### **3) Komitmen Berdakwah Bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Dalam penjelasan sebelumnya diterangkan bahwa komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga tergolong dalam kategori sedang, artinya adanya keinginan untuk terikat dengan kegiatan berdakwah, baik menurut kebutuhan rasional yang dimiliki oleh masing-masing anggota maupun tanggungjawabnya sebagai anggota UKM KORDISKA masih tergolong sedang, tidak tinggi dan tidak pula rendah.

Terbentuknya motivasi dalam diri tiap anggota dapat menimbulkan sebuah keterikatan dalam berorganisasi sehingga membuatnya memiliki rasa tanggungjawab tinggi, senantiasa bersungguh-sungguh memikirkan kemajuan organisasi, yang pada akhirnya dapat membentuk komitmen untuk berdakwah.

Terdapat berbagai tips atau metode yang sangat cocok digunakan dalam UKM KORDISKA untuk mengubah kategori komitmen berdakwah yang sedang menjadi tinggi, diantaranya ialah membangun homogenitas berdasarkan nilai, keadilan, menekankan kerjasama, saling mendukung, kerja tim serta berkumpul bersama.

**4) Pengaruh Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA dan Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Berdakwah bagi Anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga**

Uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, membuktikan bahwa terdapat pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi secara bersama-sama terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga.

Hal tersebut dapat diketahui dari signifikannya pengaruh intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah, meskipun secara parsial untuk efektivitas komunikasi organisasi tidak berpengaruh terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Berlangsungnya proses interaksi didasarkan atas berbagai faktor, seperti: imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati. Adanya komunikasi organisasi secara tidak langsung mempengaruhi seseorang untuk melakukan imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati dalam organisasi dakwah sehingga dapat mendukung terlaksananya aktivitas dakwah.

Dengan demikian, lancarnya komunikasi dalam organisasi dakwah dapat membantu anggota organisasi dakwah memahami iklim yang ada di organisasi serta mempererat solidaritas antar anggota organisasi untuk berpartisipasi aktif dalam setiap aktivitas yang diadakan. Keterikatan dan rasa tanggungjawab juga akan mulai terbentuk dan bertekad untuk memajukan organisasi sehingga muncullah dalam diri tiap anggota komitmen untuk berdakwah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi mempunyai hubungan yang signifikan. Sama halnya dengan intensitas mengikuti UKM KORDISKA terhadap komitmen berdakwah, serta efektivitas komunikasi organisasi dan komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semua mengalami hubungan yang signifikan satu sama lain.

Hal ini seperti yang dijelaskan Dessler (dalam Fred Luthans, 2006) bahwa salah satu metode meningkatkan komitmen adalah dengan menciptakan rasa komunitas, artinya membangun homogenitas berdasarkan nilai, keadilan, menekankan kerjasama, saling mendukung, kerja tim serta berkumpul bersama.

Kemudian dari hasil penelitian ini juga diperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Kesadaran untuk berpartisipasi aktif, pemahaman yang mendalam mengenai UKM KORDISKA, serta usaha menyelaraskan ideologi organisasi dengan gagasan yang dimiliki masing-masing anggota sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan intensitas para anggota UKM KORDISKA dalam mengikuti setiap kegiatan yang dilakukan oleh UKM KORDISKA.

2. Komunikasi yang baik antara koordinator dan anggota dalam satu divisi, maupun koordinator beserta anggota lintas divisi dapat membantu menciptakan iklim organisasi yang kondusif. Iklim kondusif dalam UKM KORDISKA dapat meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga.
3. Motivasi sangat diperlukan dalam mencapai sebuah target organisasi. Menumbuhkan motivasi kepada para anggota UKM KORDISKA untuk terikat pada kegiatan berdakwah dengan pertimbangan untung rugi serta tanggungjawab yang tinggi dalam berdakwah dapat meningkatkan komitmen para anggota UKM KORDISKA untuk berdakwah.
4. Intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi berkorelasi dengan komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga. Artinya secara bersama-sama intensitas mengikuti UKM KORDISKA dan efektivitas komunikasi organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap komitmen berdakwah bagi anggota UKM KORDISKA di UIN Sunan Kalijaga.

## **B. Saran**

1. Untuk anggota UKM KORDISKA UIN Sunan Kalijaga diharapkan mampu meningkatkan tingkat pemahaman terhadap UKM KORDISKA. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini penulis menemukan kurangnya pemahaman yang matang mengenai UKM KORDISKA sehingga anggota enggan untuk menumbuhkan komitmen berdakwah.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian serupa diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini, contohnya kemampuan berdakwah.

## **C. Penutup**

*Hamdan wa syukron lillah* atas segala limpahan rahmat, taufiq, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Meski berbagai hambatan yang datang silih berganti, namun penulis yakin bahwa Allah akan selalu seperti prasangka hamba kepada-Nya. Sadar akan banyaknya kesalahan dan kurang sempurnanya penulis, maka kritik dan saran yang membangun sangat penulis nantikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, 3: 104. Semua terjemah ayat al-Qur'an di skripsi ini diambil dari Departemen Agama RI, *Al-'Aliyy: Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2000.
- Al-Wa'iy, Taufik, *Dakwah ke Jalan Allah: Muatan, Sarana, dan Tujuan*, Jakarta : Robbani Press, 2010.
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.
- Bimowalgito, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta : Andi Offset, 1994.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya : Airlangga University Press, 2001.
- Effendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1986.
- Gerungan, W. A., *Psikologi Sosial*, Jakarta-Bandung : PT. Eresco, 1997.
- Hanurawan, Fattah, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1990.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.
- Luthans, Fred, *Perilaku Organisasi*, terj. Vivin Andhika Yuwono, dkk. Yogyakarta: ANDI, 2006.
- Masmuh, Abdullah, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, Malang : UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 2010.
- Muhammad, Arni, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. Deddy Mulyana, Bandung : PT Remaja Risdakarya, 2010.

- Pelatihan Da'i Mahasiswa XVIII, *Revitalisasi Dakwah : Aktualisasi Sikap Toleran dan Humanis di Tengah Kemajemukan Demi Tegaknya Integritas Bangsa*, Yogyakarta : KORDISKA, 2010.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2005.
- Sevilla, CG., *An Introduction To Research Methods*, terj. Alimuddin Tuwu, Jakarta : UI-Press, 1993.
- Soekanto, Soejono, *Sosilologi Suatu Pengantar*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1994.
- Soetopo, Hendyat, *Perilaku Organisasi;Teori dan Praktek di Bidang Pendidikan*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Sudaryono, *Aplikasi Statistika Untuk Penelitian*, Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- , *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhandang, Kustadi, *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Sujarweni, V. Wiratna, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian*, Yogyakarta : Penerbit Ardana Media, 2008.
- Sukayat, Tata, *Quantum Dakwah*, Jakarta : PT Rineka Cipta, 2009.
- Sunyoto, Danang dan Burhanuddin, *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta : Penerbit CAPS, 2011.
- Triatna, Cepi, *Perilaku Organisasi dalam Pendidikan*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Tubbs, Stewart L., *Human Communication : Konteks-Konteks Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1996.
- Umar, Husein , *Metode Riset Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, Yogyakarta : Kanisius, 1987.



**Skripsi/Jurnal/Modul**

Database Anggota UKM KORDISKA

Irkhamni, Nur Annisa Dewi, skripsi *Pengaruh Menonton Tayangan Mario Teguh Golden Ways Terhadap Pola Pikir Positif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2013/2014*, skripsi yang diajukan kepada jurusan komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Modul Pelatihan Da'i Mahasiswa XIX, *Aktualisasi Peran Individu Dalam Menyikapi Realitas Masyarakat Heterogen di Era Globalisasi*, Yogyakarta : KORDISKA, 2011.

Rezki, Muhammad Alfabri, *Skripsi Pengaruh Intensitas Menonton Program Dokumenter 'Dua Dunia' Di Trans 7 Terhadap Religiusitas Masyarakat Dusun Panggang I, Kelurahan Giriharjo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta*, skripsi yang diajukan kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Z.A, Antony Akhmad, *Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Ketahanan Pangan Daerah (BKPD) Provinsi Jawa Barat Kota Bandung*, Jurnal Sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung, 2013.

**Internet**

<http://123dok.com/document/22713-pengaruh-komunikasi-internal-terhadap-prestasi-kerja-karyawan-pt-telkomsel-branch-medan.htm>, diakses pada 18 Juni 2016.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

## KATEGORISASI

### X1

#### Statistics

intensitas mengikuti KORDISKA

N	Valid	57
	Missing	0
Mean		27.89
Median		28.00
Std. Deviation		4.135
Percentiles	25	25.00
	50	28.00
	75	30.50

intensitas\_mengikuti\_KORDISKA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19	1	1.8	1.8	1.8
22	4	7.0	7.0	8.8
23	6	10.5	10.5	19.3
24	2	3.5	3.5	22.8
25	4	7.0	7.0	29.8
26	7	12.3	12.3	42.1
27	1	1.8	1.8	43.9
28	7	12.3	12.3	56.1
29	7	12.3	12.3	68.4
30	4	7.0	7.0	75.4
31	3	5.3	5.3	80.7
32	2	3.5	3.5	84.2
33	1	1.8	1.8	86.0
34	1	1.8	1.8	87.7
35	7	12.3	12.3	100.0
Total	57	100.0	100.0	

**X2****Statistics**

efektivitas komunikasi organisasi

N	Valid	57
	Missing	0
Mean		55.72
Median		55.00
Std. Deviation		5.470
Percentiles	25	53.00
	50	55.00
	75	60.00

efektivitas\_komunikasi\_organisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 42	1	1.8	1.8	1.8
44	1	1.8	1.8	3.5
45	1	1.8	1.8	5.3
46	1	1.8	1.8	7.0
47	2	3.5	3.5	10.5
48	1	1.8	1.8	12.3
49	1	1.8	1.8	14.0
50	1	1.8	1.8	15.8
51	1	1.8	1.8	17.5
52	3	5.3	5.3	22.8
53	2	3.5	3.5	26.3
54	2	3.5	3.5	29.8
55	13	22.8	22.8	52.6
56	1	1.8	1.8	54.4
57	8	14.0	14.0	68.4
58	2	3.5	3.5	71.9
59	1	1.8	1.8	73.7
60	2	3.5	3.5	77.2
61	6	10.5	10.5	87.7
62	1	1.8	1.8	89.5
63	3	5.3	5.3	94.7
65	2	3.5	3.5	98.2
68	1	1.8	1.8	100.0
Total	57	100.0	100.0	

### X3

#### Statistics

komitmen berdakwah

N	Valid	57
	Missing	0
Mean		40.77
Median		40.00
Std. Deviation		6.103
Percentiles	25	36.50
	50	40.00
	75	44.50

komitmen\_berdakwah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 28	1	1.8	1.8	1.8
31	2	3.5	3.5	5.3
32	1	1.8	1.8	7.0
33	2	3.5	3.5	10.5
34	2	3.5	3.5	14.0
36	6	10.5	10.5	24.6
37	5	8.8	8.8	33.3
38	6	10.5	10.5	43.9
39	2	3.5	3.5	47.4
40	3	5.3	5.3	52.6
41	5	8.8	8.8	61.4
42	1	1.8	1.8	63.2
43	4	7.0	7.0	70.2
44	3	5.3	5.3	75.4
45	2	3.5	3.5	78.9
46	1	1.8	1.8	80.7
47	2	3.5	3.5	84.2
48	2	3.5	3.5	87.7
52	7	12.3	12.3	100.0
Total	57	100.0	100.0	

## UNTUK RELIABILITAS X1

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	10

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	50.00	54.621	.769	.735
item_2	51.07	56.064	.627	.745
item_3	50.40	53.766	.754	.732
item_4	50.47	55.637	.569	.744
item_5	50.23	55.495	.665	.742
item_6	50.43	57.495	.394	.756
item_7	50.23	57.495	.394	.756
item_8	50.43	54.944	.730	.738
item_9	50.07	53.375	.737	.730
skor_total	26.67	15.471	1.000	.848

## RELIABILITAS X2

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	20

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_10	108.93	129.513	.471	.723
item_11	108.70	126.769	.625	.716
item_12	108.93	132.064	.335	.728
item_13	108.63	127.620	.754	.716
item_14	108.60	130.593	.549	.724
item_15	108.60	127.903	.694	.717
item_16	109.57	145.564	-.505	.759
item_17	108.83	127.592	.642	.717
item_18	109.77	143.357	-.435	.754
item_19	108.80	131.890	.534	.726
item_20	108.47	127.637	.760	.716
item_21	108.53	127.292	.759	.715
item_22	108.50	127.155	.741	.715
item_23	108.33	126.368	.782	.713
item_24	108.50	125.845	.766	.712
item_25	108.67	129.333	.578	.721
item_26	108.87	130.395	.433	.724
item_27	108.13	130.602	.496	.724
item_28	108.47	132.740	.343	.729
skor_total	55.83	34.351	1.000	.841

## RELIABILITAS Y

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	14

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_29	78.03	107.895	.642	.742
item_30	77.77	107.220	.750	.740
item_31	78.43	105.151	.744	.735
item_32	78.07	109.651	.586	.747
item_33	77.70	108.148	.735	.742
item_34	77.97	106.930	.732	.739
item_35	78.07	109.995	.503	.749
item_36	78.10	109.266	.652	.745
item_37	78.13	109.085	.523	.746
item_38	78.17	109.385	.523	.747
item_39	77.93	109.513	.636	.746
item_40	78.10	109.059	.601	.745
item_41	77.70	109.666	.602	.747
skor_total	40.57	29.289	1.000	.894



## LAMPIRAN ANALISIS DESKRIPTIF

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
intensitas	57	19	35	27.89	4.135
Valid N (listwise)	57				

## LAMPIRAN UJI KORELASI

### Correlations

		INTENSITAS	EFEKTIVITAS _KOMUNIKAS   ORGANISASI
INTENSITAS	Pearson Correlation	1	.536**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	57	57
EFEKTIVITAS _KOMUNIKASI _ORGANISASI	Pearson Correlation	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

		EFEKTIVITAS _KOMUNIKAS   ORGANISASI	KOMITMEN BERDAKWÄH
EFEKTIVITAS _KOMUNIKASI _ORGANISASI	Pearson Correlation	1	.506**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	57	57
KOMITMEN BERDAKWÄH	Pearson Correlation	.506**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

		INTENSITAS	KOMITMEN BERDAKWÄH
INTENSITAS	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	57	57
KOMITMEN BERDAKWÄH	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## REGRESI $X_1$ DAN $Y$

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 <sup>a</sup>	.648	.642	3.654

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1351.756	1	1351.756	101.251	.000 <sup>a</sup>
	Residual	734.280	55	13.351		
	Total	2086.035	56			

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS

b. Dependent Variable: KOMITMEN\_BERDAKWAH

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.373	3.158		2.968	.004
	INTENSITAS	1.133	.113	.805	10.062	.000

a. Dependent Variable: KOMITMEN\_BERDAKWAH

## REGRESI X<sub>2</sub> DAN Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 <sup>a</sup>	.256	.243	5.311

a. Predictors: (Constant), EFEKTIVITAS\_KOMUNIKASI\_ORGANISASI

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	534.512	1	534.512	18.948	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1551.523	55	28.210		
	Total	2086.035	56			

a. Predictors: (Constant), EFEKTIVITAS\_KOMUNIKASI\_ORGANISASI

b. Dependent Variable: KOMITMEN\_BERDAKWAH

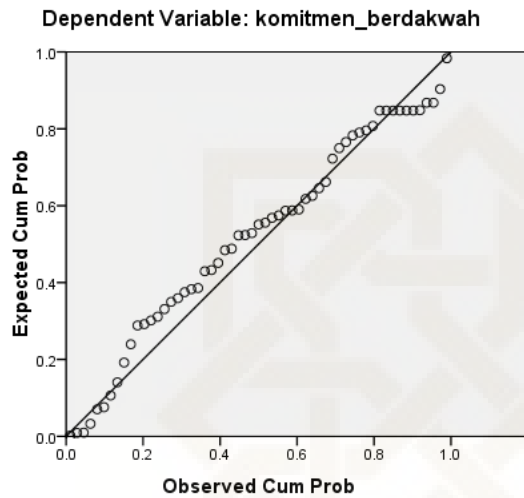
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.301	7.264		1.280	.206
	EFEKTIVITAS_KOMUNIKASI_ORGANISASI	.565	.130	.506	4.353	.000

a. Dependent Variable: KOMITMEN\_BERDAKWAH

## UJI PRASYARAT

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
komitmen berdakwah * intensitas mengikuti UKM KORDISKA	Between Groups	(Combined)	1500.833	14	107.202	7.694	.000
		Linearity	1253.863	1	1253.863	89.990	.000
		Deviation from Linearity	246.970	13	18.998	1.363	.217
	Within Groups		585.202	42	13.933		
Total			2086.035	56			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
komitmen berdakwah * efektivitas komunikasi organisasi	Between Groups	(Combined)	1221.433	22	55.520	2.183	.020
		Linearity	534.512	1	534.512	21.019	.000
		Deviation from Linearity	686.920	21	32.710	1.286	.251
	Within Groups		864.603	34	25.429		
Total			2086.035	56			

## UJI KLASIK

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.301	7.264		1.280	.206
	EFEKTIVITAS_KOMUNIKASI_ORGANISASI	.565	.130	.506	4.353	.000

a. Dependent Variable: KOMITMEN\_BERDAKWAH

**Model Summary<sup>b</sup>**

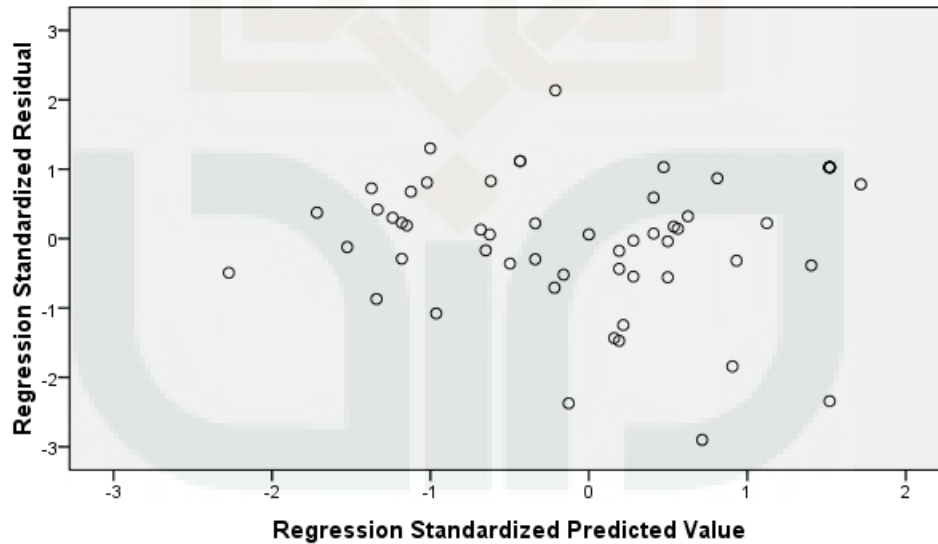
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.600	3.859	1.469

a. Predictors: (Constant), efektivitas\_komunikasi\_organisasi, intensitas

b. Dependent Variable: komitmen\_berdakwah

## Scatterplot

Dependent Variable: komitmen\_berdakwah



## REGRESI X1, X2, Y

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1282.059	2	641.030	43.056	.000 <sup>a</sup>
	Residual	803.976	54	14.888		
	Total	2086.035	56			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	3.309	5.345		.619	.538	-7.406	14.024			
	X1	1.038	.147	.704	7.086	.000	.745	1.332	.775	.694	.599
	X2	.152	.111	.137	1.376	.174	-.070	.375	.506	.184	.116

a. Dependent Variable: Y

## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL INTENSITAS MENGIKUTI UKM KORDISKA (X<sub>1</sub>)

**Correlations**

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.422*	.548**	.445*	.655**	.344	.344	.374*	.717**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.020	.002	.014	.000	.063	.063	.042	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	.422*	1	.388*	.440*	.311	.161	.375*	.662**	.389*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.020		.034	.015	.094	.396	.041	.000	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	.548**	.388*	1	.420*	.673**	.437*	.241	.558**	.508**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.002	.034		.021	.000	.016	.199	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	.445*	.440*	.420*	1	.283	.275	.184	.467**	.278	.626**
	Sig. (2-tailed)	.014	.015	.021		.129	.141	.332	.009	.137	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	.655**	.311	.673**	.283	1	.112	.232	.495**	.553**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.094	.000	.129		.557	.218	.005	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson Correlation	.344	.161	.437*	.275	.112	1	-.213	.146	.479**	.464**
	Sig. (2-tailed)	.063	.396	.016	.141	.557	.259		.442	.007	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	.344	.375*	.241	.184	.232	-.213	1	.455*	.225	.464**
	Sig. (2-tailed)	.063	.041	.199	.332	.218	.259	.012		.231	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	.374*	.662**	.558**	.467**	.495**	.146	.455*	1	.522**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000	.001	.009	.005	.442	.012		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	.717**	.389*	.508**	.278	.553**	.479**	.225	.522**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.034	.004	.137	.002	.007	.231	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.800**	.671**	.790**	.626**	.707**	.464**	.464**	.765**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.010	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI (X<sub>2</sub>)







Correlations

		item_29	item_30	item_31	item_32	item_33	item_34	item_35	item_36	item_37	item_38	item_39	item_40	item_41	item_42	item_43	skor_total
item_29	Pearson Correlation	1	.585**	.480**	.347	.429*	.431*	-.051	.603**	.391*	.365*	.300	.164	.511**	.330	.248	.687**
	Sig. (2-tailed)		.001	.007	.060	.018	.017	.788	.000	.033	.047	.107	.388	.004	.074	.187	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_30	Pearson Correlation	.585**	1	.471**	.368*	.506**	.714**	-.110	.534**	.199	.568**	.323	.198	.692**	.514**	.516**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.001		.009	.046	.004	.000	.562	.002	.293	.001	.082	.293	.000	.004	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_31	Pearson Correlation	.480**	.471**	1	.277	.520**	.397*	-.166	.604**	.475**	.356	.397*	.667**	.484**	.322	.397*	.761**
	Sig. (2-tailed)	.007	.009		.139	.003	.030	.381	.000	.008	.054	.030	.000	.007	.083	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_32	Pearson Correlation	.347	.368*	.277	1	.455*	.174	-.533**	.332	-.023	.340	-.161	-.198	.529**	.216	.076	.345
	Sig. (2-tailed)	.060	.046	.139		.012	.357	.002	.073	.902	.066	.394	.293	.003	.252	.691	.062
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_33	Pearson Correlation	.429*	.506**	.520**	.455*	1	.430*	-.232	.426*	.265	.631**	.000	.094	.494**	.570**	.118	.625**
	Sig. (2-tailed)	.018	.004	.003	.012		.018	.216	.019	.157	.000	1.000	.620	.006	.001	.535	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_34	Pearson Correlation	.431*	.714**	.397*	.174	.430*	1	-.060	.640**	.297	.607**	.437*	.312	.374*	.549**	.466**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.030	.357	.018		.754	.000	.111	.000	.016	.094	.041	.002	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_35	Pearson Correlation	-.051	-.110	-.166	-.533**	-.232	-.060	1	-.262	.318	-.020	.163	.101	-.123	-.018	.040	.006
	Sig. (2-tailed)	.788	.562	.381	.002	.216	.754		.162	.087	.915	.390	.594	.517	.923	.835	.975
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_36	Pearson Correlation	.603**	.534**	.604**	.332	.426*	.640**	-.262	1	.305	.463*	.306	.332	.483**	.506**	.359	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.073	.019	.000	.162		.101	.010	.100	.073	.007	.004	.051	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_37	Pearson Correlation	.391*	.199	.475**	-.023	.265	.297	.318	.305	1	.187	.543**	.408*	.254	.082	.202	.560**
	Sig. (2-tailed)	.033	.293	.008	.902	.157	.111	.087	.101		.321	.002	.025	.175	.667	.284	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_38	Pearson Correlation	.365*	.568**	.356	.340	.631**	.607**	-.020	.463*	.187	1	.089	.189	.540**	.703**	.389*	.693**
	Sig. (2-tailed)	.047	.001	.054	.066	.000	.000	.915	.010	.321		.639	.318	.002	.000	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_39	Pearson Correlation	.300	.323	.397*	-.161	.000	.437*	.163	.306	.543**	.089	1	.668**	.090	.081	.524**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.107	.082	.030	.394	1.000	.016	.390	.100	.002	.639		.000	.636	.672	.003	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_40	Pearson Correlation	.164	.198	.667**	-.198	.094	.312	.101	.332	.408*	.189	.668**	1	.112	.087	.493**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.388	.293	.000	.293	.620	.094	.594	.073	.025	.318	.000		.555	.649	.006	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_41	Pearson Correlation	.511**	.692**	.484**	.529**	.494**	.374*	-.123	.483**	.254	.540**	.090	.112	1	.489**	.374*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.007	.003	.006	.041	.517	.007	.175	.002	.636	.555		.006	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_42	Pearson Correlation	.330	.514**	.322	.216	.570**	.549**	-.018	.505**	.082	.703**	.081	.087	.489**	1	.451*	.637**
	Sig. (2-tailed)	.074	.004	.083	.252	.001	.002	.923	.004	.667	.000	.672	.649	.006		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_43	Pearson Correlation	.248	.516**	.397*	.076	.118	.466**	.040	.359	.202	.389*	.524**	.493**	.374*	.451*	1	.626**
	Sig. (2-tailed)	.187	.003	.030	.691	.535	.009	.835	.051	.284	.034	.003	.006	.041	.012		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.687**	.777**	.761**	.345	.625**	.746**	.006	.742**	.560**	.693**	.550**	.538**	.689**	.637**	.626**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.062	.000	.000	.975	.000	.001	.000	.002	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Skor Jawaban Responden Untuk Variabel Intensitas Mengikuti UKM KORDISKA (X1)**

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
1	4	2	2	2	3	3	3	2	4
2	3	2	3	2	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
4	3	2	2	2	2	3	3	2	3
5	3	2	2	3	2	3	3	2	2
6	4	2	4	3	4	3	3	3	4
7	4	2	4	4	4	4	2	2	3
8	3	2	2	3	2	3	3	2	3
9	4	2	3	3	4	2	3	3	4
10	3	2	3	2	3	2	3	2	2
11	3	2	2	3	3	2	3	3	2
12	3	2	4	3	3	4	3	3	4
13	3	2	3	3	3	3	3	3	2
14	4	4	3	4	3	3	3	4	4
15	4	2	3	3	3	3	4	3	4
16	3	2	2	4	3	2	3	3	3
17	3	2	3	3	3	3	3	3	3
18	4	2	3	2	4	3	3	3	4
19	4	4	4	4	4	3	4	4	4
20	3	2	3	3	3	4	1	3	4
21	3	2	3	3	3	3	3	3	3

22	4	3	4	4	3	4	4	4	4
23	3	3	3	2	3	3	3	3	3
24	4	2	3	3	3	4	3	3	4
25	4	3	4	3	4	3	4	4	4
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2
27	2	2	2	2	3	3	3	3	3
28	4	3	3	3	4	3	4	3	4
29	3	2	3	3	3	2	4	3	3
30	3	2	3	3	3	2	4	3	3
31	4	2	3	4	3	2	4	4	4
32	3	2	3	2	4	4	3	3	2
33	3	2	3	3	4	3	4	3	3
34	4	3	4	4	3	2	4	3	3
35	3	2	2	3	4	4	4	3	3
36	4	4	4	4	4	3	4	4	4
37	4	3	4	3	4	3	4	3	3
38	4	3	2	4	4	2	3	3	3
39	4	2	3	3	4	4	4	4	3
40	3	3	4	3	4	3	2	4	3
41	3	2	3	2	3	2	3	2	3
42	4	3	4	3	3	2	3	3	3
43	4	4	4	4	4	3	4	4	4
44	3	2	3	2	3	2	3	2	3
45	4	4	4	4	4	3	4	4	4
46	3	2	3	3	3	2	3	2	3
47	4	4	4	4	4	3	4	4	4

48	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	4	4	4	4	3	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4
51	2	2	2	2	3	3	3	2	3
52	4	3	4	3	4	4	3	3	4
53	3	2	2	2	3	2	3	2	4
54	3	3	3	3	3	4	3	3	4
55	3	3	3	3	4	3	4	3	4
56	4	2	4	3	3	3	3	3	4
57	2	1	2	2	2	2	2	2	4

**Skor Jawaban Responden Untuk Variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi (X2)**

No	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28
1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3
2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
5	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3
6	3	4	4	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
7	4	4	2	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
8	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
9	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2



36	1	1	3	3	4	4	1	4	1	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4
37	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
38	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3
39	3	3	3	2	4	4	2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
40	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3
42	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3
43	1	1	3	3	4	4	1	4	1	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4
44	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	4
45	1	1	3	3	4	4	1	4	1	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4
46	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	4
47	1	1	3	3	4	4	1	4	1	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4
48	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	1	1	3	3	4	4	1	4	1	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4
50	1	1	3	3	4	4	1	4	1	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4
51	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2
52	3	3	2	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
53	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3
54	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3
55	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
56	4	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3
57	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2

**Skor Jawaban Responden Untuk Variabel Komitmen Berdakwah (Y)**

Responden	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36	Q37	Q38	Q39	Q40	Q41
1	2	4	2	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3
4	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3
5	2	3	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
6	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4
7	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
8	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
9	4	4	2	4	4	4	2	4	1	1	4	4	3
10	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
11	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3
12	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4
14	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3
15	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4
16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
18	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2





50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3
52	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
53	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
54	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
55	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
56	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
57	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3





## TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.8.13702/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Dewi Maesaroh**  
Date of Birth : **February 15, 1994**  
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **March 30, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	46
Structure & Written Expression	50
Reading Comprehension	47
<b>Total Score</b>	<b>477</b>

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, March 30, 2016

Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005



## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi Maesaroh  
NIM : 12210066  
Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 15 Februari 1994  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam mengikuti ujian tugas akhir/munaqosyah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Yogyakarta, 23 Agustus 2016

Yang membuat pernyataan,



Dewi Maesaroh

NIM. 12210066



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. 552230 Yogyakarta 55281

## SERTIFIKAT

Nomor :UIN.02/MP KPI/PP.00.9/ 1610/2015

Panitia pelaksana Magang Profesi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan ke-30 tahun akademik 2015/2016,  
Menyatakan :

Nama : Dewi Maesaroh  
NIM : 12210066  
Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Telah melaksanakan Magang Profesi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam semester ganjil tahun akademik 2015/2016 di **Harian Jogja** dengan nilai A

Demikian sertifikat ini diberikan semoga dapat dimanfaatkan semestinya.

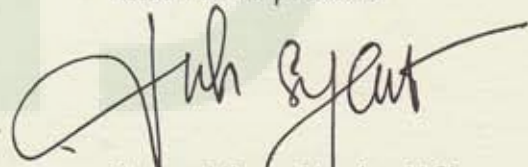
Yogyakarta, 30 Desember 2015

Mengetahui,  
Ketua Jurusan KPI

Ketua Panitia pelaksana



Khoiro-Ummatir, S.Ag, M.Si  
NIP.197103281997032001

  
Nanang Mizwar Hasyim, M.Si.  
NIP.198403072011011013



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.594/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Dewi Maesaroh.  
Tempat, dan Tanggal Lahir : Kudus, 15 Februari 1994  
Nomor Induk Mahasiswa : 12210066  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

Lokasi : Karangsewu  
Kecamatan : Galur  
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo  
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,44 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,

Fatimah, M.A., Ph.D.

NIP. : 19651114 199203 2 001



# شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.9.4296/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Dewi Maesaroh :

تاريخ الميلاد : ١٥ فبراير ١٩٩٤

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٣ فبراير ٢٠١٦, وحصلت على درجة :

٥٢	فهم المسموع
٥٩	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٤	فهم المقروء
٤٨٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا, ٢٣ فبراير ٢٠١٦



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





KEMENTERIAN AGAMA  
REPUBLIK INDONESIA

# IJAZAH

**MADRASAH ALIYAH  
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN ALAM**

**TAHUN PELAJARAN 2011/2012**

Nomor : MA.29/II.18/PP.01.1/0189/2012.....

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah Raudlatul  
Ulum Guyangan Pati menerangkan bahwa :

nama : DEWI MAESAROH  
 tempat dan tanggal lahir : Kudus, 15 Pebruari 1994  
 nama orang tua : Imam Zuhri  
 nomor induk : 9759  
 nomor peserta : 25-728-180-4

## LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Madrasah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.



Pati, 26 Mei 2012

Kepala Madrasah,

Drs. H. Najib, M. Ag.

NIP. 196407101994031004



**MA 110004465**





## UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Dewi Maesaroh  
 NIM : 12210066  
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi  
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	95	A
2.	Microsoft Excel	50	D
3.	Microsoft Power Point	90	A
4.	Internet	95	A
5.	Total Nilai	82.5	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 4 Mei 2016

Kepala PTIPD



Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





## LABORATORIUM AGAMA

### Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

# SERTIFIKAT

Pengelola Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini

menyatakan bahwa :

**DEWI MAESAROH**

12210066

**LULUS** (80%)

Ujian sertifikasi Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Laboratorium Agama

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 13 Juni 2014

Ketua

Dr. Sriharini M.Si

NIP. 19710526 199703 2 001



Dekan

Dr. H. Waryono, M.Ag.

NIP. 19701010 199903 1 002



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas diri

Nama Lengkap : Dewi Maesaroh  
Tempat/Tanggal lahir : Kudus, 15 Februari 1994  
Alamat : Jalan Sewonegoro Raya II Gg. 3 RT 02 RW 10 Desa Jekulo  
KaumanKecamatan Jekulo Kabupaten Kudus, Jawa Tengah  
Nama Ayah : Imam Zuhri  
Nama Ibu : Sugiarti  
E-Mail : dedewmae@gmail.com

### B. Riwayat pendidikan :

#### Pendidikan formal

SD IV Jekulo (2000-2006)  
MTs. Raudlatul Ulum (2006-2009)  
MA. Raudlatul Ulum (2009-2012)

#### Pendidikan non-formal

Madin Tarbiyatus Shibyan (2000-2006)

### C. Pengalaman Organisasi :

Anggota ISRU Putri (2011)  
Warga KKY (Keluarga Kudus Yogyakarta) (2012)  
Warga KORDISKA(Korps Dakwah Islamiyah UIN Sunan Kalijaga)(2013)  
Divisi Penerbitan KORDISKA (2014)  
Anggota BUKIT (Buletin Komunikasi Jurnalistik) (2013)  
Bendahara BUKIT (2014)