

**HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI ORGANISASI
DENGAN PELAKSANAAN DAKWAH
DI KODAMA YOGYAKARTA**



Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial Islam

Oleh:

RUSYANTI
99212741

**FAKULTAS DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2003**

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Sdri. Rusyanti

Lam : Enam eksemplar

Kepada Yth:

Bapak Dekan Fakultas Dakwah

IAIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah mengadakan bimbingan, pengarahan dan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Rusyanti

Nim : 99212741

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam.

Yang berjudul “ **Hubungan Komunikasi Organisasi dengan Pelaksanaan Dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa Yogyakarta**”, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi ini sudah siap untuk diajukan pada sidang munaqosyah.

Demikian persetujuan ini kami beritahukan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta,

2003.

Pembimbing



Drs. Mokh. Nazili, M.Pd
NIP. 150. 296. 398

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul
HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN
PELAKSANAAN DAKWAH DI KODAMA YOGYAKARTA

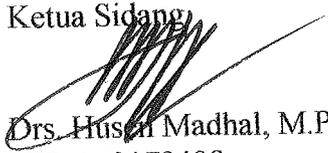
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Rusyanti
NIM. 99212741

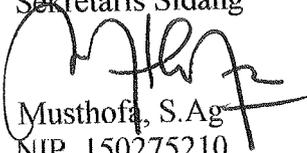
Telah dimunaqosahkan di depan sidang munaqosah
pada tanggal 13 November 2003
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima dalam fakultas Dakwah
IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sidang Dewan Munaqosah

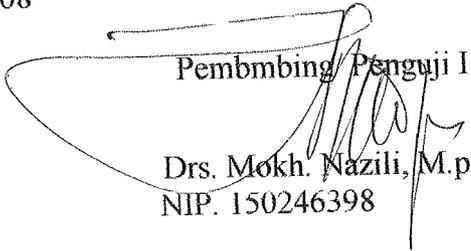
Ketua Sidang


Drs. Husni Madhal, M.Pd
NIP. 150179408

Sekretaris Sidang


Musthofa, S.Ag
NIP. 150275210

Pembimbing/Penguji I


Drs. Mokh. Nazili, M.pd
NIP. 150246398

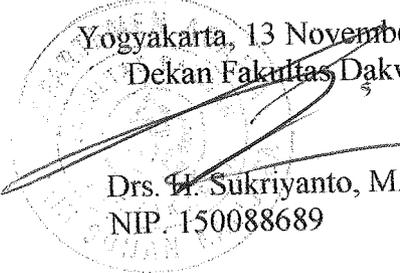
Penguji II


Prof. Dr. Bachri Gozali, MA
NIP. 150220788

Penguji III


Drs. Abd Rozak, M.Pd
NIP. 150267657

Yogyakarta, 13 November 2003
Dekan Fakultas Dakwah


Drs. H. Sukriyanto, M.Hum
NIP. 150088689

MOTTO

كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته فالاعмир الذي على الناس راع وهو مسؤول عنهم
والرجل راع على أهل بيته وهو مسؤول عنهم والمرأة راعية على بيت بعلها وولده وهي
مسؤلة عنهم والبعد راع على مال سيده وهو مسؤول عنه ألا فكلكم راع وكلكم مسؤول عن
رعيته .

" Kalian semuanya adalah pemimpin (pemelihara) dan bertanggung jawab terhadap rakyatnya. Pemimpin akan ditanya tentang rakyat yang dipimpinnya. Suami pemimpin keluarganya dan akan ditanya tentang keluarga yang dipimpinnya. Istri memelihara rumah suami dan anak-anaknya dan akan ditanya tentang hal yang dipimpinnya. Seorang hamba (buruh) memelihara harta milik majikannya dan akan ditanya tentang pemeliharaannya. Camkanlah bahwa kalian semua pemimpin dan akan dituntut (dimintai pertanggungjawabannya) tentang hal yang dipimpinnya." (HR. Bukhari dan Muslim).

JALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- *Ayahanda dan Ibunda tercinta. Terima kasih atas iringan do'anya, curahan kasih sayang yang tulus ikhlas yang diberikan kepada ananda.*
- *Aang Dani, Tete, De' Elin, serta De' Aris yang selalu memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.*
- *Mas Supri yang telah memberikan warna dalam hidupku.*
- *Sahabat-sahabatku senasib seperjuangan yang ada di Tuban atas support dan do'anya*

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillahirabbil'alamiin.

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam sangat besar nikmat Allah, sangat besar kasih sayang-Nya kepada kita semua. Demikian pula sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW, beserta keluarga beliau, sahabat dan para tabi'in.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu melalui tulisan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Mokh. Nazili, M.Pd. selaku pembimbing.
3. Seluruh Civitas Akademi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Segenap Pengurus dan Anggota Korp Dakwah Mahasiswa (KODAMA) atas kerjasamanya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan iringan do'a dan curahan kasih sayang yang tulus kepada ananda.
6. Mas Supri, yang telah memberikan warna dalam hidupku.
7. Sahabat-sahabatku senasib seperjuangan yang ada di Tuban atas support dan do'anya.

8. Teman-teman angkatan '99 KPI-A yang selalu kompak dan saling berbagi, terkhusus Erma dan Rofik.
9. Last but not least, semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekhilafan, meskipun sudah berusaha semaksimal mungkin. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini.

Akhirnya tiada kebenaran yang datangnya bukan dari Allah, maka dari itu apabila terdapat kebaikan dan kebenaran dalam skripsi ini, semata-mata datangnya dari-Nya dan apabila terdapat banyak kekurangan dan kekhilafan dalam skripsi ini karena keterbatasan dan ketidaktahuan penulis sendiri.

Yogyakarta, Oktober 2003

Penulis

Rusyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Kegunaan Penelitian.....	5
F. Kerangka Teoritik.....	5
G. Hipotesis.....	25
H. Definisi Operasional.....	26
I. Metode Penelitian.....	27
1. Populasi dan Sampel.....	27
2. Teknik Pengumpulan Data.....	28
a. Angket.....	28

b. Observasi.....	28
c. Dokumentasi.....	29
3. Instrumen.....	29
4. Metode Analisa.....	32

BAB II : GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat Berdirinya Yayasan Kodama.....	34
B. Dasar dan Tujuan Yayasan Kodama.....	37
C. Struktur Organisasi Yayasan Kodama.....	38
D. Susunan Pengurus Yayasan Kodama Periode 2002 – 2004.....	39
E. Keanggotaan.....	40
F. Sarana dan Prasarana.....	41
G. Sumber Dana.....	43

BAB III : KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN PELAKSANAAN

DAKWAH

A. Persiapan.....	44
1. Orientasi.....	44
2. Pembuatan Instrumen.....	44
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	46
B. Analisa Deskriptif.....	49
1. Analisa Deskriptif Variabel Komunikasi Organisasi.....	49
2. Analisa Deskriptif Variabel Pelaksanaan Dakwah.....	59
C. Analisa Data.....	66

BAB : IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
C. Kata Penutup.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Validitas Instrumen Variabel Komunikasi Organisasi.....	47
Tabel 2.	Validitas Instrumen Variabel Pelaksanaan Dakwah.....	48
Tabel 3.	Distribusi Frekuensi Keterbukaan antar Anggota.....	51
Tabel 4.	Distribusi Frekuensi Tingkat Kedekatan antar Anggota.....	52
Tabel 5.	Distribusi Frekuensi Tingkat Kepercayaan antar Anggota.....	53
Tabel 6.	Distribusi Frekuensi Menghargai Anggota Lain dalam Mengeluarkan Pendapat.....	54
Tabel 7.	Distribusi Frekuensi Kebebasan Berpendapat.....	55
Tabel 8.	Distribusi Frekuensi Membuat Keputusan.....	56
Tabel 9.	Distribusi Frekuensi Cara Memecahkan Masalah.....	57
Tabel 10.	Distribusi Frekuensi Komunikasi Organisasi.....	59
Tabel 11.	Distribusi Frekuensi Tingkat Partisipasi dalam Berdakwah.....	61
Tabel 12.	Distribusi Frekuensi Motivasi dalam Berdakwah.....	62
Tabel 13.	Distribusi Frekuensi Metode dalam Berdakwah.....	63
Tabel 14.	Distribusi Frekuensi Pelaksanaan Dakwah.....	64
Tabel 15.	hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah.	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Angket

Lampiran II : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran III : Langkah Penggolongan dan Perhitungannya

Lampiran IV : Analisa Data

Lampiran V : Nama Responden

Lampiran VI : Lampiran-lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL.

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami dan mengartikan judul skripsi “Hubungan Komunikasi Organisasi Dengan Pelaksanaan Dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa (KODAMA) Yogyakarta”, maka penulis memandang perlu untuk memberikan batasan-batasan istilah yang ada pada judul tersebut.

Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Organisasi.

Komunikasi organisasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasi antar anggota dan komunikasi kelompok dalam wadah Korp Dakwah Mahasiswa Yogyakarta.

2. Pelaksanaan Dakwah.

Pelaksanaan dakwah adalah terlaksananya suatu usaha untuk merubah sikap dan tingkah laku orang lain kearah yang lebih positif menurut ukuran norma-norma agama.

3. Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) Yogyakarta.

Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) adalah salah satu organisasi dakwah yang dimotori oleh mahasiswa yang berkedudukan di Krapyak, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jadi arti keseluruhan dari judul tersebut adalah penelitian tentang hubungan antara komunikasi antar anggota dan komunikasi kelompok dengan pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) Yogyakarta.

B. LATAR BELAKANG MASALAH.

Dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana mempengaruhi orang lain supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan

Disamping amar ma'ruf nahi mungkar dakwah juga sebagai kewajiban umat Islam baik individu ataupun kelompok (organisasi). Dalam sebuah organisasi terdapat koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Organisasi juga mempunyai karakteristik tertentu yang mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lainnya dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi.

Komunikasi dalam sebuah organisasi dakwah merupakan salah satu faktor terpenting untuk terlaksananya aktivitas dakwah, karena komunikasi berfungsi untuk memerintah, yaitu komunikasi yang memperbolehkan anggota organisasi membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas

suatu perintah. seperti pengarahan dan umpan balik sehingga dengan cara ini akan berhasil mempengaruhi anggota lain.

Komunikasi organisasi juga berfungsi sebagai fungsi relasional, suatu fungsi komunikasi yang memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif dan hubungan personal dengan anggota lain. hubungan dalam organisasi mempengaruhi kinerja organisasi tersebut. Sedangkan fungsi lain dari komunikasi organisasi adalah fungsi manajemen ambigu: pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu, misalnya motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi anggota yang lain, demikian juga diri sendiri, tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut mungkin tidak jelas.

Selama ini yang terjadi di Kodama adalah kurangnya komunikasi dalam organisasi yang dapat menyebabkan menurunnya pelaksanaan dakwah, misalnya kurangnya keterbukaan, kedekatan dan kepercayaan antar anggota, tidak bisa menghargai anggota lain dalam mengeluarkan pendapat dan tidak adanya kebebasan anggota dalam berpendapat pada waktu rapat organisasi.

Sementara itu komunikasi organisasi merupakan suatu hubungan antara dua orang atau lebih yang berada dalam lingkungan internal organisasi dimana kelakuan yang satu akan mempengaruhi, mengubah, dan memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya.

Dengan adanya komunikasi secara tidak langsung terjadi interaksi yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan imitasi, sugesti,

identifikasi, dan simpati dalam kegiatan dakwah sehingga akan mendukung terlaksananya aktivitas dakwah.

Melihat fenomena tersebut penulis tertarik untuk meneliti tentang hubungan komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama). Walaupun telah banyak penelitian yang dilakukan di Kodama namun dalam penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian yang sudah ada, karena lebih menitik beratkan kepada komunikasi organisasi dan hubungannya dengan pelaksanaan dakwah.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana komunikasi organisasi di Korp Dakwah Mahasiswa Yogyakarta?
2. Bagaimana pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa Yogyakarta?
3. Apakah ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa Yogyakarta ?

D. TUJUAN PENELITIAN.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui komunikasi organisasi di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) Yogyakarta.
2. Mengetahui pelaksanaan dakwah oleh Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) Yogyakarta.
3. Mengetahui hubungan komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) Yogyakarta.

E. KEGUNAAN PENELITIAN.

1. Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada hasanah ilmu dakwah pada aspek komunikasi organisasi.
2. Menjadi bahan pertimbangan bagi Kodama untuk lebih memperhatikan komunikasi yang ada dalam organisasi dalam upaya untuk meningkatkan pelaksanaan dakwah.

F. KERANGKA TEORITIK.

1. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.

a. Pengertian Komunikasi Organisasi.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut dengan *communication*, berasal dari bahasa latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama atau sama maknanya (pengertian bersama) dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator.¹

Jadi komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Komunikasi dapat dikatakan komunikatif apabila keduanya komunikan dan komunikator selain mengerti bahasa yang dipergunakan juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan

Komunikasi menurut Effendy adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau

¹ A. W. Widjaja, *Komunikasi, Komunikasi dan Humas*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hal. 8

mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media.²

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan kegiatan pokok, karena dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan pengalamannya kepada orang lain, agar terjadi tindakan nyata dari penerima untuk melaksanakan pesan sesuai dengan kehendak komunikator.

Sedangkan organisasi menurut Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala yang telah dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menyebut paduan ini merupakan suatu system. Secara lengkap definisinya sebagai berikut:

"A stable system of individuals who work together to achieve, through a hierarchy of ranks and division of labour, common goals."

(suatu system yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas).³

Sistem disini diartikan sebagai suatu totalitas himpunan bagian yang satu sama lain berhubungan sedemikian rupa sehingga menjadi suatu kesatuan yang terpadu untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem menunjukkan bahwa bagian-bagian yang dicakupnya berinteraksi dan beroperasi secara harmonis dalam keteraturan yang pasti.

² Onong Uchjana Effendy, *Dinamika komunikasi*, (Bandung Remaja Rosda Karya, 1993), hal. 5

³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001), hal 114

Adapun untuk membedakan pengertian komunikasi organisasi dengan jenis komunikasi lain, dapat dilihat dari berbagai definisi-definisi berikut:

1) Goldhaber seperti telah dikutip oleh Arni Muhammad mendefinisikan, komunikasi organisasi sebagai berikut:

“Organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with enviroent mental uncertainty.”
(Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah).⁴

2) Redding dan Sanborn yang telah dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menyatakan, komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang konflik yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *down ward* atau komunikasi dari atasan ke bawahan, komunikasi *up ward* atau komunikasi dari bawahan ke atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatannya dalam organisasi, keterampilan komunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.⁵

3) Effendy, mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi secara dua

⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal 67

⁵ *Ibid*, hal.65

arah timbal balik antara pimpinan dan karyawan dan antara pimpinan dengan khalayak luar untuk mencapai tujuan tertentu.⁶

Berbagai macam definisi tersebut dapat difahami bahwa sebenarnya komunikasi organisasi terjadi dalam suatu system yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal yang didalamnya terdapat pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media serta sikap, perasaan, hubungan dan keterampilan atau *skill* seseorang yang dimilikinya dalam suatu organisasi. Sedangkan komunikasi organisasi dalam penelitian ini adalah komunikasi yang ada dalam lingkungan internal suatu organisasi yang meliputi komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok kecil bersifat tatap muka yang bertujuan untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku penerima, dan melaksanakan apa yang diinginkan komunikator.

b. Format Interaksi Komunikasi Organisasi.

Format interaksi komunikasi organisasi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah komunikasi antar anggota dan komunikasi kelompok.

1) Komunikasi Antar Anggota.

Semua pesan diciptakan bermula dalam diri kita. Kita bereaksi menurut perbedaan personal kita terhadap pesan disekeliling kita. Inilah yang membuat komunikasi kejadian yang

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung:CV. Mandar Maju, 1989), hal 256

bersifat personal, karena tidak pernah dapat dipisahkan dari interaksi kita dengan orang lain.

Komunikasi antar anggota merupakan pertukaran informasi yang terjadi diantara dua orang.⁷

Komunikasi semacam ini tidak jauh berbeda dengan bentuk perilaku orang-orang, adakalanya efektif dan tidak efektif.

Menurut Joseph .A.De Vito suatu komunikasi antar anggota bisa efektif dipengaruhi 5 hal berikut ini, yakni:⁸

a) Keterbukaan.

Kualitas keterbukaan dari komunikasi antar pribadi ini paling sedikit ada 2 aspek, yakni aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain dan aspek keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimuli yang datang kepadanya.

b) Empathy.

Empathy dimaksudkan adalah mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain.

c) Dukungan.

Dukungan adakalanya terucapkan dan tidak terucapkan. Dukungan yang tidak terucapkan tidaklah mempunyai nilai yang negatif, melainkan dapat mempunyai aspek positif dari

⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Perilaku Keorganisasian*, (Yogyakarta: BPFE, 1997), hal. 201

⁸ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 1993), hal 186

komunikasi seperti anggukan kepala, kerdipan mata, senyum atau tepukan tangan.

- d) Kepositifan.
- e) Kesamaan.

Selama komunikasi antar anggota berlangsung terdapat permasalahan yang timbul diantaranya: Perbedaan persepsi, komunikasi non verbal dan perbedaan gaya antar pribadi dari person-person yang berkomunikasi.⁹

Persepsi adalah proses dalam diri seseorang untuk memberi arti kepada lingkungannya, persepsi merupakan upaya menyusun dan menafsirkan berbagai stimulus kedalam pengalaman psikologis.

Komunikasi non verbal adalah pesan yang dihantar lewat gerakan tubuh, intonasi atau tekanan kepada kata-kata, air muka, dan jarak fisik antara pengiriman dan penerima, untuk itu perlu kinesika.

Kinesika adalah studi yang merujuk pada gerak tubuh. Sedangkan gaya antar pribadi adalah cara seseorang berhubungan dengan orang lain diacu sebagai gaya antar pribadi.

⁹ FX Suwanto. *Perilaku Keorganisasian*. (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 1999), hal 169

2) Komunikasi Kelompok Kecil.

Didalam organisasi juga sering ditemui adanya komunikasi dalam kelompok-kelompok kecil, seperti dalam rapat-rapat, konferensi dan komunikasi dalam kelompok kerja. Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa kebanyakan organisasi menggunakan kelompok-kelompok dalam pekerjaannya sehari-hari.

Robert F. Bales mendefinisikan kelompok kecil sebagai berikut:¹⁰

“Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka (*face-to-face meeting*) dimana setiap peserta mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia baik pada saat timbulnya pertanyaan maupun sesudahnya dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perseorangan.”

Komunikasi kelompok kecil mungkin dapat digunakan untuk bermacam-macam tugas atau untuk memecahkan masalah. Tetapi dari semua tujuan itu dapat dikategorikan atas dua kategori yaitu untuk tujuan personal dan tujuan yang berhubungan dengan tugas.¹¹

¹⁰ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Op-cit., hal.127

¹¹ Arni Muhammad. *Op.Cit.*, hal.182

Alasan orang (personal) untuk mengikuti kelompok dapat dibedakan atas 4 kategori utama yaitu ;

- a) Hubungan sosial, dengan terlibat dengan kelompok kecil akan memperkuat hubungan interpersonal dan menaikkan kesejahteraan bagi kita.
- b) Penyaluran, Komunikasi kelompok kecil memberikan kemungkinan untuk menyalurkan perasaan kecewa, takut, keluhan maupun harapan dan keinginan hati.
- c) Kelompok terapi.
- d) Belajar, asumsi yang mendasari belajar kelompok adalah ide dari dua kepala, biasanya lebih baik dari satu kepala.

Komunikasi kelompok kecil sering digunakan untuk menyelesaikan tugas, pembuatan keputusan dan pemecahan masalah. Orang-orang berkumpul bersama-sama dalam kelompok untuk membuat keputusan mengenai sesuatu . Bila orang berpartisipasi dalam membuat keputusan, mereka lebih suka menerima hasil kerjanya dan membantu melakukannya.

Kelompok kecil juga cara yang terbaik untuk memecahkan masalah. Orang membentuk kelompok pemecahan masalah dalam bermacam-macam konteks seperti ditempat kerja, di pemerintahan, di sekolah, di rumah-rumah maupun didalam organisasi dakwah.

Dalam kelompok kecil mempunyai empat komponen dasar yaitu input atau masukan, proses, output atau hasil, dan balikan.

Masukan merupakan materi mentah dalam kelompok kecil seperti orang, informasi yang digunakan kelompok untuk berinteraksi. Orang atau anggota kelompok adalah masukan karena tiap orang dalam kelompok membawa kualitas tertentu seperti kepribadian, umur, kesehatan, pengetahuan, sikap, nilai, dan kemampuan memecahkan masalah.

Proses menunjukkan kepada semua proses internal yang terjadi dalam kelompok selama diskusi. Proses disini mencakup semua tingkah laku verbal dan non verbal yang berisi proses internal yang terjadi dalam kelompok dan mempengaruhi apa yang terjadi dalam kelompok.

Hasil merupakan keputusan atau penyelesaian yang dicapai oleh kelompok, itulah hasil atau konsekuensi dari interaksi kelompok. Oleh karena itu hasil dipengaruhi oleh faktor masukan ataupun proses.

Balikan berisi respon yang mengikat sistem bersama, balikan ini memberikan masukan untuk pertemuan kelompok masa yang akan datang. Apa yang terjadi pada pertemuan yang terdahulu dapat menghasilkan perubahan pada struktur kelompok, moral dan sikap semua yang dapat mempengaruhi masukan, proses dan hasil.

Komunikasi kelompok kecil dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah variabel yang berhubungan

dengan input kelompok dan proses transformasi kelompok. Diantara faktor-faktor tersebut sebagai berikut;¹²

a) Peranan berdasarkan fungsi

Para peneliti kelompok yang dinamis mengidentifikasi dua peranan utama dari anggota kelompok yaitu peranan tugas dan peranan untuk pemeliharaan. Peranan tugas berhubungan dengan penyelesaian tujuan yang segera dari kelompok, seperti membuat keputusan, menyelesaikan masalah atau merencanakan suatu proyek (usaha dakwah). Kita tahu bahwa orang yang mengikuti kelompok juga perlu memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan sosio-emosional dari anggota kelompok dipuaskan melalui pemeliharaan, peranan ini berhubungan dengan perasaan anggota.

b) Kepemimpinan.

Yang erat hubungannya dengan peranan yang bersifat fungsi dalam kelompok adalah konsep kepemimpinan. Karena pimpinan akan mempermudah interaksi kelompok dan menggerakkan anggota kelompok untuk menyelesaikan tugas-tugas kelompok, pimpinan yang efektif haruslah menyelesaikan kedua tujuan aktivitas kelompok yaitu tujuan fungsional dan pemeliharaan.

c) Jaringan dan Ekologi Kelompok.

¹² Ami Muhammad, Op. Cit., hal. 188

Arus pesan menunjuk kepada jaringan dan jarak secara fisik menunjuk kepada susunan ruangan. kedua hal tersebut akan berpengaruh kepada fungsi kelompok..

d) Pemecahan masalah dan pembuatan keputusan.

Menurut Maier komunikasi kelompok kecil mempunyai kekuatan dan kelemahan tertentu. Kekuatannya adalah sebagai berikut:

(1) Lebih besar pengetahuan dan informasi yang diperoleh.

Kelompok lebih banyak mengetahui daripada individu.

(2) Jumlah pendekatan lebih banyak terhadap masalah yang akan dipecahkan.

(3) Partisipasi dalam penyelesaian masalah menambah penerimaan masalah penyelesaian masalah.

(4) Pemahaman yang lebih baik terhadap keputusan kelompok.

Pembuat keputusan tidaklah perlu menyiarkan keputusan yang dibuat, karena mereka yang membuat bersama.

Sedangkan kelemahan dari komunikasi kelompok kecil adalah tekanan sosial, valensi penyelesaian, dominasi individu dan konflik yang kedua yaitu memenangkan argumentasi.

e) Kepatuhan akan norma kelompok.

Yang dimaksud dengan norma adalah satu set asumsi atau harapan yang dipegang oleh anggota kelompok atau organisasi mengenai tingkah laku yang benar atau yang salah,

baik atau buruk, cocok atau tidak cocok, diizinkan atau tidak diizinkan.

f) Konflik.

Menurut Applbaum mengatakan bahwa ada hal-hal tertentu yang dapat menimbulkan konflik dalam organisasi seperti:

- (1) Anggota kelompok bekerja terlalu dekat dan saling tergantung satu sama lain.
- (2) Anggota kelompok mempunyai kreativitas yang sangat berbeda.
- (3) Anggota kelompok mempunyai nilai dan kebutuhan yang berbeda.

Konflik yang terjadi dalam kelompok dapat dibedakan atas konflik intrinsik yang meliputi arti, bukti, alasan dan nilai-nilai dan konflik ekstrinsik meliputi kebutuhan pribadi, sifat, suka mempertahankan diri, perasaan dan perhatian.

g) Besar kelompok.

Beberapa penemuan yang berkenaan dengan jumlah kelompok dalam komunikasi kelompok kecil adalah sebagai berikut:

- (1) Kualitas kinerja dan produktivitas kelompok, berhubungan secara positif dengan besar kelompok dibawah beberapa kondisi tertentu.

- (2) Kelompok yang lebih kecil memperlihatkan ekspresi ketidaksetujuan dan ketidakpastian yang lebih banyak daripada kelompok yang besar. Juga memberikan kesempatan kepada individu berinteraksi dan memperlihatkan tingkah laku kepemimpinan.
- (3) Ketika besar kelompok bertambah maka kekompakan kelompok berkurang.
- (4) Kelompok yang lebih besar cenderung lebih mematuhi norma kelompok.
- (5) Anggota kelompok yang lebih besar dalam pemecahan masalah sering merasa tidak puas dengan jumlah waktu yang tersedia untuk diskusi, kesempatan berpartisipasi, dan rapat kelompok serta keputusan yang dibuat.

2. Tinjauan Tentang Dakwah.

a. Pengertian Dakwah.

Dakwah berasal dari bahasa arab dari kata, دعوة - يدعو - دعا, yang artinya menyeru, memanggil, mengajak.¹³

Menurut Al-Khulli definisi dakwah adalah memindahkan umat dari satu situasi ke situasi yang lain.¹⁴Yaitu dari situasi kekufuran kesituasi keimanan, Situasi kebodohan kesituasi kepandaian, situasi tingkah laku yang amoral kesituasi bermoral.

¹³ Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta:Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Alquran. 1973), hal. 127

¹⁴ M.Mashyur Amin, *Metode Dakwah*,(Yogyakarta: Sumbangsih, 1980), hal 16

Dari definisi tersebut diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa dakwah adalah salah satu bagian dari pada upaya penyebaran dan pemerataan ajaran Islam kepada masyarakat maupun golongan agar mereka itu tergugah hatinya untuk mengamalkan ajaran Islam agar mereka itu memperoleh kebahagiaan dunia akherat.

b. Dasar Hukum Dakwah.

Adapun dasar hukum sebagaimana tercantum dalam Alquran, surat Al-imron:104 yang berbunyi.¹⁵

و لتكن منكم امة يدعون الى الخير ويا مرون بالمعروف
وينهون عن المنكر واولئك هم المفلحون

Artinya : *"Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung"* (QS. Al-Imron: 104).

Dan dalam hadits disebutkan, yang berbunyi:

عن ابي سعيد الخدري رضى الله عنه قال : سمعت رسول الله
ص م يقول: من رامنكم منكرا فليغيره بيده فان لم يستطع
فبلسنه فان لم يستطع فبقلمه وذلك اضعف الايمان (روه مسلم)

Artinya : *"Abu Khudri r.a berkata: saya telah mendengar Rosululloh SAW bersabda: Siapa diantaramu melihat mungkar, Maka rubahlah dengan tanganmu, bila tidak dapat dengan mulut (lisannya), apabila tidak dapat dengan hatinya, inilah selemah-lemah iman."* (HR. Muslim)¹⁶.

¹⁵Depag RI, *Alquran dan Terjemahan*, (Jakarta:Proyek Pengadaan Kitab Suci Alquran. 1982) hal. 93

¹⁶An-Nawawi. *Terjemah Riadhushsholihin*, Salim Bahreisy. (Bandung:PT.Al-Ma'arif. 1982). hal. 197

c. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah meliputi:

- 1) Subyek dakwah, adalah orang yang melaksanakan tugas dakwah, orang itu disebut dengan da'i atau mubaligh.¹⁷
- 2) Materi dakwah.

Materi dakwah adalah ajaran-ajaran Islam, ajaran inilah yang wajib disampaikan kepada umat manusia dan mengajak mereka agar mau menerima dan mengikutinya. Diharapkan benar-benar agar ajaran Islam ini diketahui, difahami, dihayati, dan diamalkan, sehingga mereka berada dalam kehidupannya sesuai dengan ketentuan agama Islam. Adapun ajaran itu dibagi 4 macam, yaitu:

- a) Aqidah Islam, tauhid dan keimanan.
 - b) Pembentukan pribadi yang sempurna.
 - c) Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur.
 - d) Kemakmuran dan kesejahteraan dunia akherat.¹⁸
- 3) Objek dakwah

¹⁷Masdar Helmy, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, jilid II, (Semarang: Toha Putra, 1973), hal. 47

¹⁸ Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: CV Diponegoro, 1998), hal. 30

Yang menjadi objek dakwah adalah seluruh umat manusia baik yang sudah beragama Islam maupun yang belum. Dengan kata lain objek dakwah itu dibagi yaitu umat dakwah dan umat ijabah.

4) Metode dakwah.

Metode dakwah menurut Nasruddin Razak adalah sistem atau cara memanggil atau mengajak manusia kepada Islam untuk taat dan patuh kepada Allah swt dan RosulNya baik itu merupakan individu ataupun masyarakat.¹⁹

5) Media dakwah

Media dakwah adalah alat komunikasi yang dapat digunakan sebagai saluran penyampai pesan dakwah.

6) Tujuan dakwah

Kondisi ideal keagamaan yang diharapkan yaitu berupa terbentuknya masyarakat berkeyakinan dan berperilaku sesuai ajaran agama yang disampaikan.

3. Hubungan Komunikasi Organisasi dengan Pelaksanaan Dakwah.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan

Dari perspektif agama, Allah telah mengajarkan kita berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan bahasa yang

¹⁹ Nasruddin Razak, *Metodologi Dakwah*, (Yogyakarta: Toha Putra, 1974), hal. 4

dianugerahkannya kepada kita. Firman-Nya dalam surat Ar-Rohman ayat 1-4:²⁰

الرحمن (1) علم القرآن (2) خلق الانسان (3) علمه البيان (4)

Artinya : *"Tuhan yang maha pemurah, yang telah mengajarkan alqur'an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara"*.

Pentingnya komunikasi pada manusia tidaklah dapat dimungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang efektif suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi akan menghambat aktivitas dari organisasi tersebut.

Beberapa fungsi komunikasi dalam organisasi, Conrad mengidentifikasi tiga fungsi komunikasi dalam organisasi, yaitu :²¹

Fungsi perintah: Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi "membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah". Dua jenis komunikasi yang mendukung pelaksanaan fungsi ini adalah pengarahan dan umpan balik, dan tujuannya adalah berhasil mempengaruhi anggota lain dalam organisasi. Hasil fungsi perintah adalah

²⁰ Depag RI, Op.Cit., hal.885

²¹ Stewart L. Tubbs, Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi (Bandung:

koordinasi diantara sejumlah anggota yang saling bergantung dalam organisasi tersebut.

Fungsi relasional: komunikasi memperbolehkan anggota organisasi “menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif dan hubungan personal dengan anggota organisasi lain”. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan (*job performance*) dalam berbagai cara, misalnya: kepuasan kerja, aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hierarki organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah.

Fungsi manajemen ambigu: Pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat 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 mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi: Anggota berbicara satu dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru, yang membutuhkan perolehan informasi bersama.

Melihat dari fungsi tersebut diatas komunikasi organisasi akan mempengaruhi aktivitas dari organisasi tersebut, karena komunikasi diperlukan untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan aktivitas organisasi. Dalam hal ini komunikasi juga diperlukan bagi organisasi yang bergerak dalam dakwah. Dengan adanya komunikasi organisasi akan menimbulkan antara lain partisipasi, motivasi, kreatifitas, inovatif,

keterbukaan, kepercayaan, perhatian, keterusterangan para anggota organisasi sehingga akan terlaksananya (produktifitas) usaha dakwah.

Kondisi tersebut mempengaruhi keputusan dan perilaku individu. Keputusan-keputusan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikat diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam bekerja, untuk meraih kesempatan dalam berorganisasi secara bersemangat, untuk mendukung para rekan dan anggota organisasi lainnya, untuk melaksanakan tugas secara kreatif dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan organisasi dan operasinya.²²

Berdasarkan hal itu berarti komunikasi yang terjadi dalam organisasi sebagai suatu hubungan antara dua orang atau lebih yang berada dalam lingkungan internal organisasi dimana kelakuan yang satu akan mempengaruhi, mengubah, dan memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya.

Berlangsungnya suatu proses interaksi didasarkan pada pelbagai faktor antara lain, faktor imitasi, sugesti, identifikasi dan simpati. Faktor-faktor tersebut dapat bergerak sendiri-sendiri secara terpisah maupun dalam keadaan bergabung.²³

Faktor imitasi merupakan contoh-mencontoh, tiru meniru, dan ikut-ikutan. Menurut Gabriel Tarde semua saling hubungan sosial (*social*

²² R. Wayne Pace dan Don F. Faules, Editor Deddy Mulyana, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1998), hal. 155

²³ Soerjono, Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994), hal. 69

interaction) itu berkisar kepada proses imitasi bahkan semua pergaulan antar manusia menurut pendapat ini hanyalah berdasarkan proses imitasi.²⁴

Faktor imitasi mempunyai peranan yang positif karena dapat mendorong seseorang melaksanakan perbuatan-perbuatan yang baik. Namun demikian imitasi mempunyai segi yang negatif misalnya meniru tindakan-tindakan yang menyimpang.

Faktor sugesti merupakan proses dimana seorang individu menerima suatu cara penglihatan, atau pedoman-pedoman tingkah laku dari orang lain tanpa kritik.²⁵

Berlangsungnya sugesti dapat terjadi karena pihak yang menerima dilanda emosi, terhambat daya pikirnya, orang yang memberikan pandangan adalah orang yang berwibawa atau mungkin karena sifatnya yang otoritet (sugesti otoritet), disebabkan yang memberikan pandangan atau sikap merupakan bagian terbesar dari kelompok yang bersangkutan, atau masyarakat (sugesti mayoritas) dan sugesti *will to believe*.

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

²⁴ W. A. Gerungan, *Psychologi Sosial*, (Jakarta-Bandung: PT. Eresco, 1997), hal. 35

²⁵ *Ibid.*, hal. 65

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

Faktor simpati dapat dirumuskan sebagai perasaan tertariknya orang yang satu terhadap orang yang lain. Simpati timbul tidak atas dasar logis rasional, melainkan berdasarkan penilaian perasaan seperti juga pada 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 interpersonal dan komunikasi kelompok secara tidak langsung terjadi interaksi yang dapat saling mempengaruhi seseorang untuk melakukan imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati dalam kegiatan dakwah sehingga akan mendukung terlaksananya aktivitas dakwah (produktifitas).

Komunikasi organisasi erat hubungannya dengan produktifitas organisasi dibuktikan dalam survei atas para pimpinan dari seratus perusahaan terbesar Amerika 96% percaya bahwa ada hubungan yang pasti antar komunikasi dan produktifitas pekerja.²⁶

G. HIPOTESIS.

1. Hipotesis Alternatif (Ha) : "Ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama).

²⁶ Stewart. Op.Cit., hal 168

2. Hipotesis Nihil (H_0): "Tidak ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa."

H. DEFINISI OPERASIONAL.

Variabel penelitian yang perlu dioperasionalkan yaitu:

1. Variabel komunikasi organisasi.

Komunikasi organisasi dalam skripsi ini adalah komunikasi yang ada dalam lingkungan internal suatu organisasi yang meliputi komunikasi antar anggota dan komunikasi kelompok bersifat tatap muka yang bertujuan untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan komunikator.

Dalam hal ini, yang menjadi indikator dalam komunikasi organisasi adalah:

- a. Komunikasi antar anggota.
 - 1) Tingkat keterbukaan antar anggota
 - 2) Tingkat kedekatan antar anggota.
 - 3) Tingkat kepercayaan antar anggota.
 - b. Komunikasi kelompok.
 - 1) Menghargai teman dalam mengeluarkan pendapat.
 - 2) Kebebasan berpendapat.
 - 3) Membuat keputusan.
 - 4) Cara menyelesaikan Masalah.
2. Variabel Pelaksanaan Dakwah.

Pelaksanaan dakwah dalam skripsi ini adalah terlaksananya suatu usaha untuk merubah sikap dan tingkah laku orang lain kearah yang lebih positif menurut ukuran norma-norma agama.

Dalam hal ini, yang menjadi indikator dalam pelaksanaan dakwah adalah:

- a. Tingkat partisipasi dalam berdakwah.
- b. Motivasi dalam berdakwah.
- c. Metode dalam berdakwah

I. METODE PENELITIAN.

1. Populasi dan Sampel.

Populasi adalah sejumlah keseluruhan dari unit analisa yang cirinya akan diduga, baik manusia, alat dan sebagainya.²⁷ Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota organisasi Kodama

Sedangkan sampel adalah bagian dari sebuah populasi, bagian mana memiliki segala sifat utama populasi.²⁸Memperhatikan populasi dalam peneltian ini adalah seluruh anggota kodama anggota Kodama yang berjumlah 133 orang maka sampel diambil 60% dari populasi, sehingga

²⁷ Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta:LP3ES, 1989)hal. 152

²⁸ Winarno Surakhmat.(Ed), *Pengantar Penelitian atau Langkah Dasar Metoda Teknik*, (Bandung: Tarsito,1989), hal. 121

jumlah sampel sebanyak 80 orang. Sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan simple random sampling.

2. Teknik Pengumpulan Data.

Data yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian diperoleh melalui :

a. Angket atau kuisisioner.

Metode angket adalah metode pengumpulan data yang menggunakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.²⁹Metode ini adalah metode utama yang digunakan dalam penelitian ini, metode ini ditujukan kepada anggota kodama untuk mengumpulkan data tentang komunikasi organisasi dan pelaksanaan dakwah. Bentuk angket adalah tertutup, yaitu responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

b. Observasi.

Observasi adalah memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata.³⁰Jenis observasi yang digunakan adalah observasi partisipan yakni suatu bentuk observasi khusus dimana peneliti tidak hanya menjadi pengamat yang pasif, melainkan juga mengambil berbagai

²⁹ Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*. (Jakarta: Rajawali, 1986), hal 92

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hal 128

peran dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa-peristiwa yang akan diteliti.³¹

Metode observasi ini penulis gunakan untuk melihat secara langsung pelaksanaan dakwah disaat penelitian berlangsung dan gambaran umum Korp Dakwah Mahasiswa Yogyakarta.

c. Dokumentasi.

Metode dokumentasi digunakan untuk mengambil data tentang gambaran umum Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) Yogyakarta.

3. Instrumen.

a. Pembuatan instrumen penelitian.

Salah satu alat pengumpul data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket tersebut memuat 2 variabel yaitu komunikasi organisasi dan pelaksanaan dakwah. Butir-butir pertanyaan dalam angket disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel, antara lain sebagai berikut:

1) Variabel komunikasi organisasi.

a) Komunikasi antar anggota.

(1) Tingkat keterbukaan antar anggota..

(2) Tingkat kedekatan antar anggota.

(3) Tingkat kepercayaan antar anggota.

b) Komunikasi kelompok.

(1) Menghargai teman dalam mengeluarkan pendapat.

³¹ Robert K Yin, *Studi Kasus: Desain dan Metode* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997) ha. 113

- (2) Kebebasan berpendapat.
- (3) Membuat keputusan.
- (4) Cara memecahkan masalah.

2) Variabel Pelaksanaan Dakwah.

- a) Tingkat partisipasi dalam berdakwah.
- b) Motivasi dalam berdakwah.
- c) Metode dalam berdakwah.

Berdasarkan indikator-indikator diatas, kemudian dibuatlah item-item pertanyaan. Setiap pertanyaan diberi tiga jawaban alternatif (mengambil metode skala likert yang dimodifikasi). Agar data yang diperoleh berupa data kuantitatif, maka setiap jawaban diberi skor sebagai berikut:

Jawaban a dengan skor 3

Jawaban b dengan skor 2

Jawaban c dengan skor 1

Angket komunikasi organisasi item yang favourabel yaitu item 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 21. Sedangkan yang unfavourabel yaitu item dengan nomer 18 dan 19.

Sedangkan dalam angket pelaksanaan dakwah semuanya terdiri dari item favourabel.

b. Uji Instrumen.

Dalam uji instrumen ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap 2 variabel penelitian yaitu komunikasi organisasi sebagai variabel X dan juga pelaksanaan dakwah sebagai variabel Y.

1) Uji validitas.

Uji validitas yaitu suatu tes untuk mengukur sejauh mana alat ukur mengukur apa yang diukur dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis validitas konstruk yaitu kerangka dari suatu konsep.³² Maksudnya yaitu dalam mengukur suatu konsep, terlebih dahulu dicari kerangka konsep tersebut. Langkah-langkahnya, yaitu:

- a) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
- b) Melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden.
- c) Mempersiapkan tabulasi jawaban.
- d) Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi product moment, dengan rumus sebagai berikut:³³

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

2) Uji reliabilitas.

Reliabilitas yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Jadi uji reliabilitas yaitu suatu tes terhadap suatu alat ukur sehingga dapat dipercaya untuk mengukur suatu gejala. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik tes konsistensi internal yaitu dengan

³² Masri Singarimbun, Op Cit., hal 125

³³ Ibid., hal. 140

menggunakan rumus Cronbach Alfa karena rumus ini dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen skala Likert (1 sampai 3). Rumus Cronbach Alfa.³⁴

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] X \left[1 - \frac{\sum s^2 i}{s^2 i} \right]$$

Dimana : K = Jumlah item.

$\sum S^2 i$ = Jumlah varian skor total.

$S^2 i$ = Varian responden untuk item ke i.

4. Metode Analisa

Teknik analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode yang digunakan terhadap satu data yang telah dikumpulkan kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis.³⁵

a. Analisis Univariat.

Analisis ini dimaksudkan untuk mendiskripsikan variabel-variabel penelitian. Rumus statistik yang dipergunakan meliputi perhitungan mean dan simpang baku. Adapun rumusnya sebagai berikut:

1) Perhitungan mean.³⁶

$$M = \frac{\sum f \cdot x}{\sum N}$$

³⁴ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal 291

³⁵ Winarno Surahmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*. (Bandung: Tarsito, 1998), hal 140

³⁶ Sutrisno Hadi, *Statistik I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hal. 38

Keterangan $\sum Fx$ = Jumlah Nilai
 $\sum N$ = Jumlah individu.
 M = Mean.

2) Perhitungan SD.³⁷

$$SD = \sqrt{\frac{\sum X^2}{N} - \frac{(\sum X)^2}{N}}$$

Keterangan SD = Standar Deviasi.
 X^2 = Jumlah kuadrat deviasi skor mean.
 N = Jumlah individu

b. Uji Hipotesis.

Untuk menguji hipotesis digunakan analisa korelasi product moment. Analisis ini digunakan karena data variabel penelitian berbentuk interval. Dalam penelitian ini tingkat keceratan yang akan diteliti pada taraf signifikan 5% dan 1%. Adapun rumusnya adalah.³⁸

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Angka indeks korelasi product moment.

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor x.

$\sum y$ = Jumlah seluruh skor y.

N = Jumlah subyek.

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara skor x dan y.

³⁷ Ibid, hal. 38

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 254

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Bertitik tolak dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah diuraikan dalam bab III, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi organisasi di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) dari 80 responden terdapat tiga kategori sebagai berikut: kategori tinggi ada 15 responden atau 18,75%, kategori sedang ada 54 atau 67,5% dan kategori rendah ada 11 atau 13,75%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden dalam hal komunikasi organisasi dalam kategori sedang.
2. Pelaksanaan dakwah di Korp Dakwah Mahasiswa (Kodama) dari 80 responden terdapat tiga kategori sebagai berikut: kategori tinggi ada 15 responden atau 18,75 %, kategori sedang ada 57 responden atau 71,25 %, dan kategori rendah ada 8 responden atau 10,00%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden dalam hal pelaksanaan dakwah dalam kategori sedang.
3. Dari hasil analisa statistik yang penulis lakukan, diperoleh indeks korelasi sebesar 0,648 sedangkan r tabel product moment sebesar 0,217 (pada taraf signifikansi 0,05) dan 0,283 (pada taraf signifikansi 0,01), ini berarti H_0 yang berbunyi tidak ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Kodama Yogyakarta ditolak. Dengan demikian H_a

yang berbunyi ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan pelaksanaan dakwah di Kodama Yogyakarta diterima baik pada taraf signifikansi 0,05 maupun pada taraf signifikansi 0,01. Hal ini disebabkan oleh semakin baik atau tinggi komunikasi organisasi akan menyebabkan aktivitas dakwah dalam organisasi tersebut terlaksana.

B. SARAN-SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang komunikasi organisasi dan pelaksanaan dakwah yang cenderung cukup maka hendaknya bagi anggota organisasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi dalam organisasi sehingga aktivitas dakwah dapat terlaksana dengan baik, baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

C. KATA PENUTUP.

Tiada kata yang pantas penulis sampaikan dalam skripsi ini, kecuali ucapan syukur Alhamdulillah berkat rahmat, hidayah dan inayah-Nya serta bimbingan dan arahan bapak pembimbing, bantuan dari segala pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang sederhana ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekhilapan, baik dalam ungkapan kata demi kata, metode penelitian, sistematika pembahasan ataupun pendekatan yang dipakai di dalam menganalisis dan berbagai hal yang lainnya.

Penulisan skripsi ini seandainya di dalam isinya ternyata relevan dengan pandangan pembaca, itu semua semata-mata murni dari Allah SWT, dan apabila tidak relevan dengan pandangan pembaca dari berbagai aspek, hal itu disebabkan oleh keterbatasan dan kekurangan dari kemampuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca. Karena dengan saran dan kritik yang pembaca berikan akan mempunyai arti penting dalam rangka penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah-lah penulis kembalikan segalanya, dengan harapan semoga tulisan yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan sebagai tanda bakti penulis kepada Agama, Bangsa, dan Negara, khususnya kepada Almamater Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M.Masyhur, 1980. *Metode Dakwah*. Yogyakarta: Sumbangsih.
- An-Nawawi, 1980. *Terjemah Riadushsholihin*, Salim Bahreisy. Bandung: PT. Al Ma'arif.
- Arikunto, Suharsimi, 1998 *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____, 1989. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Depag RI, 1982. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an.
- Effendy, Onong Uchjana, 1993 *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- _____, 2001. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- _____, 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV.Masdar Maju.
- Gerungan, W.A, 1977. *Psychologi Sosial*. Jakarta-Bandung: PT. Eresco.
- Gitosudarmo, Indriyo, dan Sudita, I Nyoman, 1997. *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: BPFE
- Hadi, Sutrisno., 1979. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM.
- _____, 1997. *Statistik I*. Yogyakarta: Andi.
- _____, 2000. *Statistik II*. Yogyakarta: Andi.
- Helmy, Masdar, 1973. *Dakwah dalam Alam Pembangunan*. Semarang: Toha Putra.
- Indra Wijaya, Adam I, 2000 *Perilaku Organisasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- L. Tubbs, Stewart-Moss, Sylvia., Pengantar Deddy Mulyana, 1996. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- M. Arifin, Tatang, 1986. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Muhammad, Arni, 1995 *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Akasra.

- Pace, R.Wayne dan Faules, Don F, Editor Deddy Mulyana, 1998. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1986 *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya CV.
- Razak, Nasruddin, 1974. *Metodologi Dakwah*. Yogyakarta: Toha Putra.
- Robert, K.Yin, 1997. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Syafei, Rachmat, 2000. *Al hadis Aqidah, Akhlak, Sosial dan Hukum*, Bandung: Pustaka Setia
- Singarimbun, Masri, dan Effendi, Sofyan, 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, Soerjono, 1994. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Surakhmat, Winarno, 1989. *Pengantar Penelitian Langkah Dasar Metoda Teknik*, Bandung: Tarsito.
- Suwarto, FX, 1999. *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Thoha, Miftah. 1993 *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Usman, Husaini, dan Setiadi Akbar, R. Purnama, 1995. *Pengantar Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Widjaja, A.W, 1993. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Ya'kub, Hamzah, 1998. *Publisistik Islam: Teknik Dakwah dan leadership*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Yunus, Mahmud, 1973. *Kamus Arab Indonesia*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara/ penafsiran Al-Qur'an.