

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI  
WAROENG BADMINTON ACADEMY YOGYAKARTA  
DALAM MENCETAK ATLET BERAKHLAK QUR'ANI**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh :  
Dwi Utami**

**NIM 22107030019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2026**

# HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3455/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2026

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi Organisasi Waroeng Badminton Academy Yogyakarta dalam Mencetak Atlet Berakhlak Qur'ani

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DWI UTAMI  
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030019  
Telah diujikan pada : Rabu, 10 Juni 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6a54ab275de52

Ketua Sidang

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si  
SIGNED



Valid ID: 6a54f897bc50e

Penguji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si  
SIGNED



Valid ID: 6a570b9025da3

Penguji II

Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.  
SIGNED



Valid ID: 6a587e727cf19

Yogyakarta, 10 Juni 2026

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Nama

Mahasiswa : Dwi Utami  
Nomor Induk : 22107030019  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Public Relation*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 25 Mei 2026

Yang Menyatakan,



Dwi Utami

NIM. 22107030019

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Dwi Utami  
NIM : 22107030019  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### **STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI WAROENG BADMINTON ACADEMY YOGYAKARTA DALAM MENCETAK ATLET BERAKHLAK QUR'ANI**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian, atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

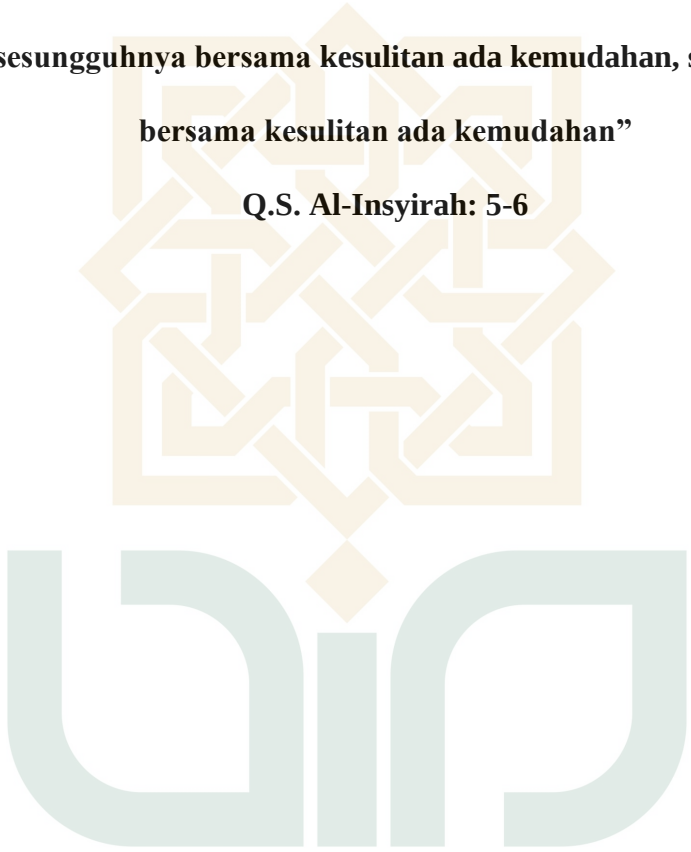
Yogyakarta, 26 Mei 2026  
Pembimbing

**Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si**  
NIP. 19790720 200912 2 001

## MOTTO

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya  
bersama kesulitan ada kemudahan”**

**Q.S. Al-Insyirah: 5-6**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Almamater Tercinta,

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya yang senantiasa mengiringi setiap langkah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Waroeng Badminton Academy Yogyakarta dalam Mencetak Atlet Berakhlak Qur’ani” sebagai tugas akhir. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang masa, yang syafaatnya senantiasa kita nantikan di hari akhir kelak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa perjalanan panjang dalam menyusun skripsi ini tidak dapat dilalui seorang diri. Ada banyak tangan yang membantu, banyak doa yang menopang, dan banyak kehadiran yang menghangatkan di tengah proses yang tidak selalu mudah ini. Maka, dengan segenap ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada seluruh mahasiswa.
3. Dr. Diah Ajeng Purwani, S. Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berarti dari awal hingga skripsi ini rampung. Kehadiran Ibu adalah salah satu alasan terbesar penulis mampu melewati proses ini dengan lebih tenang.
4. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji I dan Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah dengan ikhlas berbagi ilmu, pengalaman, dan nilai-nilai kehidupan yang jauh melampaui ruang kuliah.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ali Suratman dan Ibu Siti Alifah, terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang selalu diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan keberkahan kepada kalian. Aamiin.
7. Kakak tercinta, Eka Rahma Wati, beserta Abang ipar Arik Irawan, dan tiga ponakan tersayang Reva, Zaida, dan Tiara terima kasih atas tawa, semangat, dan kehangatan keluarga yang selalu menjadi tempat pulang di tengah padatnya perjuangan ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu setiap kebaikan, perhatian, dan doa yang kalian titipkan telah meninggalkan jejak yang nyata dalam perjalanan ini. Terima kasih.
9. Terakhir, untuk diri sendiri, Dwi Utami. Terima kasih sudah bertahan, berjuang, dan sampai di titik ini. Semoga langkah ke depan selalu diberi kemudahan dan kebahagiaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 25 Mei 2026



Dwi Utami

NIM. 22107030019

## DAFTAR ISI

|                                        |             |
|----------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>         | <b>ii</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b> | <b>iii</b>  |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>     | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                     | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>       | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>             | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                 | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>              | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>              | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>           | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>          | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah.....         | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....               | 10          |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 10          |
| D. Manfaat Penelitian .....            | 10          |
| E. Tinjauan Pustaka.....               | 11          |
| F. Landasan Teori .....                | 15          |
| G. Kerangka Pemikiran.....             | 24          |
| H. Metodologi Penelitian .....         | 25          |

|                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM.....</b>                                        | <b>33</b>  |
| A.    Profil Waroeng Badminton Academy Yogyakarta.....                  | 33         |
| B.    Atlet Waroeng Badminton Academy Yogyakarta.....                   | 40         |
| <b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                | <b>41</b>  |
| A.    Hasil.....                                                        | 41         |
| 1.    Perancangan Strategi Komunikasi dalam Pembinaan Atlet.....        | 42         |
| 2.    Penerapan Konsep Komunikasi Organisasi dalam Pembinaan Atlet..... | 53         |
| 3.    Penanaman Nilai-Nilai Akhlak Qur’ani dalam Pembinaan Atlet.....   | 77         |
| B.    Pembahasan.....                                                   | 98         |
| <b>BAB IV PENUTUP.....</b>                                              | <b>113</b> |
| A.    Kesimpulan.....                                                   | 113        |
| B.    Saran.....                                                        | 114        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                              | <b>117</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                    | <b>122</b> |
| <b>CURICULUM VITAE.....</b>                                             | <b>135</b> |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1: Data jumlah atlet D.I Yogyakarta 2025 .....                          | 2  |
| Gambar 2: Berita atlet yang melakukan body shaming kepada ibu-ibu pendemo..... | 3  |
| Gambar 3: Akun Media Sosial WBA .....                                          | 4  |
| Gambar 4: Kerangka Pemikiran.....                                              | 24 |
| Gambar 5: Struktur Organisasi Kepengurusan WBA .....                           | 36 |
| Gambar 6: Logo Waroeng Badminton Academy .....                                 | 37 |
| Gambar 7: Letak Geografis WBA .....                                            | 37 |
| Gambar 8: Tiktok WBA.....                                                      | 38 |
| Gambar 9: Instagram WBA .....                                                  | 39 |
| Gambar 10: Arahan secara langsung dari pelatih .....                           | 46 |
| Gambar 11: Murojaan sekaligus pemberian arahan dan wejangan rutin .....        | 51 |
| Gambar 12: Pelatih Mengawasi Atlet dalam Latihan Hurdle drill .....            | 52 |
| Gambar 13: Pemberian Arahan dari Pelatih untuk Atlet .....                     | 56 |
| Gambar 14: Kegiatan mengaji dan Hafalan Qur'an.....                            | 57 |
| Gambar 15: Kegiatan mengaji rutin WBA.....                                     | 65 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Tabel 1: Tinjauan Pustaka..... | 15 |
|--------------------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1: Interview Guide Pengurus Asrama Waroeng Badminton Academy<br>Yogyakarta..... | 122 |
| Lampiran 2: Interview Guide Pelatih Waroeng Badminton Academy Yogyakarta ..              | 124 |
| Lampiran 3: Interview Guide Atlet Waroeng Badminton Academy Yogyakarta.....              | 127 |
| Lampiran 4: Interview Guide Triangulasi Ahli.....                                        | 130 |
| Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian.....                                                  | 133 |



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

This study examines the organizational communication strategy used by Waroeng Badminton Academy (WBA) Yogyakarta in developing athletes with Qur'anic character (akhlak Qur'ani). Unlike many sports institutions that focus mainly on athletic achievement, WBA integrates Islamic values into its coaching system. This research applies a qualitative case study approach within a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with four key informants, including the head coach and dormitory supervisors. The study uses Anwar Arifin's communication strategy model, consisting of audience recognition, message formulation, and method determination, alongside Goldhaber's concept of organizational communication. The findings show that WBA implements adaptive communication strategies based on athletes' age, background, and psychological condition. Messages delivered combine technical guidance with moral and spiritual values. Communication methods include interpersonal, persuasive, educative, habituation-based, and evaluative approaches applied in training and dormitory life. These strategies foster disciplined athletes who balance sports performance, religious practice, social harmony, and responsibility, reflecting the values of Qur'anic character.

**Keywords:** organizational communication strategy, Qur'anic character, badminton academy, character development, athlete coaching.

## BAB I

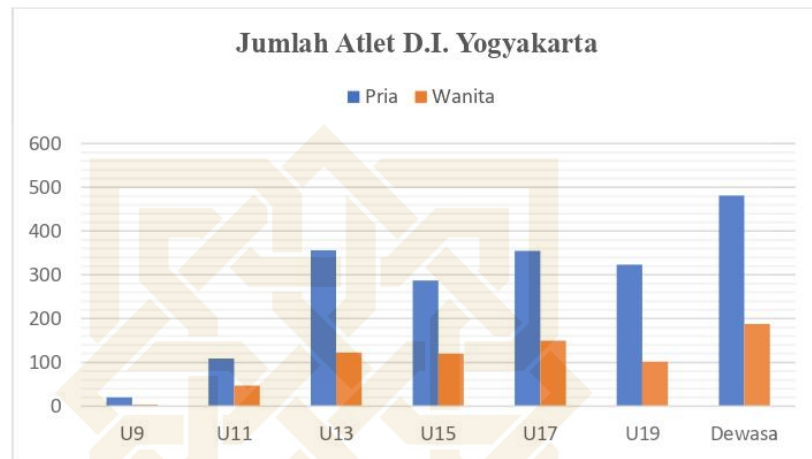
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang penuh dengan berbagai tantangan dan kompetisi, peran organisasi dalam membentuk individu semakin penting, terutama dalam bidang olahraga yang memerlukan pendekatan holistik dalam pengembangan atlet. Olahraga tidak hanya dimaknai sebagai sarana pendidikan, rekreasi, maupun kebugaran jasmani, tetapi juga telah berkembang menjadi wadah untuk meraih prestasi dan pembentuk karakter (Pranata, 2022). Olahraga merupakan bidang yang tidak hanya mengandalkan kekuatan fisik, tetapi juga membutuhkan pembentukan mental dan karakter yang kuat. Olahraga merupakan laboratorium kehidupan yang memungkinkan individu mengalami berbagai pelajaran berharga. Karena itu, para pelatih dan pendidik harus berperan aktif menanamkan nilai-nilai moral dan etika dalam setiap aktivitas olahraga. Dengan cara ini, olahraga menjadi media yang efektif untuk membentuk karakter anak muda yang kuat dan berintegritas (Syafuruddin et al., 2022).

Di Yogyakarta, terdapat berbagai organisasi dan klub *badminton* yang aktif melakukan pembinaan atlet. Berdasarkan data dari Persatuan Bulu tangkis Seluruh Indonesia (PBSI) terdapat 2.450 atlet *badminton* yang terdaftar di Daerah Istimewa Yogyakarta, tersebar di 71 klub yang bernaung di bawah PBSI DIY (*Atlet D.I. Yogyakarta*, 2021). Angka tersebut dapat dilihat dari gambar dibawah ini :

Gambar 1: Data jumlah atlet D.I Yogyakarta 2025



Sumber: Olahan Peneliti

Data tersebut mencerminkan tingginya minat terhadap olahraga *badminton* di daerah tersebut, sekaligus menandakan aktifnya pembinaan yang berlangsung. Dari data diatas, menunjukkan bahwa klub *badminton* tersebar cukup banyak dan menaungi atlet dari berbagai kelompok usia. Akhlak menjadi landasan utama dalam membentuk kepribadian seseorang. Untuk mewujudkan akhlak yang mulia dalam kehidupan sehari-hari, diperlukan proses pembinaan yang dilakukan secara konsisten (Mastura et al., 2024). Hal ini menjadi peluang sekaligus tanggung jawab besar bagi proses pembinaan, bukan hanya dalam aspek teknis, tetapi juga dalam menanamkan nilai-nilai moral dan pembentukan akhlak sejak dini. Tanpa adanya perhatian serius terhadap pembinaan karakter, proses pelatihan berisiko melahirkan atlet yang unggul secara fisik, namun lemah dalam etika dan sikap. Celah ini dapat memunculkan perilaku negatif seperti arogansi, sikap tidak sportif, hingga tindakan

yang bertentangan dengan nilai-nilai etika olahraga. Berikut contoh dari tindakan yang bertentangan dengan nilai-nilai etika :

Gambar 2: Berita atlet yang melakukan body shaming kepada ibu-ibu



Sumber : sports.okezone.com

Pada Maret 2025 terdapat atlet *badminton* nasional Fajar Alfian menuai kontroversi setelah diduga melakukan *body shaming* terhadap seorang ibu yang tengah berorasi dalam aksi demonstrasi. Komentar Fajar yang dianggap menghina penampilan fisik ibu tersebut memicu kecaman luas di media sosial, dan ia pun akhirnya menyampaikan permintaan maaf secara terbuka atas tindakannya tersebut (Okezone, 2025).

Contoh kasus diatas merupakan tindakan yang menunjukkan bahwa keberhasilan di bidang olahraga tidak hanya ditentukan oleh kemampuan fisik, tetapi juga oleh pembentukan karakter. Seorang atlet seharusnya tidak hanya

berfokus pada pencapaian prestasi, tetapi juga memiliki sikap sportivitas, kedisiplinan, dan etika yang baik. Dalam banyak kasus, minimnya pembinaan karakter dalam dunia olahraga membuat atlet kurang memiliki integritas dan tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bahwa klub *badminton* seharusnya tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan fisik, tetapi juga membangun karakter yang kuat agar membentuk individu yang tidak hanya memiliki moral baik, tetapi juga mampu mengambil keputusan secara bijaksana, menunjukkan sikap positif, dan aktif berkontribusi dalam kehidupan bersama di lingkungan pendidikan (Zain et al., 2024). Sebagai respon terhadap permasalahan ini, beberapa klub *badminton* mulai mengarah pada pengembangan olahraga yang tidak terpaku pada bidang prestasinya saja tetapi juga menciptakan atlet profesional, berkarakter dan berakhlak. Berikut salah satu klub *badminton* yang pengembangan atlet berkarakter :

Gambar 3: Akun Media Sosial WBA



Sumber : Instagram waroeng\_badminton academy

Waroeng Badminton Academy ini berfokus pada pembinaan bakat *badminton*, dengan menyediakan fasilitas latihan, peralatan olahraga, serta pembinaan bagi santri yang memiliki minat di bidang *badminton* (Instagram Waroeng BA, n.d.). Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan bermain *badminton*, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keislaman, kedisiplinan, serta integritas dalam diri para atlet muda. Dalam menanamkan nilai-nilai tersebut, strategi komunikasi organisasi menjadi aspek penting dalam keberhasilannya. Waroeng Badminton Academy menyampaikan visi dan misinya, membangun komunikasi internal antara pelatih dan atlet, serta menanamkan nilai-nilai akhlak melalui berbagai media dan interaksi, menjadi poin-poin strategis yang perlu dikaji lebih dalam. Dalam organisasi berbasis nilai, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat pembentuk budaya organisasi dan identitas bersama.

Dalam sebuah organisasi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Tanpa adanya komunikasi, aktivitas dalam organisasi tidak akan berjalan secara efektif. Komunikasi memungkinkan setiap individu dalam organisasi, baik pimpinan maupun karyawan, untuk saling memahami kepribadian masing-masing. Hal ini penting karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda dalam menangkap dan menafsirkan pesan (Noor Jannah et al., 2024). Menyampaikan instruksi atau pesan kepada komunikan dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat. Strategi ini mencakup pengelolaan unsur-unsur penting seperti frekuensi komunikasi, tingkat formalitas, isi pesan, serta saluran yang digunakan.

Penggunaan strategi yang efektif akan membantu pesan diterima dengan baik oleh komunikan atau audiens, sehingga dapat mempengaruhi sikap mereka secara positif dan selaras dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai oleh organisasi (Efendi & Mutrofin, 2022).

Tantangan utama yang dihadapi dalam menerapkan strategi komunikasi organisasi berbasis nilai Islami adalah bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai tersebut dalam kegiatan praktis sehari-hari, terutama dalam lingkungan olahraga yang kompetitif. (Auliya, 2023) menjelaskan bahwa etika komunikasi Islam dalam manajemen komunikasi organisasi perlu diimplementasikan secara konsisten dan komprehensif, tidak hanya sebagai simbol tetapi menjadi ruh dalam setiap aktivitas organisasi. Dalam konteks pembinaan atlet *badminton*, ini berarti bahwa nilai-nilai Qur'ani harus terinternalisasi dalam program latihan, kompetisi, dan interaksi sehari-hari antar pelatih dan atlet.

Pembentukan karakter Islami dalam organisasi olahraga sejalan dengan konsep pembinaan yang holistik. (Phalosa et al., 2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa strategi komunikasi organisasi yang berbasis nilai-nilai Islam efektif dalam membentuk karakter Islami anggotanya melalui pendekatan keteladanan, pembiasaan, dan pengajaran yang konsisten. Waroeng Badminton Academy sebagai organisasi yang memiliki fokus pada pengembangan atlet dengan akhlak Qur'ani perlu memiliki strategi komunikasi yang jelas dan terstruktur untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi komunikasi organisasi tidak hanya berfokus pada aspek internal tetapi

juga eksternal. (Rangga Dwiekie et al., 2024) menyatakan bahwa strategi komunikasi internal organisasi berperan penting dalam menjaga motivasi dan komitmen anggota terhadap visi dan misi organisasi. Dalam konteks Waroeng Badminton Academy, komunikasi internal yang efektif antara pengurus, pelatih, dan atlet menjadi kunci dalam menanamkan nilai-nilai akhlak Qur'ani. Sementara itu, komunikasi eksternal dengan orang tua atlet, sponsor, dan masyarakat umum berperan dalam membangun citra dan dukungan terhadap program pembinaan yang dilaksanakan.

Keterkaitan antara kepemimpinan Islami dan strategi komunikasi organisasi tidak dapat dipisahkan dalam upaya pembentukan karakter atlet. Dalam penelitian (Mardianty et al., 2021) menemukan bahwa gaya komunikasi dan kepemimpinan Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap budaya organisasi Islam yang pada akhirnya berdampak pada perilaku anggota organisasi. Dalam konteks Waroeng Badminton Academy, pelatih dan pengurus memiliki peran strategis sebagai pemimpin yang bukan hanya bertanggung jawab terhadap aspek teknis olahraga, tetapi juga terhadap pembentukan karakter peserta didik.

Strategi komunikasi yang diterapkan dalam pembinaan atlet hendaknya tidak hanya fokus pada aspek teknis permainan, tetapi juga memperhatikan pendekatan yang menyentuh sisi psikologis dan spiritual. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Surah An-Nisa ayat 63:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ⑥

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka qaulan baligha (perkataan yang berbekas pada jiwa mereka)” (QS. An-Nisa: 63)

Menurut Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia, *qaulan baligha* berarti perkataan yang disampaikan dengan tepat sehingga mampu menyentuh hati, membekas dalam jiwa, dan mendorong seseorang kepada kebaikan. Makna ini sejalan dengan pendapat Jalaluddin Rakhmat yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif harus disesuaikan dengan karakteristik komunikan serta mampu menyentuh aspek rasional dan emosionalnya ((Aji, 2015). Komunikasi seperti ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyampaikan rasa dan makna yang dalam. Prinsip qaulan baligha menjadi acuan dalam strategi komunikasi waroeng Badminton Academy antara pelatih dan atlet. Pelatih tidak cukup hanya menyampaikan intruksi teknis, tetapi juga harus mampu membangun komunikasi yang berpengaruh secara emosional dan spiritual. Komunikasi dilakukan dengan rasa empati, bahasa yang membangun, serta mampu memotivasi dan menanamkan nilai-nilai Qur’ani akan menciptakan hubungan pembinaan karakter yang lebih tepat dan bermakna.

Proses pembentukan karakter islami dalam organisasi memerlukan pendekatan yang komprehensif dan berkesinambungan. Penelitian (Rahayu & Nisa, 2021) mengenai strategi komunikasi *OIC Youth* Indonesia menemukan

bahwa program kepemimpinan yang integratif dan konsisten dapat meningkatkan kualitas pemuda Muslim dalam berbagai aspek kehidupan. Waroeng Badminton Academy sebagai organisasi yang berfokus pada pembinaan atlet *badminton* dengan akhlak Qur'ani perlu mengadopsi strategi serupa dengan menitikberatkan pada aspek pembinaan mental spiritual yang diintegrasikan dengan program latihan teknis dan fisik atlet.

Penerapan strategi komunikasi organisasi yang berbasis nilai-nilai Qur'ani dalam pembinaan atlet *badminton* juga sejalan dengan konsep meningkatkan ukhuwah islamiyah antar anggota organisasi. Penelitian (Mujtaba & Rini, 2023) menjelaskan strategi komunikasi dalam meningkatkan ukhuwah islamiyah yang menemukan bahwa pendekatan komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam mampu menciptakan ikatan persaudaraan yang kuat antar anggota organisasi. Dalam konteks Waroeng Badminton Academy, ukhuwah Islamiyah antar atlet, pelatih, dan pengurus menjadi modal sosial yang penting dalam menciptakan lingkungan pembinaan yang harmonis dan kondusif bagi pengembangan prestasi dan akhlak secara seimbang.

Islam menekankan pentingnya menjaga kesehatan jasmani sekaligus pembinaan akhlak, Waroeng Badminton Academy hadir bukan sekadar sebagai wadah pengembangan prestasi olahraga, tetapi juga sebagai media pembinaan karakter berbasis nilai-nilai Islam. Melalui program ini, para santri tidak hanya dibina dalam keterampilan bermain *badminton*, tetapi juga dalam aspek spiritual dan moral, seperti menghafal Al- Qur'an dan menerapkan akhlak Qur'ani dalam

kehidupan sehari-hari. Konsep “Mencetak Atlet Berakhlak Qur’ani” yang diusung oleh Waroeng Badminton Academy mencerminkan upaya menciptakan keseimbangan antara pencapaian duniawi dan pembentukan karakter spiritual.

Penelitian ini diharapkan dapat mengkaji strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy dalam mencetak atlet berakhlak Qur’ani, serta berkontribusi pada pengembangan komunikasi pembinaan atlet yang berfokus pada prestasi, akhlak, karakter, dan spiritualitas.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka didapatkan rumusan masalah yaitu “Bagaimana strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy Yogyakarta dalam mencetak atlet berakhlak Qur’ani?”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy Yogyakarta dalam mencetak atlet berakhlak Qur’ani.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya pada strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy dalam mencetak atlet berakhlak Qur’ani. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan perspektif baru tentang strategi komunikasi organisasi.

## **2. Manfaat Praktis**

penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan referensi bagi Waroeng Badminton Academy dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi komunikasi organisasi untuk membentuk atlet yang berakhlak Qur'ani. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi pengelola klub atau akademi bulu tangkis, pelatih, serta organisasi olahraga lainnya dalam menerapkan strategi komunikasi yang efektif untuk mendukung pembinaan karakter dan prestasi atlet.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Sebelum menyusun penelitian ini, peneliti terlebih dahulu melakukan penelusuran terhadap berbagai studi terdahulu yang relevan sebagai pijakan teoretis dan refleksi atas dinamika strategi komunikasi organisasi dalam berbagai konteks. Tinjauan ini bertujuan untuk melihat pola, pendekatan, dan hasil dari penggunaan strategi komunikasi dalam membangun relasi, motivasi, serta citra dalam organisasi. Tiga penelitian yang dipilih memberikan gambaran utuh mengenai bagaimana strategi komunikasi diimplementasikan dalam lingkungan pemerintahan, usaha retail, hingga industri pertambangan.

Penelitian pertama dilakukan oleh Ispawati Asri (2022) yang mengangkat tema strategi komunikasi organisasi dalam membangun semangat kerja pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI pada masa pandemi Covid-19. Dalam konteks birokrasi yang menghadapi tekanan besar akibat pandemi, strategi komunikasi menjadi alat utama untuk memastikan pegawai tetap

termotivasi dan mampu menjalankan tugas mereka dengan baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan berpijak pada paradigma konstruktivisme. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh lembaga meliputi empat komponen utama, yaitu: memastikan pesan dipahami dengan baik oleh komunikan, membina penerimaan pesan agar diterima secara emosional dan rasional, memotivasi tindakan melalui komunikasi persuasif, serta memberikan penghargaan kepada pegawai yang berprestasi sebagai bentuk apresiasi kinerja. Strategi-strategi ini bukan hanya memperkuat semangat kerja, tetapi juga menumbuhkan loyalitas dan rasa memiliki terhadap institusi.

Kedua, dalam jurnal Noor Jannah, Tira Fitriawardhani, dan Julyanto Ekantoro (2024) mengkaji strategi komunikasi organisasi di sektor usaha retail, yaitu Cangkruk Vape Shop Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan melalui penerapan komunikasi vertikal dan horizontal yang efektif. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam interaksi interpersonal di dalam organisasi. Temuan utama dari penelitian ini mengungkapkan bahwa komunikasi vertikal antara pimpinan dan karyawan, baik ke atas (*upward*) maupun ke bawah (*downward*), berperan penting dalam menciptakan keterbukaan dan rasa saling percaya. Pemimpin rutin mengadakan pertemuan dan memberikan ruang bagi karyawan menyampaikan ide, sementara target kerja yang diberikan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing individu. Komunikasi horizontal, yang terjadi antarpegawai dalam satu level, juga terbukti memperkuat kerja tim dan meningkatkan kenyamanan kerja melalui

pendekatan informal, termasuk kegiatan liburan bersama yang mempererat hubungan emosional. Strategi ini tidak hanya mendorong kinerja tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan terjalin dengan baik.

Ketiga, penelitian oleh Muammar Rafsanjani dan Marhaeni Fajar Kurniawati (2025) lebih menekankan pada bagaimana strategi komunikasi organisasi digunakan untuk membangun citra positif perusahaan tambang PT Sebukutan Tanjung Coal (STC). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh resistensi masyarakat terhadap perusahaan tambang akibat isu lingkungan dan kurangnya keterlibatan sosial. Melalui pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, peneliti mendapati bahwa perusahaan menerapkan dua strategi komunikasi utama: internal dan eksternal. Komunikasi internal dilakukan dengan meningkatkan transparansi antara manajemen dan karyawan, melalui forum bulanan, pemanfaatan media internal, dan pelibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Sementara itu, komunikasi eksternal difokuskan pada pembangunan hubungan dengan masyarakat melalui forum dialog terbuka, program tanggung jawab sosial (CSR), serta pelibatan media lokal dan pemerintah. Melalui komunikasi dua arah yang simetris, perusahaan berhasil mengubah persepsi negatif masyarakat menjadi lebih positif, dan mengurangi konflik sosial yang sebelumnya sempat terjadi. Secara praktik, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi masyarakat. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi komunitas yang ingin menjalankan praktik khususnya pada bidang *badminton*.

Tabel 1: Tinjauan Pustaka

| No | Peneliti                                                      | Judul Penelitian                                                                                        | Sumber                                                                                                                                                                                                                                                                          | Perbedaan                                                                                                         | Persamaan                                                                               | Hasil Penelitian                                                                                                                                 |
|----|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Ispawati<br>(Asri, 2022)                                      | Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai<br>Pusdiklat Kementerian Agama RI | IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2022 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I) Vol. XXVII No.3 Desember 2022<br>ISSN: 1978-6972<br><a href="https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615">https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615</a>                                                      | Jurnal ini fokus pada semangat kerja pegawai instansi pemerintah, bukan pembinaan atlet atau nilai agama          | Jurnal ini sama-sama menggunakan strategi komunikasi organisasi dan metode kualitatif.  | Strategi komunikasi digunakan untuk memastikan pemahaman pesan, membina penerimaan, memotivasi tindakan, dan memberikan penghargaan pada pegawai |
| 2  | Noor Jannah, Tira Fitriawardhani,<br>Julyanto Ekantoro (2024) | Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Cangkruk Vape Shop                   | Jurnal Intelektual Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi Vol.11 No. 1<br>ISSN:2338-7521 E-ISSN: 3047-2725<br><a href="https://doi.org/10.55499/intelektual.v11i1.11_56">https://doi.org/10.55499/intelektual.v11i1.11_56</a>                                                  | Jurnal ini fokus pada peningkatan kinerja di sektor ritel vape, bukan pembinaan karakter Qur'ani                  | Sama-sama membahas komunikasi organisasi dan membangun hubungan antaranggota organisasi | Komunikasi interpersonal, apresiasi, dan lingkungan kerja positif meningkatkan kreativitas, inisiatif, dan disiplin kerja                        |
| 3  | Muammar Rafsanjani & Marhaeni Fajar Kurniawati (2025)         | Komunikasi Organisasi dalam Membangun Citra Positif Perusahaan (Studi Kasus PT Sebukutanjung Coal)      | Jurnal Terapung : Ilmu – Ilmu Sosial , Vol. 7, No. 1, Maret 2025<br>ISSN: 2656-2928<br>DOI : 10.31602/<br><a href="https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/terapung/article/download/18517/7383">https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/terapung/article/download/18517/7383</a> | Jurnal ini membahas tentang membangun citra publik perusahaan tambang, bukan pembinaan karakter internal individu | Sama-sama menggunakan komunikasi organisasi                                             | Strategi komunikasi terbuka dan partisipatif meningkatkan kepercayaan masyarakat dan citra positif perusahaan                                    |

Sumber: Olahan Peneliti 2025

## **F. Landasan Teori**

### **1. Strategi Komunikasi**

Hafied Cangara mengatakan strategi komunikasi merupakan perpaduan paling efektif dari berbagai unsur komunikasi mulai dari pihak penyampai pesan, isi pesan, media atau saluran yang digunakan, penerima pesan, hingga dampak yang ditimbulkan yang disusun secara terencana guna mencapai tujuan komunikasi secara maksimal (Cangara, 2017).

Menurut Effendi dalam (Asri, 2022), strategi pada dasarnya merupakan bentuk dari perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang bertujuan untuk mencapai hasil tertentu. Strategi komunikasi tidak hanya berperan sebagai penunjuk arah umum seperti peta jalan, tetapi juga harus mencakup langkah-langkah operasional yang konkret. Dengan kata lain, strategi komunikasi adalah pedoman dalam merancang dan mengelola proses komunikasi agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai secara efektif.

Anwar Arifin menyatakan terdapat tiga tahapan penting dalam merancang strategi komunikasi (Phalosa et al., 2024), yaitu :

- a. Mengenal khalayak, komunikator perlu memahami karakter, kebutuhan, dan latar belakang audiens agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif.
- b. Menyusun pesan, pesan harus dirancang dengan cara yang menarik dan relevan agar mampu memikat perhatian audiens.
- c. Menetapkan metode, pemilihan metode atau saluran komunikasi yang tepat sangat penting untuk menunjang keberhasilan penyampaian pesan.

## 2. Komunikasi Organisasi

R. Wayne dan Don F dalam (Ruliana, 2014) mengemukakan definisi komunikasi organisasi secara fungsional dapat dipahami sebagai proses penyampaian dan pemaknaan pesan di antara unit-unit komunikasi yang berada dalam sebuah organisasi tertentu. Organisasi itu sendiri terdiri dari berbagai unit komunikasi yang saling terhubung dalam struktur hierarkis, dan semuanya beroperasi dalam konteks lingkungan tertentu.

Morissan menyatakan “komunikasi tidak sekedar instrument atau alat untuk berinteraksi tetapi komunikasi adalah medium yang menyebabkan adanya organisasi” dan karena komunikasi bersifat dinamis, organisasi dipandang sebagai hasil dari proses interaksi yang berlangsung terus-menerus (Morissan, 2020). Komunikasi organisasi merupakan proses berkelanjutan yang menciptakan dan mempertahankan keberadaan organisasi.

Menurut Liliweri komunikasi organisasi merupakan kajian yang membahas cara individu berinteraksi dan menjalin kerja sama dalam suatu organisasi melalui proses komunikasi. Kajian ini juga mencakup bagaimana struktur organisasi memengaruhi dan membentuk proses komunikasi yang terjadi dalam rangka pengelolaan organisasi itu sendiri (Dewidianto et al., 2024).

Komunikasi organisasi merupakan proses interaksi antara individu-individu dalam suatu kelompok yang memiliki kesamaan dalam kemampuan, hubungan, dan emosi, yang mencakup pesan, tujuan, alur, serta media komunikasi yang berlangsung dalam sistem kelompok tersebut, dan dapat dipengaruhi oleh faktor-

faktor dari dalam maupun luar organisasi (Permata et al., 2021).

Goldhaber (1986) mendefinisikan “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with enviromental uncertainty*” secara sederhana komunikasi organisasi adalah suatu proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 2019).

Dari seluruh pandangan tersebut, komunikasi organisasi terbentuk sebagai proses dinamis yang terjadi antara individu dan kelompok dalam struktur organisasi. Di dalamnya terjadi pertukaran pesan, pembentukan makna, serta interaksi yang berkelanjutan seiring dengan berkembangnya fungsi dan tujuan organisasi. Proses ini menjadi pengikat antarunit komunikasi, membentuk pola hubungan kerja, dan tidak terlepas dari pengaruh struktur internal maupun lingkungan eksternal organisasi.

Definisi yang dikemukakan oleh Goldhaber (Ruliana, 2014), ada tujuh konsep kunci yang terkandung dalam komunikasi organisasi, yaitu :

a. Proses (*Process*)

Sebuah organisasi adalah sistem terbuka yang aktif, di mana anggotanya saling bertukar dan menyampaikan pesan secara terus-menerus. Karena pertukaran informasi ini berlangsung tanpa henti, maka hal ini disebut sebagai suatu proses (Ruliana, 2014).

b. Pesan (*Message*)

Pesan merujuk pada rangkaian simbol yang penuh makna mengenai orang, objek, atau peristiwa yang terbentuk melalui interaksi antarindividu. Dalam berkomunikasi, seseorang perlu membentuk gambaran mental dan menyampaikannya agar orang lain dapat merasakan maksudnya. Komunikasi yang berhasil adalah ketika pesan tersebut dimaknai sesuai dengan maksud pengirimnya. Dalam konteks organisasi, penting untuk memahami bagaimana pesan disusun dan disebarkan di seluruh bagian organisasi (Ruliana, 2014).

Menurut Redding, pesan dalam organisasi dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuannya, yaitu pesan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas organisasi, pemeliharaan organisasi, aspek kemanusiaan. Pesan tugas mencakup segala hal yang berhubungan dengan proses produksi, pelayanan, serta kegiatan khusus lainnya yang mendukung pencapaian tujuan organisasi. Sementara itu, pesan pemeliharaan berkaitan dengan penerapan aturan, kebijakan, dan prosedur guna menjaga kelangsungan organisasi. Adapun pesan kemanusiaan meliputi aspek sikap, moralitas, kepuasan, serta pemenuhan kebutuhan anggota organisasi (Muhammad, 2019).

Thayer menawarkan klasifikasi serupa dengan menekankan empat fungsi utama pesan organisasi, yaitu: fungsi informasi, pengaturan, persuasi, dan integrasi. Fungsi informasi dan persuasi memiliki kemiripan dengan pesan tugas versi Redding, sedangkan fungsi pengaturan berkaitan dengan pesan pemeliharaan. Fungsi integrasi pun sejalan dengan pesan kemanusiaan

(Muhammad, 2019).

Goldhaber (1986) menambahkan kategori pesan inovasi, yang penting dalam upaya organisasi beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Pesan inovasi mencakup rencana baru, program baru, atau arahan baru yang dapat membantu organisasi menghadapi tantangan dan menyelesaikan masalah (Muhammad, 2019).

c. Jaringan (*Network*)

Organisasi terdiri dari individu-individu yang memiliki peran tertentu. Pertukaran pesan di antara mereka berlangsung melalui jalur-jalur komunikasi yang membentuk jaringan. Jaringan ini bisa kecil maupun besar, tergantung pada jumlah orang dan luasnya organisasi. Faktor-faktor seperti hubungan peran, aliran pesan, serta isi pesan memengaruhi bentuk dan ukuran jaringan ini (Ruliana, 2014).

d. Keadaan Saling Tergantung (*Interdependence*)

Dalam organisasi, satu bagian sangat bergantung pada bagian lainnya. Hal ini mencerminkan sifat dasar organisasi sebagai sistem terbuka. Jika satu bagian mengalami masalah, dampaknya akan terasa pada bagian lain dan bahkan bisa memengaruhi keseluruhan organisasi. Jaringan komunikasi dalam organisasi pun bekerja saling melengkapi dan mendukung antarbagian (Ruliana, 2014).

e. Hubungan (*Relationship*)

Organisasi adalah sistem terbuka yang dijalankan oleh manusia. Hubungan

antarindividu penting, mulai dari interaksi sederhana hingga hubungan kompleks antar kelompok. Arni Muhammad (2019) mengatakan hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu hubungan di antara dua orang atau *dyadic* sampai kepada hubungan yang kompleks, yaitu hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar dalam organisasi. Thayer dalam (Muhammad, 2019) membedakan hubungan ini menjadi dua, yaitu hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi.

f. Lingkungan (*Environment*)

Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem (Muhammad, 2019). Lingkungan mencakup kondisi fisik dan sosial yang memengaruhi pengambilan keputusan organisasi. Lingkungan terbagi dua: internal (seperti pelatih, anak didik dan struktur organisasi) dan eksternal (pesaing, teknologi, dll).

g. Ketidakpastian (*Uncertainty*)

Ketidakpastian merupakan perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Ketidakpastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya informasi yang diterima daripada sesungguhnya yang diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka. Oleh karena itu salah satu urusan utama dari komunikasi organisasi adalah menentukan dengan tepat berapa banyaknya informasi yang diperlukan untuk

mengurangi ketidakpastian tanpa informasi yang berlebih-lebihan. Jadi ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga karena terlalu banyak yang diterima (Muhammad, 2019). Ketidakpastian muncul karena perbedaan antara informasi yang tersedia dan yang dibutuhkan. Contohnya, organisasi membutuhkan informasi kebijakan pemerintah yang bisa memengaruhi proses produksinya (Ruliana, 2014).

### **3. Akhlak Qur'ani**

Secara etimologis, Ibnu Mandzhur dalam kitab Lisanul Arab menjelaskan bahwa istilah "akhlak" merupakan bentuk jamak dari kata "*khulq*" atau "*khuluq*", yang berarti agama, tabiat, atau watak seseorang (Ansari, 2021). Salah satu tokoh terkemuka dalam bidang akhlak, Ibnu Miskawaih, mengemukakan bahwa akhlak adalah tindakan yang muncul secara spontan dari seseorang, yang berasal dari sifat bawaan atau kondisi jiwa yang dimilikinya (Amanda Amanda et al., 2024).

Imam al-Ghazali (1059–1111 M) memberikan definisi akhlak secara luas, yaitu sebagai suatu sifat yang tertanam dalam jiwa dan mendorong seseorang untuk bertindak secara spontan dan mudah, tanpa perlu pemikiran atau pertimbangan yang mendalam (Windi Alya Ramadhani et al., 2024).

Dengan merujuk pada berbagai pandangan tersebut, dapat dipahami bahwa akhlak memiliki dimensi yang luas, meliputi aspek etimologis, psikologis, dan filosofis. Dalam perspektif penulis, akhlak dapat dipahami sebagai seperangkat nilai moral yang tertanam dalam diri individu, baik melalui pembawaan maupun proses pendidikan dan pembiasaan, yang kemudian termanifestasi secara

konsisten dalam ucapan, sikap, dan perbuatan. Dengan demikian, akhlak berfungsi sebagai landasan utama dalam pembentukan kepribadian serta interaksi manusia dengan dirinya, sesama, dan Tuhannya.

Al-Qur'an mendorong setiap manusia untuk senantiasa menerapkan perilaku yang baik dalam kehidupannya sehari-hari. Dorongan ini didasarkan pada pemahaman bahwa akhlak menjadi tolok ukur penting dalam menciptakan kehidupan yang harmonis, bahagia, dan sejahtera. Sebagai kitab suci yang diturunkan oleh Allah, Al-Qur'an berperan sebagai petunjuk hidup bagi manusia, karena memuat banyak ajaran tentang nilai-nilai keagamaan dan moralitas. Tujuan utamanya adalah untuk memperbaiki hati dan kepribadian manusia melalui tuntunan akidah yang luhur dan mengarahkan pada tindakan yang baik. Oleh karena itu, nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an sangatlah penting, karena tanpa kehadiran kitab suci ini, proses penanaman nilai-nilai Qur'ani dalam diri manusia akan mengalami hambatan dan dampak negatif (Hakim et al., 2022).

Istilah "Qur'ani" sendiri merujuk pada segala sesuatu yang berlandaskan, bersumber, dan sejalan dengan ajaran Al-Qur'an, baik dalam aspek nilai, prinsip, maupun tuntunan hidup. Segala hal yang dikaitkan dengan sebutan Qur'ani pada dasarnya menunjukkan keterikatannya dengan Al-Qur'an sebagai pedoman utama umat Islam. Oleh karena itu, ketika konsep akhlak digabungkan dengan sifat Qur'ani, maka lahirlah istilah "akhlak Qur'ani". Memiliki akhlak yang mulia merupakan inti dari ajaran utama yang terdapat dalam Al-Qur'an (Hakim et al., 2022).

Istilah "Qur'ani" sendiri merujuk pada segala sesuatu yang berlandaskan dan sejalan dengan ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an serta memiliki karakter sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkannya. Oleh karena itu, akhlak Qur'ani dapat diartikan sebagai sifat atau perilaku yang terbentuk dari ajaran-ajaran Al-Qur'an dan mampu memengaruhi tindakan serta sikap manusia (Hakim et al., 2022).

Nilai-nilai akhlak Qur'ani dijelaskan oleh Lukman Hakim dkk., (2022) merupakan pedoman moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan berfungsi sebagai landasan dalam membangun kehidupan pribadi maupun sosial yang beradab. Adapun nilai-nilai utama tersebut adalah sebagai berikut:

a. Keseimbangan

Nilai keseimbangan tercermin dari upaya manusia menjaga hubungan dengan Allah Swt. melalui ibadah sekaligus hubungan dengan sesama melalui muamalah, sehingga tercipta kehidupan yang adil, proporsional, dan penuh ketenteraman.

b. Harmoni Sosial

Nilai harmoni sosial menekankan pentingnya kebersamaan dalam masyarakat, yang diwujudkan melalui sikap saling menghormati, menjaga solidaritas, menghindari konflik, serta mengupayakan perdamaian dalam setiap interaksi sosial.

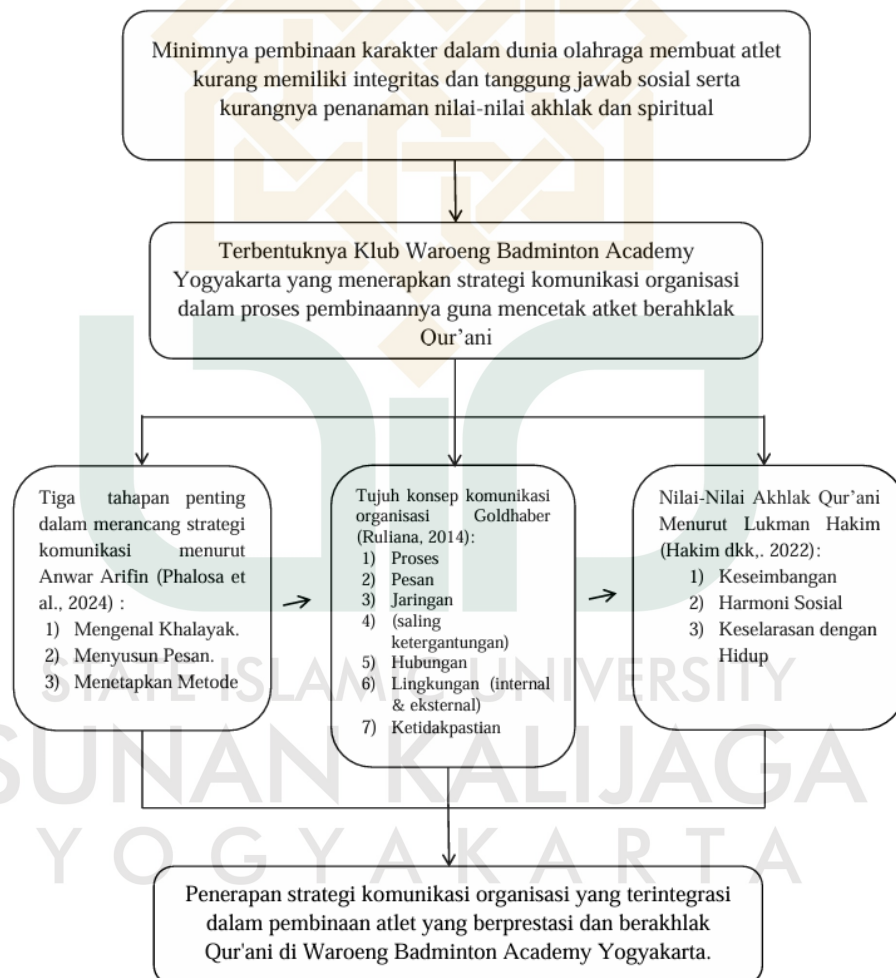
c. Keselarasan dengan Hidup

Nilai keselarasan hidup terlihat dari adanya dorongan untuk menegakkan

keadilan, persamaan, dan penghargaan atas kemanusiaan, serta membangun relasi yang serasi antara manusia dengan sesamanya, dengan alam, dan dengan Sang Pencipta.

## G. Kerangka Pemikiran

Gambar 4: Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti 2026

## **H. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang di definisikan oleh Maloeng dalam (Suprayitno et al., 2024), penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena yang dialami oleh subjek, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Pemahaman ini dicapai secara menyeluruh melalui deskripsi verbal dan bahasa, dalam konteks alami yang spesifik, dengan memanfaatkan berbagai metode yang bersifat naturalistik.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, karakteristik, serta hubungan antarfenomena yang diteliti (Suprayitno et al., 2024). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi organisasi dalam pembinaan akhlak Qur'ani. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai proses komunikasi yang berlangsung dalam organisasi, khususnya di Waroeng Badminton Academy Yogyakarta, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan dalam pembinaan akhlak Qur'ani.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek Penelitian

Subjek merupakan kelompok sasaran yang memiliki ciri khas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis guna menarik sebuah kesimpulan (Sugiyono & Puji, 2021). Maka dari itu, penelitian ini mengumpulkan data dari informan dengan memakai teknik *purposive* yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Subjek penelitian adalah individu yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, informan utama terdiri atas Yodhi Satrio selaku Ketua sekaligus Pelatih Waroeng Badminton Academy (WBA) dan Ali Luqman selaku Ketua Pengurus Asrama WBA. Keduanya dipilih karena memiliki peran penting dalam merancang, melaksanakan, serta mengawasi proses pembinaan dan strategi komunikasi organisasi di WBA.

Selain itu, penelitian ini melibatkan dua atlet sebagai informan pendukung, yaitu Banyu Ganendra (atlet tingkat SMP) dan Aryandika Valintar Aji (atlet tingkat SMA). Kedua atlet tersebut dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria:

- 1) Merupakan atlet aktif Waroeng Badminton Academy
- 2) Mengikuti program pembinaan secara intensif di lingkungan asrama
- 3) Terlibat secara langsung dalam proses komunikasi dan pembinaan yang diterapkan oleh WBA

- 4) Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi yang relevan sesuai dengan fokus penelitian

Pemilihan informan tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang mendalam mengenai penerapan strategi komunikasi organisasi dalam mencetak atlet berakhlak Qur'ani.

#### b. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono & Puji (2021), objek penelitian adalah segala hal yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari agar dapat diperoleh informasi dan disimpulkan hasilnya. Objek penelitian pada penelitian ini adalah strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy dalam mencetak atlet berakhlak Qur'ani.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses mengumpulkan berbagai bentuk informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti teks, foto, cerita, gambar, dan artefak, dari sumber data yang telah diidentifikasi dan disetujui, seperti informan atau partisipan. Pengumpulan data dilakukan setelah arah dan tujuan penelitian jelas serta mendapat persetujuan dari partisipan untuk berbagi informasi (J.R. Raco, 2010).

Sugiyono & Puji (2021) mengatakan pengumpulan data merupakan data yang dikumpulkan dalam situasi yang alami, menggunakan sumber data primer, dengan metode yang dominan yaitu:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Secara umum, wawancara dapat dipahami sebagai proses interaksi langsung antara pewawancara dan narasumber (informan) melalui komunikasi verbal. Dalam praktiknya, wawancara dilakukan secara tatap muka, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya terkait dengan objek penelitian (Yusuf, 2014). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan Mas Yodhi Satrio selaku ketua sekaligus pelatih Waroeng Badminton Academy yang memahami karakteristik anggotanya karena selalu mendampingi kegiatan pelatihan. Selain itu, wawancara juga dilakukan bersama Ali Luqman selaku ketua pengurus asrama, Banyu Ganendra selaku atlet tingkat SMP, serta Aryandika Valintar Aji selaku atlet tingkat SMA.

Wawancara ini dilakukan melalui metode tanya jawab yang mendalam serta didukung observasi langsung, untuk memperoleh informasi terkait Strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy dalam mencetak atlet berakhlak Qur'ani. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali secara rinci strategi komunikasi organisasi tersebut, sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang menyeluruh dan relevan dengan tujuan penelitian.

b. Observasi

Observasi yaitu proses pengumpulan data secara langsung di lapangan

dengan cara menyaksikan dan mengalami sendiri situasi sosial yang diteliti. Observasi dilakukan dengan terjun langsung ke lingkungan seperti komunitas, organisasi, atau masyarakat, untuk mengamati perilaku, tindakan, interaksi, dan pengalaman partisipan. Peneliti tidak hanya melihat dari luar, tetapi juga hadir dan berinteraksi dengan partisipan agar memperoleh data yang mendalam dan autentik (J.R. Raco, 2010). Dalam observasi peneliti melakukan pengamatan langsung melalui beberapa kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh Waroeng Badminton Academy.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk dokumen, baik berupa tulisan, suara, maupun gambar yang berisi laporan serta keterangan yang mendukung proses penelitian. Dokumen ini mencatat seluruh hasil wawancara serta informasi yang disampaikan oleh informan yang diwawancarai (Sugiyono & Puji, 2021).

**4. Metode Analisis Data**

Menurut Bogdan dalam Sugiyono & Puji (2021) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan

mana yang akan dipelajari, lalu membuat kesimpulan yang dapat dijabarkan dalam penelitian. Menurut Miles dan Huberman (Sugiono, 2013) proses ini melibatkan tiga tahapan utama, yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses menyaring, merangkum, dan memfokuskan data mentah dari lapangan ke dalam bentuk yang lebih terstruktur dan bermakna, dengan menekankan hal-hal yang pokok, penting, serta mencari tema dan pola tertentu. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data yang kompleks agar lebih mudah dipahami, dianalisis, dan digunakan dalam tahap penelitian selanjutnya (Sugiono, 2013).

b. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data selesai, langkah berikutnya adalah penyajian data. Penyajian data dapat disajikan melalui berbagai cara seperti penjelasan singkat, diagram, hubungan antar kategori, bagan alur, dan bentuk serupa lainnya. Menurut Miles dan Huberman (1984), bentuk penyajian data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks naratif data dalam bentuk yang lebih sistematis dan mudah dimengerti (Sugiono, 2013).

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah akhir dari analisis data adalah menyimpulkan informasi berdasarkan data yang telah disusun. Kesimpulan adalah hasil akhir dalam

penelitian kualitatif yang mungkin menjawab rumusan masalah awal, namun bisa juga tidak. Hal ini disebabkan karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berkembang seiring berjalannya proses pengumpulan data di lapangan (Sugiono, 2013).

## **5. Metode Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data adalah triangulasi. Keabsahan data digunakan untuk memastikan kebenaran data yang disajikan dalam penelitian ini.

Menurut William Wiersma dalam buku yang ditulis oleh (Sugiono, 2013), triangulasi dipahami sebagai proses untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan berbagai sumber, beragam metode, dan dalam rentang waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi ahli.

Triangulasi ahli dilakukan dengan mengonfirmasi temuan penelitian kepada seorang ahli di bidang komunikasi organisasi. Tujuannya adalah memastikan bahwa data dari lapangan selaras dengan teori serta praktik yang ada, sekaligus meningkatkan validitas hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan triangulasi ahli sebagai bagian dari upaya untuk memperkuat keabsahan data. Triangulasi ahli dilakukan bersama Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si. Beliau merupakan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung yang telah menyelesaikan pendidikan doktor di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dalam bidang akademik, beliau aktif mengajar dan membimbing penelitian di bidang

ilmu komunikasi. Selain itu, beliau memiliki publikasi yang membahas komunikasi organisasi, salah satunya penelitian berjudul Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Motivasi Kerja Pegawai, yang mengkaji peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai. Dengan latar belakang akademik dan pengalaman penelitian tersebut, beliau memiliki perspektif yang relevan untuk mengonfirmasi temuan penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi dalam pembinaan atlet berakhlak Qur'ani di Waroeng Badminton Academy Yogyakarta.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi organisasi Waroeng Badminton Academy (WBA) Yogyakarta dalam mencetak atlet berakhlak Qur'ani, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya pada aspek teknis olahraga, tetapi juga dalam pembentukan karakter dan akhlak. Strategi komunikasi organisasi di WBA dirancang melalui tiga tahapan utama, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, dan menetapkan metode. Pada tahap mengenal khalayak, pelatih dan pengurus memahami karakteristik atlet secara mendalam, baik dari segi usia, latar belakang, maupun kondisi psikologis, sehingga pendekatan komunikasi yang digunakan bersifat adaptif. Pada tahap penyusunan pesan, komunikasi tidak hanya berisi instruksi teknis, tetapi juga mengandung nilai-nilai moral dan spiritual yang bertujuan membentuk sikap dan perilaku atlet. Sementara itu, pada tahap penetapan metode, digunakan berbagai pendekatan komunikasi seperti interpersonal, persuasif, edukatif, pembiasaan, dan evaluatif yang dilakukan secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari atlet.

Penerapan strategi komunikasi tersebut berjalan dalam sistem komunikasi organisasi yang dinamis, di mana terjadi proses pertukaran pesan yang terus-menerus antara pelatih, atlet, dan pengurus dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung. Komunikasi tidak hanya berlangsung dalam situasi formal, tetapi juga dalam

aktivitas keseharian di lingkungan asrama, sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses pembinaan.

Hasil dari penerapan strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa pembinaan di WBA mampu menghasilkan atlet yang tidak hanya berkembang secara teknis, tetapi juga memiliki karakter yang mencerminkan nilai-nilai akhlak Qur'ani. Hal ini terlihat dari terbentuknya keseimbangan antara latihan dan ibadah, terciptanya hubungan sosial yang harmonis antar atlet, serta meningkatnya kesadaran akan tanggung jawab, kedisiplinan, dan pengendalian diri. Nilai-nilai tersebut tidak hanya dipahami, tetapi telah diinternalisasi dan diwujudkan dalam perilaku sehari-hari atlet.

Dengan demikian, strategi komunikasi organisasi yang diterapkan di WBA terbukti efektif dalam mendukung proses pembinaan atlet secara holistik. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan karakter yang berjalan seiring dengan proses latihan olahraga, sehingga mampu mencetak atlet yang berprestasi sekaligus berakhlak Qur'ani.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait strategi komunikasi organisasi dalam pembinaan karakter berbasis nilai keagamaan di bidang olahraga. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas fokus kajian, tidak hanya pada proses pembinaan, tetapi juga pada tahap keberlanjutan karakter atlet setelah keluar dari lingkungan pembinaan.

Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengkaji secara lebih mendalam mengenai

dinamika hubungan komunikasi antara pelatih dan atlet serta pengaruhnya terhadap konsistensi perilaku dan pembentukan karakter dalam jangka panjang.

## 2. Bagi Waroeng Badminton Academy (WBA)

Bagi Waroeng Badminton Academy, meskipun strategi komunikasi yang diterapkan dalam pembinaan telah menunjukkan hasil yang positif, disarankan untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan secara berkala. Penguatan pada aspek dokumentasi program pembinaan, khususnya terkait proses komunikasi dan perubahan perilaku atlet, dapat menjadi langkah strategis untuk menjaga konsistensi serta meningkatkan kualitas pembinaan. Selain itu, monitoring terhadap perkembangan atlet, baik selama maupun setelah masa pembinaan, penting dilakukan guna memastikan nilai-nilai akhlak Qur'ani tetap terjaga dalam kehidupan mereka di luar lingkungan asrama.

## 3. Bagi Pelatih dan Pengurus

Bagi pelatih dan pengurus, diharapkan dapat terus mempertahankan pendekatan komunikasi yang bersifat personal, persuasif, dan berkelanjutan dalam proses pembinaan. Kepekaan terhadap kondisi psikologis dan kebutuhan individu atlet perlu terus ditingkatkan agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara optimal. Selain itu, konsistensi dalam memberikan teladan (role model) juga menjadi faktor penting dalam memperkuat proses internalisasi nilai-nilai akhlak Qur'ani dalam diri atlet.

## 4. Bagi Atlet Waroeng Badminton Academy

Bagi para atlet, diharapkan mampu mempertahankan nilai-nilai positif yang telah dibentuk selama proses pembinaan, seperti kedisiplinan, tanggung jawab, serta

keseimbangan antara aspek olahraga dan spiritual. Atlet juga diharapkan dapat terus mengembangkan sikap mandiri serta menjaga hubungan sosial yang harmonis, baik di dalam maupun di luar lingkungan pembinaan. Dengan demikian, nilai-nilai akhlak Qur'ani yang telah ditanamkan tidak hanya berhenti dalam lingkungan WBA, tetapi juga dapat diterapkan dalam kehidupan yang lebih luas.

#### 5. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, khususnya orang tua, lembaga pendidikan, dan komunitas olahraga, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dalam menerapkan pola komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian prestasi, tetapi juga pada pembentukan karakter. Penanaman nilai-nilai seperti kedisiplinan, tanggung jawab, kejujuran, serta keseimbangan antara aspek akademik, olahraga, dan spiritual perlu dilakukan secara konsisten melalui komunikasi yang efektif dan keteladanan. Dengan adanya sinergi antara keluarga, sekolah, masyarakat, dan lembaga pembinaan olahraga, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang mendukung terbentuknya generasi muda yang berprestasi sekaligus berakhlak mulia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Amanda, Bias Tirta Bayu, Wismanto Wismanto, Al Hamida, & Atik Devi Kusuma. (2024). Implementasi Akhlak Kepada Allah Swt Dalam Kehidupan Sehari-Hari Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 114–128. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i3.258>
- Ansari, I. (2021). Program Pendidikan Akhlak Qur'ani untuk Guru di Pesantren Hidayatullah. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 14(3), 243. <https://doi.org/10.32832/tawazun.v14i3.4370>
- Asri, I. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27 (3), 267–285. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615>
- Atlet D.I. Yogyakarta. (2021, December 16). <https://pbsi.id/atlet/>
- Auliya, A. S., Puspitasari, L., & Mubarak, I. (2023). Etika Komunikasi Islam Dalam Manajemen Komunikasi Organisasi. *Jurnal Pendidikan Indonesia (JOUPI)*, 1(4), 63-71. <https://doi.org/10.62007/joupi.v1i4.114>
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Rajawali.
- Dewidianto, R., Manalullaili, M., & Ayu Ningsih, C. P. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Event Organizer (Studi pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(4), 10. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i4.2771>

- Efendi, M., & Mutrofin, M. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membentuk Karakter Spiritual (Studi kasus dalam Ormas Persaudaraan Setia Hati Terate di MTsN 4 Blitar). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 71.  
<https://doi.org/10.31764/jail.v6i1.11146>
- Hakim, L., Fadhli, M., & Mulmustari, M. (2022). Nilai Akhlak Qur'ani dalam Kehidupan Masyarakat. *TAFSE: Journal of Qur'anic Studies*, 7(2), 261.  
<https://doi.org/10.22373/tafse.v7i2.12687>
- Instagram Waroeng BA. (n.d.). Retrieved July 6, 2025, from  
[https://www.instagram.com/waroeng\\_ba/](https://www.instagram.com/waroeng_ba/)
- J.R. Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mardianty, D., Nurjannah, H., Susanti, E., & Agia, L. N. (2021). Pengaruh Gaya Komunikasi Dan Kepemimpinan Islam Terhadap Budaya Organisasi Islam Dalam Persepektif Islam Pada Lingkungan Universitas Islam di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2).  
[https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8843](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8843)
- Mastura, N., Risnawati, R., Za'ba, N., & Sukmawati, S. (2024). Pengaruh Pelaksanaan Kegiatan kulturel terhadap pembentukan akhlak siswa kepada guru. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 5(3), 210–215.  
<https://doi.org/10.54371/ainj.v5i3.470>
- Morissan. (2020). *Komunikasi organisasi* (1st ed.). PRENadaMEdia Group, Divisi Kencana.

- Muhammad, A. (2019). *Komunikasi organisasi* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Mujtaba, M. S. (2023). Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Anggota Zona Tahfidz Universitas Darussalam Gontor Kampus Putri. *Sahafa*, 5(2), 304-312. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/8735>
- Noor Jannah, T., Fitriawardhani, T., & Ekantoro, J. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Cangkruk Vape Shop Sidoarjo. *Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 75–82. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v11i1.1156>
- Okezone. (2025, March 23). Fajar Alfian Minta Maaf, Buntut Komentar Body Shaming Kepada Ibu-ibu Pendemo. <https://sports.okezone.com/read/2025/03/23/40/3125194/fajar-alfian-minta-maaf-buntut-komentar-body-shaming-kepada-ibu-ibu-pendemo>
- Permata, A. Q., Lubis, K., & Ginting, R. (2021). Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik. *KomunikA*, 17(1). <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i1.6805>
- Phalosa, S. A., Julistiara, H., Fadhil, A., & Hayuningasih, F. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi UKM HTQ Dalam Membentuk Karakter Islami Di IAIN Cirebon. *ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media*, 3(01), 1-10. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>

- Pranata, D. (2022). Pengaruh Olahraga dan Model Latihan Fisik Terhadap Kebugaran Jasmani Remaja: Literature review. *Jurnal Pendidikan Olahraga*, 10(2), 107-116.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-kesehatan-olahraga/article/view/45189>
- Rafsanjani, M., & Kurniawati, M. F. (2025). Komunikasi Organisasi dalam Membangun Citra Positif Perusahaan (Studi kasus PT Sebukun Tanjung Coal). *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 107. <https://doi.org/10.31602/jt.v7i1.18517>
- Rahayu, R. P., & Nisa, P. K. (2021). Strategi Komunikasi OIC Youth Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pemuda Muslim melalui Program Kepemimpinan. *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2).  
<https://doi.org/10.15408/interaksi.v1i2.23891>
- Rangga Dwiekie, Sallam, R. A., Nurmuzaffar, K., & Aulia, H. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi di Internal LSO HWFC dalam Menjaga Motivasi Para Kader. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 31–37. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2164>
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). ALFABETA.
- Sugiyono, & Puji, L. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. ALFABETA.

- Suprayitno, D., Ahmad, Tartila, Sa'dianoor, & Aladdin, Y. A. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Komprehensif dan Referensi Wajib Bagi Peneliti*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Syafruddin, M. A., Jährir, A. S., & Yusuf, A. (2022). Peran pendidikan jasmani dan olahraga dalam pembentukan karakter bangsa. *Jurnal Ilmiah STOK Bina Guna Medan*, 10(2), 73-83. <https://doi.org/10.55081/jsbg.v10i2.692>
- Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya* (3rd ed.). Media Nusa Creative.
- Windi Alya Ramadhani, Nurul Aini, Zahara Tulhusni, Wismanto Wismanto, & Safa Fakhlef. (2024). Dampak Perhatian Orang Tua Terhadap Perkembangan Akhlak Anak. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(2), 276–289. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i2.261>
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (1st ed.). Kencana.
- Zain, S. H. W., Wilis, E., & Sari, H. P. (2024). Peran Pendidikan Islam dalam Pembentukan Karakter Masyarakat Berbasis Nilai-Nilai Al-Qur'an dan Hadis. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(4), 199-215. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v2i4.365>