

# AT-TABAYYUN

## Journal Islamic Studies

KOMUNIKASI DALAM PEMIKIRAN RICHARD WEST DAN LYNN H. TURNER UNTUK MENJADIKAN KOMUNIKASI YANG BERETIKA

Muhammad Aminullah

1-16

KOMUNIKASI POLITIK DI ERA MEDIA SOSIAL

Zamri

17-31

PENINGKATAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI MATEMATIS DENGAN PEMBELAJARAN BERBASIS E-LEARNING APLIKASI EDMODO

Samsul Bahri

32-46

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL PIMPINAN-BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL DI LINGKUNGAN KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN ACEH

UTARA

Teuku Erdika Usiandra

47-61

KOMUNIKASI INTERPERSONAL PIMPINAN DAYAH DALAM MEMBANGUN SINERGISITAS

Almuhajir

62-76

# **KOMUNIKASI DALAM PEMIKIRAN RICHARD WEST DAN LYNN H. TURNER UNTUK MENJADIKAN KOMUNIKASI YANG BERETIKA**

Muhammad Aminullah

IAI Al-Aziziyah Samalanga

[aminullahtengku@gmail.com](mailto:aminullahtengku@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini penting untuk memahami makna komunikasi dan membuat definisi komunikasi yang lengkap. Pegangan teori komunikasi dasar mengacu pada studi teori yang dikembangkan oleh Richard West dan Lynn H. Turner, dalam buku *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Studi teoretis ini juga dikaitkan dengan nilai-nilai Islam mereka yang melahirkan definisi komunikasi Islam. Penelitian ini menggunakan analisis isi untuk mendeskripsikan komunikasi definisi Islam. Hasil penelitian ini menemukan bahwa komunikasi adalah ekspresi yang menyampaikan ide seseorang kepada orang lain baik secara verbal maupun nonverbal untuk menjadi informasi baru dalam bentuk perubahan. Komunikasi Islam telah mengatakan al-da`wah. Al-da`wah adalah ajaran Islam yang menyampaikan gagasan kepada orang lain baik secara lisan maupun perbuatan untuk membentuk perilaku atau sifat sesuai dengan perintah dalam Islam. Model komunikasi berupa tindakan, interaksi, dan transformasi. Komunikasi etis sangat penting untuk dipahami karena kesalahan komunikasi akan menimbulkan konflik. Komunikasi dilakukan dengan memiliki nilai-nilai etika yang mengarah pada kejujuran. Etika Komunikasi dalam Islam dituntut untuk jujur dan mengatakannya dengan benar. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang memiliki nilai etika. Komunikasi emosional dapat memengaruhi penerimaan pesan dengan benar. Dalam hal ini. Kita layak berkomunikasi bahwa komunikasi etis adalah komunikasi yang tidak memiliki emosi.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Pemikiran, Etika

## ***Abstract***

*This research is important to understand the meaning of communication and make a complete definition of communication. The handle of basic communication theory refers to the study of theory developed by Richard West and Lynn H. Turner, in the book 'Introducing Communication Theory: Analysis and Application'. This theoretical study is also linked to their Islamic values which gave birth to the definition of Islamic communication. This study uses content analysis to describe communication definition of Islam. The results of this study found that communication is an expression that conveys one's ideas to others both verbally and nonverbally to become new information in the form of change.*

*Islamic communication has said al-da`wah. Al-da`wah is the teachings of Islam that convey ideas to others both verbally and in deeds to shape behavior or traits in accordance with commands in Islam. The communication model is in the form of actions, interactions, and transformation. Ethical communication is very important to understand because communication errors will cause conflict. Communication is carried out by having ethical values that lead to honesty. Communication Ethics in Islam is required to be honest and say it correctly. Good communication is communication that has ethical values. Emotional communication can properly influence message reception. In this case, we deserve to communicate that ethical communication is communication that has no emotions.*

**Keywords:** *Communication, Thought, Ethics*

## **A. Pendahuluan**

Komunikasi merupakan suatu sifat yang tidak bisa dipisahkan bagi manusia sebagai makhluk sosial, secara kodratnya saling membutuhkan antara satu dengan lainnya. Komunikasi ada sejak adanya manusia itu sendiri. Komunikasi merupakan hakikat dari kehidupan manusia. Sejak manusia masih dalam kandungan ibunya, bayi tersebut sudah mulai berkomunikasi. Setelah ia lahir manusia mulai berkomunikasi dengan lingkungannya terutama dengan ibunya. Menagisnya seorang bayi menandakan ia sebagai manusia yang dilahirkan untuk berkomunikasi dengan lingkungannya.

Secara dasar melihat dari fenomena, awalnya terjadi komunikasi dimulai dari Adam dan hawa. Setelah Adam dan hawa dipisahkan dari Syurga ke bumi, maka kedua mereka berkeinginan kembali lagi seperti di dalam syurga. Dan akhirnya ke dua insan tersebut bertemu, sehingga mereka bercengkrama, berdialog dan sampai insan pertama dan kedua tersebut beranak pinak. Setelah mereka beranak pinak, dan melahirkan banyak suku bangsa di dunia ini. Suku bangsa tersebut berkembang pesat dengan peradaban dan kebudayaannya masing. Peradaban besar seperti Timur Tengah, Mesir Persia, India Cina dan lainnya. Bangsa-bangsa tersebut pada awalnya mereka menciptakan lambang-lambang komunikasi yang dituliskan pada dinding tempat suci mereka sebagai tanda menyampaikan pesan kepada umatnya.

Komunikasi antar manusia pun semakin meningkat terutama tentang

bagaimana menyampaikan informasi kepada manusia lainnya agar masyarakat tahu yang selanjutnya juga disebarluaskan kepada khalayak sekitarnya. Dalam meningkatkan kreativitas berpikir manusia, orang Cina sebagai salah satu bangsa ber peradaban tertua menemukan kertas oleh Ts'ai Lun tahun 105. Pada saat tersebut orang Cina sudah mulai mencetak naskah klasik atau tulisan-tulisan dari kulit domba. Setelah Islam lahir para pendakwah atau Dai menyebarkan Islam ke seluruh pelosok dunia salah satunya ke Cina. Setelah datang Islam ke Cina maka orang terlatih di Cina masuk Islam dan dibawa ke tempat-tempat orang Islam ke Balkan Timur Tengah sampai ke Eropa. Perkembangan selanjutnya setelah ditemukan mesin cetak di Jerman ilmu komunikasi berkembang pesat yang selanjutnya berkembang di Amerika Serikat.

Setelah tahun 1960 Ilmu komunikasi terus dikaji hampir semua universitas di di dunia. Konsep dan teori komunikasi pada awalnya dipengaruhi oleh konsep psikologi. Dalam hal ini satu sebagai pengirim satu sebagai penerima. Konsep ini menganggap komunikasi sebagai orang yang pasif menerima pesan atau diterpa pesan. Akan tetapi saat ini komunikasi berkembang pesat dengan berbagai definisi dan makna. Saat ini ilmu komunikasi diartikan dengan berbagi makna, berbagi rasa, saling menghargai, saling menyayangi dan akhirnya saling mencintai. Dengan berkembangnya ilmu komunikasi ini menjadi tanggung jawab besar bagi intelektual Islam dalam menyeimbangi perkembangan informasi. dalam hal ini informasi Islam harus juga berkembang dengan memanfaatkan media komunikasi yang ada. Sebagaimana kita ketahui Fakultas Dakwah ataupun komunikasi Islam lahir, hal ini disebabkan ketinggalan umat islam dari kemiskinan, kebodohan dan ketertinggalan dalam segala bidang, maka jawabanya adalah adanya satu lembaga yang mengkaji, meneliti, dan menginformasikan informasi yang benar kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan adalah ajakan dan seruan kepada jalan Allah. Menyeru kepada makruf dan mencegah mungkar adalah landasan hukum berdakwah sebagaimana diperintahkan dalam Al-Qur`an surat Ali Imran ayat 104.

Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan diatas, maka penulis akan mengkaji kembali tentang perkembangan teori-teori komunikasi dapat dijadikan landasan ataupun perbandingan untuk mengembangkan teori-teori komunikasi

Islam. Adapun konsep dasar kajian teori komunikasi yang dibangun, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Richard West dan Lynn H. Turner dalam buku *Introducing Communication Theory Analysis and Application*.

## **B. Komunikasi Islam**

Komunikasi terjadi ketika adanya interaksi. Istilah komunikasi ataupun dalam bahasa Inggris disebut “*communication*” secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Sedangkan komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>1</sup>

Adapun untuk menjelaskan definisi komunikasi secara kongkrit sangat sukar dijelaskan, hal ini disebabkan berbagai sudut pandang ketika dimaknai komunikasi. Komunikasi dapat didefinisikan secara multi tafsir dan berkaitan dalam konteks apa dimaknai komunikasi tersebut. Richard West dan Lynn H. Turner, mendefinisikan komunikasi yaitu proses social dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Komunikasi ini dilakukan baik melalui tatap muka maupun dengan menggunakan media,<sup>2</sup> Selain demikian definisi komunikasi tergantung dalam perspektif apa dimaknakan. Richard West dan Lynn H. Turner untuk mendefinisikan komunikasi membagikan beberapa perspektif yaitu social, proses, symbol, makna dan lingkungan.

Jika komunikasi didefinisikan penyampaian informasi atau pun makna kepada lingkungan, maka dalam Islam proses ini disebut dengan *da`wah*. Makna *da`wah* sebagaimana didefinisikan oleh `Abdu al-Karīm yaitu seruan untuk beriman kepada Allah dengan sesuatu yang datang dari Allah dan Rasulullah atas

---

<sup>1</sup>Ruben, Brent D dan Stewart, Lea P, 2005, *Communication and Human Behaviour*, (USA: Pearson/Allyn and Bacon), h. 12.

<sup>2</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 5.

kebenarannya dan melakukan segala perintahnya. Adapun kalimat *da`wah* khusus digunakan untuk seruan dalam Islam, kalimat ini tidak digunakan pada agama lain.<sup>3</sup>

### C. Model Komunikasi Aksi, Interaksi dan Transaksi

Para pakar ilmu komunikasi membuat model-model komunikasi untuk memudahkan memahami makna komunikasi ketika diaplikasikan dalam lingkungan untuk menciptakan hubungan yang komplis. Dari berbagai macam model komunikasi yang telah berkembang, dalam pembahasan ini penulis hanya menjelaskan tiga model yang mendasar, namun tiga model ini mencakupi semua model-model komunikasi yang berkembang. Adapun ketiga model tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

#### 1. Komunikasi Sebagai Aksi: Model Linier

Komunikasi model ini merupakan komunikasi yang berasumsi bahwa pesan dikirimkan oleh suatu sumber melalui penerima melalui saluran. Sumber tersebut bisa berupa asal ataupun pengirim pesan. Sedangkan pesan yang dikirim dapat berupa kata-kata, suara, tindakan, atau gerak-gerik dalam sebuah interaksi. Richard West dan Lynn H. Turner, menyebutkan pendekatan pada komunikasi ini terdiri atas beberapa elemen kunci yaitu sumber pesan, pesan yang dikirim dan penerima pesan. Penerima pesan merupakan orang yang akan mengartikan pesan sebagaimana yang diterimanya. Semua komunikasi ini terjadi dalam sebuah saluran, yang merupakan jalan untuk berkomunikasi. Saluran biasanya berhubungan langsung dengan indera penglihatan, perasa, penciuman dan pendengaran.<sup>4</sup> Dalam konsep lain saluran ini dinamakan media.

Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss menjelaskan komunikasi sebagai aksi merupakan kekuatan memengaruhi komunikan dengan memenuhi sebuah niat yang dikehendaki oleh komunikator. Dalam memenuhi niat terdapat lima model aksi yaitu: pertama, aksi penyebutan ketegasan, bermakna pembicara untuk

---

<sup>3</sup> `Abdu al-Karīm bin `Ausha al-Banīnī al-Salamī, 2009, *al-Sa`ādah wa al-Ĥaiyāh*, (Makkah al-Mukarramah: Rabithah al-`Ālimu al-Islam), h. 160

<sup>4</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 11

menyokong kebenaran dari sebuah permasalahan. Kedua, aksi arahan, bermakna aksi berkehendak supaya pendengar melakukan sesuatu perintah. Ketiga, aksi keterikatan, yang bermakna mengikat pembicara pada tindakan selanjutnya seperti janji, sumpah, ikrar dan kontrak. Keempat, aksi pernyataan, yang bermakna menyampaikan beberapa aspek psikologis dari kondisi pembicara seperti mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat dan meminta maaf. Dan kelima, aksi deklarasi, bermakna aksi dirancang untuk menciptakan sebuah proposisi yang pembuatnya sangat menuntut seperti pernikahan, pensiunan dan pemecatan.<sup>5</sup>

Dalam Islam, komunikasi model aksi ini merupakan model komunikasi yang dilakukan oleh *muballiğ* ataupun penceramah dalam menyampaikan pidatonya diatas pentas. Adapun *tabligh* secara satu arah dalam islam biasanya disebut khutbah. Khutbah merupakan sarana istimewa dalam dakwah untuk menyampaikan pesan dan menerangkan fikrah tertentu. Model ini komunikator menyampaikan pesan sesuai dengan niat atau kehendaknya kepada komunikan. Sedangkan komunikan hanya mendengar dan menerima apun yang dikatakan oleh *muballigh*.<sup>6</sup>

Dari pembahasan ini dapat dipahami bahwa komunikasi model aksi ini merupakan komunikasi dilakukan satu arah. Komunikasi ini dilakukan oleh penyampai pesan atau komunikator kepada penerima pesan atau komunikan dalam bentuk menerima saja tidak melakukan dialog. Model komunikasi ini dalam islam disebut dengan model khutbah.

## 2. Komunikasi Sebagai Interaksi: Model Interaksional

Komunikasi Interaksi adalah proses dimana setiap individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka dengan adanya pertukaran informasi. Richard West dan Lynn H. Turner, menjelaskan bahwa model komunikasi interaksional, yang menekankan pada proses dua arah antara komunikator dengan komunikan, bahwa komunikasi model ini selalu berlangsung. Pandangan interaksional ini

---

<sup>5</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2011, *Theories of Human Communication*, ed. 10, (USA: Waveland Press), h. 132

<sup>6</sup> Taufik al-Wa`iy, *al-Da`wah ila Allah*, (Mesir: Dar al-Yaqin, tt), h. 341

mengilustrasikan bahwa seseorang dapat menjadi baik pengirim maupun penerima dalam sebuah interaksi, tetapi tidak dapat menjadi keduanya sekaligus.<sup>7</sup> Dalam pola ini dapat dipahami bahwa apabila ada dua orang sedang melakukan komunikasi maka jika yang pertama sebagai sumber pesan maka orang yang kedua sebagai penerima, begitu juga sebaliknya. Adapun satu elemen yang penting bagimodel komunikasi interaksional adalah umpan balik (*feedback*). Umpan balik pada pesan dapat berupa pesan verbal maupun nonverbal, dilakukan dengan sengaja maupun tidak disengaja. Umpan balik juga bermanfaat untuk membantu komunikator mengetahui pesannya telah tersampaikan atau tidak dan sejauh mana pencapaian makna terjadi.

Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, menjelaskan model komunikasi ini disebut interaksional simbolis. Interaksional simbolis merupakan sebuah pergerakan dalam sosiologi berfokus pada cara-cara manusia membentuk makna dan susunan dalam masyarakat melalui percakapan. Berbagi informasi sangat penting dilakukan dalam masyarakat social. Jika tidak saling membagikan informasi akan menjadi masalah dalam berkomunikasi sehingga menyebabkan permasalahan dalam pengendalian diri dan pengambilan keputusan.<sup>8</sup>

Komunikasi model interaksional ini dalam Islam ada disebutkan dalam metode dakwah *mujadalah*. *Mujadalah* disini diartikan dengan dialog yang bermaksud upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang menjadi permusuhan diantara keduanya. Adapun dialog juga termasuk diskusi memiliki kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan syarat yang harus diikuti supaya tidak berubah menjadi pertandingan yang keluar dari jalur untuk mencari kebenaran informasi. upaya yang harus dijaga dalam metode *mujadalah* seperti sifat ego, saling mencaci, menghujat, dan lain sebagainya yang menyebabkan menjadi permusuhan.<sup>9</sup>

Model interaksional ini ada yang mengkritisi pada proses umpan balik

---

<sup>7</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 12

<sup>8</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2011, *Theories of Human Communication*, ed. 10, (USA: Waveland Press), h. 313

<sup>9</sup> Taufik al-Wa`iy, *al-Da`wah ila Allah*, (Mesir: Dar al-Yaqin, tt), h. 348

yaitu saat satu orang bertindak sebagai pengirim pesan dan orang lainnya sebagai penerima pesan. Masalahnya pesan nonverbal bisa terjadi dalam waktu bersamaan, sedangkan interaksional berasumsi bahwa dua orang berbicara dan mendengarkan tidak dalam waktu bersamaan. Maka untuk menjawab kritikan ini menjadi dorongan untuk munculnya model komunikasi yang ketiga yaitu model transaksional.

### 3. Komunikasi Sebagai Transaksi: Model Transaksional

Komunikasi bersifat transaksional berarti mengatakan bahwa proses tersebut kooperatif yakni pengirim dan penerima pesan sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektifitas komunikasi yang terjadi. Sebagaimana dipahami bahwa dalam model komunikasi linier, makna dikirim dari satu orang kepada orang lain. Dalam model komunikasi interaksional, makna dicapai melalui umpan balik dari pengirim dan penerima. Sedangkan dalam model komunikasi transaksional, orang pengirim pesan dan penerima pesan membangun kesamaan makna. Richard West dan Lynn H. Turner, menyebutkan model komunikasi transaksional merupakan menyatukan kesamaan pandangan komunikasi pada pengiriman dan penerimaan pesan.<sup>10</sup>

Model transaksional menuntut pemahaman untuk menyadari pengaruh satu pesan terhadap pesan lainnya. Satu pesan dibangun dari pesan lainnya, dengan demikian ada saling ketergantungan antara masing-masing komponen komunikasi. Perubahan satu komponen akan merubah komponen lainnya. Model transaksional juga berasumsi bahwa saat kita secara terus menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal maupun nonverbal dari pesan tersebut. Disini membuktikan para komunikator menegosiasikan makna.

Adapun model transaksional ini yang bermakna menyatukan kesamaan persepsi dan sama-sama bertanggung jawab dalam saling menukar penyampaian pesan, dalam islam disebut dakwah dengan metode musyawarah. Musyawarah dalam Islam adalah interaksi antara dua orang atau lebih untuk memutuskan

---

<sup>10</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 13

masalah secara bersama-sama dan saling bertanggung jawab serta sesuai dengan yang diperintahkan Allah. Menurut pendapat al-Syaikh Ibrāhīm bin Isma`īl, musyawarah sangat penting dilakukan untuk memutuskan segala urusan, karena dengan adanya musyawarah akan mengarahkan kita kepada kesatuan dalam menjalankan tugas. Bahkan ini menyebutkan orang yang sempurna hidup adalah orang yang selalu bermusyawarah dalam hidupnya.<sup>11</sup>

Dari pembahasan ini dapat dipahami bahwa model transaksional ini dalam definisi konsep komunikasi secara umum merupakan interaksi yang dilakukan oleh dua orang ataupun lebih secara timbal balik serta saling menukarkan ide untuk mencari satu titik pandang yang sama dan saling bertanggung jawab terhadap aplikasi dari hasil kesepakatan tersebut. Adapun dalam konsep dakwah, model transaksional ini disebut dengan musyawarah dengan tujuan menyamakan satu persepsi dalam menyelesaikan masalah serta saling bertanggung jawab. Seperti perjanjian Hudaibiyah dan piagam madinah yang pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW.

#### **D. Tantangan dalam Komunikasi**

Sering dipahami banyak asumsi yang menyatakan bahwa komunikasi yang baik dan bijak dapat menyelesaikan masalah dengan baik dan bijak pula. Bahkan ada yang menyatakan komunikasi adalah ramuan ajaib yang dapat menyembuhkan segala permasalahan dalam kehidupan. Disisi lain sering dilupakan bahwa komunikasi untuk memahami apa yang dikomunikasikan oleh komunikator tidak 100% dipahami oleh komunikan sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator. Dalam hal ini menjadi tantangan besar dalam komunikasi. Tantangan ini akan menyebabkan mis-komunikasi dan kegagalan komunikasi, sehingga menimbulkan masalah yang lebih besar dari sebelumnya. Tantangan komunikasi banyak disebut oleh pakar yaitu “sisi gelap” komunikasi.

Richard West dan Lynn H. Turner, menjelaskan komunikasi memiliki sisi gelap berarti komunikasi juga memiliki komponen negatif. Komunikasi negatif

---

<sup>11</sup> Al-Syaikh Ibrāhīm bin Isma`īl, *Ta`līm al-Muta`allim*, 2006, (Surabaya: Al-Haramain Jaya), h. 14

dapat berupa beberapa hal seperti sarkasme, manipulasi, sarangan verbal dan penghinaan. Pentingnya pembahasan tentang tantangan komunikasi disini, supaya komunikator mempunyai sifat kehati-hatian dalam menerima informasi dari komunikator. Karena orang yang menjadi komunikator tidak semuanya dapat bersikap rasional dan berfikir jernih.<sup>12</sup> Hal ini dapat dipahami bukan untuk menghilangkan rasa percaya terhadap komunikator, tetapi komunikator harus mempunyai sikap kehati-hatian dalam berkomunikasi.

Menurut Al-Syaikh Isma`il al-Ḥāmidī menjelaskan bahwa setiap pesan yang dikomunikasikan harus mempunyai kriteria sebuah pesan. Pesan dalam konsep ini disebut *al-kalam*. Adapun setiap *al-kalam* yang dikomunikasikan harus mempunyai perencanaan terhadap apa yang perlu disampaikan, kemudian pesan harus mempunyai makna dan tujuan yang jelas.<sup>13</sup> Pesan yang sesuai dengan kriteria tersebut mempunyai makna dan berpengaruh kepada komunikan. Hal ini disebabkan pesan yang diterima oleh komunikan sangat jelas, karena dalam pesan tersebut mempunyai tujuan yang perlu dipahami oleh komunikan ketika pesan tersebut diaplikasikannya.

#### **E. Etika dan Komunikasi**

Etika merupakan penilaian terhadap benar atau salahnya sebuah tindakan atau perilaku. Richard West dan Lynn H. Turner, menyebutkan etika adalah suatu tipe pembuatan keputusan yang bersifat moral dan menentukan apa yang benar atau salah yang dipengaruhi oleh peraturan dan hukum yang ada dalam masyarakat. Adapun pentingnya mempelajari etika yaitu manusia tidak dapat menghindari prinsip-prinsip etis dalam kehidupannya, pantas etika melampaui segala cara kehidupan dan melampaui gender, ras, kelas sosial, identitas seksual, agama dan kepercayaan. Etika harus menjadi batu penjurur dari peradaban manapun dimana nilai-nilai seperti kebenaran, kejujuran dan integritas ingin

---

<sup>12</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 16

<sup>13</sup> Al-Syaikh Isma`il al-Ḥāmidī, *Syarah al-`Allamah al-Syaikh Ḥasan al-Kafrāwī `Ala Matan al-Jarūmiyyah*, (Surabaya: Al-Haramain Jaya, tt), h. 7

dipertahankan.<sup>14</sup>

Dari sudut pandang komunikasi, isu-isu mengenai etika muncul ke permukaan pada setiap kali pesan-pesan memiliki kemungkinan untuk memengaruhi orang lain. Untuk meneruskan diskusi mengenai etika dengan mengidentifikasi beberapa institusi yang standar dan etikanya telah menjadi topik perbincangan yang banyak ataupun tidak terasing lagi dalam kehidupan. Adapun institusi tersebut sebagaimana yang dijelaskan berikut ini.

#### 1. Bisnis dan Industri

Richard West dan Lynn H. Turner, menyebutkan bahwa etika dalam bisnis atau industry terdapat pada perusahaan-perusahaan yang berusaha menyembunyikan pengeluaran seperti pembukuan palsu ataupun manipulasi faktur. Factor ini menyebabkan perusahaan menjadi rugi. Selama ini banyak ditemukan skandal perusahaan telah menjadi hal biasa, namun sekarang banyak juga perusahaan yang mulai membenah diri dalam masalah tersebut.<sup>15</sup>

Adapun etika komunikasi bisnis dalam Islam adalah sangat dilarang melakukan transaksi yang bersifat *al-qhurur*. Adapun pengertian *al-qhurur* menurut Ḥāfīzh Ḥasan al-Mas`ūdī yaitu senangnya seseorang kepada orang lain jika mengikuti atau menerima sesuatu yang sesuai dengan keinginan hawa nafsunya seseorang.<sup>16</sup> Adapun sifat ini biasanya terjadi dalam permasalahan penipuan pada jual beli, yang disebut dengan *al-bai` al-qhurur*. *al-Bai` al-qhurur* merupakan transaksi jual beli yang tersembunyi. Maksud tersembunyi disini yaitu tidak dinampakkan apakah ada rusak ataupun tidak pada sesuatu barang yang diperdagangkan. Boleh disebut juga kejujuran si penjual tidak terbukti, yakni sipenjual hanya menjelaskan sisi positif pada barang tersebut dan tidak menjelaskan sisi negatifnya.<sup>17</sup> Selain demikian kejujuran sebagai etika dalam bisnis ini juga sangat berperan pada media, pada cara mengiklankannya.

---

<sup>14</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 17

<sup>15</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 18

<sup>16</sup> Ḥāfīzh Ḥasan al-Mas`ūdī, *Taisir al-Khallāq fi `Ilm al-Akhlāq*, (Medan: Sumber Ilmu, tt), h. 24

<sup>17</sup> Al-Imam Abi Ḥāmid Muḥammad bin Muḥammad al-Ghāzalī, *Ihyā `Ulūm al-Dīn*, jild. 3, (Semarang: Maktabah Karya Toha Putra, tt), h. 369.

Umumnya media berlomba-lomba membuat tayangan yang kreatif dan menarik perhatian konsumen. Etika disini sangat nampak, bahwa semua iklan selalu mempublikasikan sisi baik dan tidak pernah iklan yang mempromosikan sisi negatifnya.

## 2. Agama

Richard West dan Lynn H. Turner, menyebutkan etika dalam agama merupakan semua agama menyakini bahwa agama yang dinyakini dirinya dibangun atas dasar prinsip hidup sesuai dengan hukum Tuhan dan member yang baik baik sesama. Mengikuti agama juga akan menimbulkan kesulitan etis bagi orang-orang yang tidak tergabung dalam agama yang terorganisasi untuk dapat memenuhi beberapa hal dalam filsafat atau orientasinya, seperti orang yang mendukung nikah sesama jenis akan bertentangan dengan hukum agama, karena sebagian besar agama melarangnya.<sup>18</sup>

Menurut al-Syaikh Dāwūd bin `Abdullah menjelaskan bahwa seseorang dalam menyampaikan pesan harus bersifat *al-Siqah*. *al-Siqah* merupakan sebuah sikap yang sesuai kelakuan seseorang dengan apa yang dikatakannya. Sifat ini merupakan sifat kejujuran pada komunikator dalam etika berkomunikasi harus mempunyai sifat *al-siqah*. Jika seorang komunikator tidak sesuai kelakuannya dengan pesan yang dikomunikasikannya, maka komunikator tersebut dalam Islam disebut dengan *munafiq*.<sup>19</sup>

## 3. Dunia Hiburan

Dunia hiburan juga selalu menjadi perbincangan berkaitan dengan etika dan komunikasi. Richard West dan Lynn H. Turner, memberi contoh pada Hollywood. Ada tiga hal yang ditonjolkan pada Hollywood tentang etika, salah satu argument yaitu jika Hollywood memiliki tanggung jawab untuk menunjukkan sisi moral dari masyarakat yang tidak bermoral, maka film harus membantu orang untuk melepaskan diri dari realitas yang sulit. Kedua Hollywood harus memproduksi film yang tidak menonjolkan kekerasan dan seks, ternyata

---

<sup>18</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 19

<sup>19</sup> Al-Syaikh Dāwūd bin `Abdullah, *Minhāj al-`Ābidīn Ilā Jannati Rabbi al-`Ālamīn*, (Semarang: Maktabah Sumber Keluarga, tt), h. 70

kecenderungan untuk melakukan tindakan kekerasan di kalangan pemuda. Ketiga Hollywood adalah bisnis pertunjukan, namun kenyataannya menghasilkan uang adalah yang terpenting. Hollywood banyak berada pada perdebatan etika mengenai komunikasi.<sup>20</sup>

Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, menjelaskan etika hiburan ini berkaitan langsung dengan media. Adapun etika hiburan pada media ini terlihat pada *hegemonic theory* (teori hegemonis). Teori ini merupakan dominasi ideology palsu atau cara pikir terhadap kondisi sebenarnya. Ideology ini tidak disebabkan oleh system saja, tetapi ditanamkan secara mendalam pada semua kegiatan masyarakat. Jadi ideology media hiburan tidak dipaksakan oleh salah satu kelompok kepada yang lain, tetapi bersifat persuasive dan tidak sadar.<sup>21</sup>

#### 4. Pendidikan Berkelanjutan

Etika komunikasi pada pendidikan berkelanjutan, Richard West dan Lynn H. Turner, menjelaskan sebagaimana yang biasanya terjadi pada perguruan tinggi. Isu-isu yang menarik tentang etika komunikasi pada lembaga tersebut seperti menutupi masalah terjadi kejahatan dikampus yang dapat mempengaruhi citra kampus, hal ini disebabkan takut akan adanya publisitas negative dari luar, sehingga pihak kampus menyembunyikannya. Sedangkan jika mengenai peningkatan pendaftaran mahasiswa baru yang setiap tahun selalu meningkat, pihak kampus selalu member laporan kepada pihak lain.<sup>22</sup>

Berbagai pembahasan tentang etika yang telah dijelaskan diatas, Richard West dan Lynn H. Turner, menyebutkan hubungan komunikasi dengan etika sangat pelik dan rumit karena membutuhkan tanggung jawab. Seperti berasumsi bahwa pemimpin politik akan mengatakan yang sebenarnya, begitu juga pemimpin agama menuntun kita untuk mengikuti contoh-contoh yang disampaikan. Tetapi kita tahu bahwa tidak semua pejabat yang terpilih adalah orang jujur begitu juga tidak semua pemimpin agama dapat member contoh yang

---

<sup>20</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 19

<sup>21</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. 2011, Foss, *Theories of Human Communication*, ed. 10, (USA: Waveland Press), h. 418

<sup>22</sup> Richard West, Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, (New York: McGraw-Hill), h. 20

baik. Etika dan komunikasi sebenarnya perlu dipahami dan dilakukan dengan benar untuk terjaga dalam kehidupan bermasyarakat. Selain demikian perlu dipahami bahwa apabila sebuah teori agak sulit dipahami pada awalnya, jangan terburu-buru menyelesaikan membacanya. Galilah lebih dalam dengan membaca penjelasan yang ada sekali lagi untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas akan maksud dari sipencetus teori. Berbicara tentang etika komunikasi, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi yang beretika adalah komunikasi yang tidak mengandung unsur emosi.

#### **F. Analisa Penulis**

Memahami komunikasi merupakan satu hal yang rumit. Hal ini terbukti pada masalah pendiskripsian makna komunikasi. Namun dalam hal ini penulis memahami dari pemikiran Richard West, Lynn H. Turner dalam buku *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, diterbitkan di New York: McGraw-Hill, 2007, dan berbagai definisi tentang komunikasi, maka komunikasi merupakan menyampaikan ungkapan ide seseorang kepada orang lain baik secara verbal maupun nonverbal untuk dijadikan informasi yang baru dalam membentuk perubahan. Adapun jika komunikasi dikaitkan dengan Islam biasanya disebut dengan komunikasi islam, sedangkan menurut asumsi penulis komunikasi islam lebih cocok disebut dengan kata *al-da`wah*. Adapun makna *al-da`wah* dalam konsep ini merupakan menyampaikan ide ajaran Islam kepada orang lain baik secara perkataan maupun perbuatan untuk membentuk perilaku atau sifat sesuai dengan perintah dalam ajaran Islam.

Tantangan ataupun hambatan terbesar dalam komunikasi terdapat pada ketidakmampuan komunikan dalam memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator sendiri. Tidak mempunya komunikan dalam memahami pesan yang diterima dari komunikator, hal ini menyebabkan terjadinya *miscommunication* dan gagal komunikasi. Kesalahan memahami pesan ataupun gagal komunikasi akan mengakibatkan berpotensi menjadi konflik. Disini sangat pantas disebutkan penyebab terjadinya konflik karena tidak mampu memahami perbedaan dalam persamaan.

Etika komunikasi sebenarnya mudah untuk dipahami. Berdasarkan pemaparan diatas tentang beberapa fenomena yang berkaitan dengan etika komunikasi yang biasanya terjadi baik dalam bidang bisnis, dunia hiburan maupun dalam dunia pendidikan bahkan pada agama sekalipun. Dalam hal ini dapat dipahami etika komunikasi terletak pada kejujuran komunikator dalam menyampaikan pesan. Selain demikian menurut asumsi penulis dapat dikatakan bahwa komunikasi pada seseorang akan menampakkan taraf ilmu pada seseorang tersebut.

Memahami komunikasi sangat penting dalam kehidupan social. Orang yang mampu memahami komunikasi dengan baik akan mampu memahami dan menyelesaikan masalah dengan baik. Komunikasi yang baik merupakan komunikasi yang bersifat singkat, jelas dan logis. Adapun orang yang mampu berkomunikasi dengan sifat ini disebut orang bijak. Orang bijak dalam Islam disebutkan dengan nama *ahl al-Hikmah*.

## **G. Penutup**

Komunikasi merupakan menyampaikan ungkapan ide seseorang kepada orang lain baik secara verbal maupun nonverbal untuk dijadikan informasi yang baru dalam membentuk perubahan. Komunikasi juga untuk mempengaruhi komunikan yang sesuai dengan ide komunikator. Komunikasi Islam lebih cocok disebut dengan kata *al-da`wah*. *Al-da`wah* merupakan menyampaikan ide ajaran Islam kepada orang lain baik secara perkataan maupun perbuatan untuk membentuk perilaku atau sifat sesuai dengan perintah dalam ajaran Islam.

Kesalahan berkomunikasi akan menimbulkan konflik. Kehati-hatian berkomunikasi sangat penting. Komunikasi dilakukan dengan mempunyai nilai etika yang mengarahkan kepada kejujuran. Etika komunikasi dalam islam diwajibkan bersifat jujur dan berkata dengan benar. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang mempunyai nilai etika. Emosional dalam berkomunikasi dapat mempengaruhi pada penerimaan pesan dengan benar. Dapat dijadikan pegangan bagi kita yang berkomunikasi bahwa. Komunikasi yang beretika adalah komunikasi yang tidak mempunyai emosi.

## Daftar Pustaka

- `Abdullah, Al-Syaikh Dāwūd, *Minhāj al-`Ābidīn Ilā Jannati Rabbi al-`Ālamīn*, Semarang: Maktabah Sumber Keluarga, tt.
- al-Ghāzalī, al-Imam Abi Ḥāmid Muḥammad bin Muḥammad, *Iḥyā `Ulūm al-Dīn*, jild. 3, Semarang: Maktabah Karya Toha Putra, tt.
- Al-Ḥāmidī, Al-Syaikh Isma`īl, *Syarah al-`Allamah al-Syaikh Ḥasan al-Kafrāwī `Ala Matan al-Jarūmiyyah*, Surabaya: Al-Haramain Jaya, tt.
- Al-Mas`ūdī, Ḥāfizh Ḥasan, *Taisīr al-Khallāq fī `Ilm al-Akhlāq*, Medan: Sumber Ilmu, tt.
- Al-Salamī, `Abdu al-Karīm bin `Ausha al-Banīnī, 2009. *al-Sa`ādah wa al-Ḥaiyāh*, Makkah al-Mukarramah: Rabithah al-`Ālimu al-Islam.
- Al-Wa`iy, Taufik, *al-Da`wah ila Allah*, Mesir: Dar al-Yaqin, tt.
- Isma`īl, Al-Syaikh Ibrāhīm. 2006. *Ta`līm al-Muta`allim*, Surabaya: Al-Haramain Jaya.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. 2011. Foss, *Theories of Human Communication*, ed. 10, USA: Waveland Press.
- Muhammad Aminullah, *Formula Alamin: Alamtologi Communication*, Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 1 No. 4, December 2018, ([www.bircu-journal.com/index.php/birci](http://www.bircu-journal.com/index.php/birci)).
- Muhammad Aminullah, *Theory of Alamin: A Formation of Universal Communication Formula*, Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 1 No. 2, June 2018, ([www.bircujournal.com/index.php/birci](http://www.bircujournal.com/index.php/birci) )
- Ruben, Brent D dan Stewart, Lea P, 2005. *Communication and Human Behaviour*, USA: Pearson/Alyn and Bacon.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, 2007. *Introducing Communication Theory: Analisis and Application*, ed. 3, New York: McGraw-Hill.

## KOMUNIKASI POLITIK DI ERA MEDIA SOSIAL

Zamri  
IAIN Lhokseumawe  
Email: [zamrikpi@gmail.com](mailto:zamrikpi@gmail.com)

### Abstrak

Komunikasi menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia, terutama dalam membangun interaksi antar sesamanya. Begitu juga dalam realitas kehidupan politik. Komunikasi politik merupakan suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik, Komunikasi politik dapat diartikan juga sebagai proses penyampaian pendapat, sikap dan tingkah laku orang, lembaga, atau kekuatan politik, dalam rangka mempengaruhi pengambilan keputusan politik. Pada prinsipnya, komunikasi politik merupakan komunikasi yang mengacu pada kegiatan politik, Media sosial berbeda dengan media massa karena sifatnya yang interaktif, “media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*)”. Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi

**Kata Kunci:** Komunikasi Politik, Media Sosial

### *Abstract*

*Communication becomes a very important part in human life, especially in building interactions between each other. Likewise in the reality of political life. Political communication is a process of communication that has implications or consequences for political activity. Political communication can also be interpreted as a process of conveying opinions, attitudes, and behavior of people, institutions, or political power in influencing political decision making. In principle, political communication is communication that refers to political activities. Social media is different from mass media because of its interactive nature. Social media is media that facilitates cooperation between users that produce content (user generated content). Social media and social software is a tool to improve the ability of users to share, to co-operate between users and collective action actors who are all outside the institutional or organizational framework.*

**Keywords:** *Political Communication, Social Media*

## **A. Pendahuluan**

Mendefinisikan komunikasi politik memang tidak cukup hanya dengan menggabungkan dua definisi, “komunikasi” dan “politik”. Ia memiliki konsep tersendiri, meskipun secara sederhana merupakan gabungan dari dua konsep tersebut. Komunikasi dan politik dalam wacana ilmu pengetahuan manusia merupakan dua wilayah pencarian yang masing-masing dapat dikatakan relatif berdiri sendiri. Namun keduanya memiliki kesamaan-kesamaan sebab memiliki objek material yang sama yaitu manusia. Kesamaan objek material ini membuat kedua disiplin ilmu itu tidak dapat menghindari adanya pertemuan bidang kajian. Hal ini disebabkan karena masing-masing memiliki sifat interdisipliner, yakni sifat yang memungkinkan setiap disiplin ilmu membuka isolasinya dan mengembangkan kajian kontekstualnya. Komunikasi mengembangkan bidang kajiannya yang beririsan dengan disiplin ilmu lain, seperti sosiologi dan psikologi, dan hal yang sama berlaku pula pada ilmu politik. Komunikasi politik secara keseluruhan tidak bisa dipahami tanpa menghubungkannya dengan dimensi-dimensi politik serta dengan segala aspek dan problematikanya. Kesulitan dalam mendefinisikan komunikasi politik terutama dipengaruhi oleh keragaman sudut pandang terhadap kompleksitas realitas sehari-hari. Kalaupun komunikasi dipahami secara sederhana sebagai proses penyampaian pesan”, tetap saja akan muncul pertanyaan, apakah dengan demikian komunikasi politik berarti “proses penyampaian pesan-pesan politik.”

Dari banya pemahaman para pakar yang ada, maka pemakalah menyimpulkan bahwa Komunikasi politik merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi lainnya seperti fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen. Oleh karena itu, komunikasi politik sangat berkaitan erat dengan system politik. Merujuk pada fungsi-fungsi komunikasi politik yang dijadikan sebagai indikator dari pelaksanaan kegiatan politik itu sendiri, maka secara pemakalah menilai bahwa upaya-upaya komunikasi politik sendiri bertujuan untuk membangun Citra Politik, membangun dan membina Pendapat umum, dan mendorong partisipasi

Politik.<sup>1</sup>(Anwar Arifin, 2006 ; 11). Upaya-upaya ini dari masa ke masa mengalami transformasi dari berbagai aspek. Mulai dari pola penyusunan pesan, pola pencapaian hingga pada pola pemanfaatan media.. Pola-pola ini memiliki konsep dan desain yang khusus guna mencapai target dan sasaran berupa perubahan perilaku.

Untuk itu dalam tulisan ini menganalisis bagaimana bentuk perubahan perilaku yang terjadi dalam masyarakat mulai dari era tradisional hingga ke era media sosial.

## **B. Pembahasan**

### **1. Era Pra Media Sosial**

Pada era Orde Baru sebenarnya pemanfaatan media massa oleh rezim yang berkuasa juga telah dilakukan. Media massa diintervensi dan diintimidasi agar beroperasi sesuai dengan arahan dan petunjuk dari pemerintah. Propaganda-propaganda yang diluncurkan wajib disebarluaskan oleh media yang ada tanpa berkuasa untuk melakukan penolakan. Pada masa ini, Televisi, radio dan Surat kabar menjadi media massa yang terkemuka. Berbagai slogan mengenai pencitraan memuat berbagai tempat atau slot yang ada di media massa tersebut. Kepentingan-kepentingan pemerintah dijejalkan setiap saat kepada masyarakat. Pada masa itu, masyarakat dipandang sebagai khalayak pasif, karena memang terbatasnya kesempatan dan fasilitas untuk memberikan respon terhadap kebijakan dan propaganda yang dilancarkan pemerintah.

Pada era ini, komunikasi politik yang dilancarkan pemerintah lebih banyak mengedepankan retorika berbahasa. Setiap prestasi yang dimiliki pemerintah dikampanyekan dengan menggunakan berbagai slogan. Misalnya terkait Industri media “Bebas bertanggung jawab”, “Aku Nyoblos Golkar” pada masa Orba 1977, atau yang apatis Terhadap Pemilu adalah Penghianat, “Yang Menyeleweng Ditindak yang Tidak bersalah diayomi“ untuk menepis adanya penyelewengan terhadap jabatan, hingga pada “Dua Anak Cukup” untuk program keluarga berencana.

---

<sup>1</sup> Anwar Arifin

Secara umum, perilaku komunikasi politik pada era-era dimana kebebasan bersuara dan wujud media social belum seperti saat ini, terbangundalam beberapa fase, diantaranya ;

1. Fase pertama, 1965-1974 ditandai dengan atmosfer terbuka, kompetitif dan partisipasi rakyat yang tinggi. Bahkan ekspresi politik masyarakat pun relatif bebas. Di sinilah bulan madu komunikasi politik di Indonesia terjadi. Rakyat dengan bebas mengkritik pemerintahan lama, Orde Lama, karena kegagalannya membendung komunis dan merebaknya kemiskinan. Masa awal ini mirip seperti terjadi di era reformasi saat ini dimana ekspresi itu tertuang dalam media massa dan pembentukan partai politik yang jumlahnya saat ini lebih dari 50 partai.
2. Periode kedua 1974-1983 dimulainya pengawasan terhadap komunikasi politik dimana aktivitas politik, pers dan pernyataan masyarakat mulai dibatasi.
3. Periode ketiga 1983-1990, kontrol sosial sangat ketat yang harus disesuaikan dengan ideologi yang dikukuhkan lewat P4 dan asas tunggal.
4. Periode keempat 1990-1998, monopoli politik yang sudah sedemikian ketatnya berangsur-angsur mendapat perlawanan sehingga akibat gelombang demokratisasi di dunia lahirlah apa yang disebut keterbukaan. Monopoli komunikasi tidak lagi dipegang negara tapi mulai diimbangi bahkan dirongrong oleh kelompok kepentingan seperti LSM dan kalangan kampus. Puncak perubahan dalam komunikasi politik itu terjadi manakala demonstrasi pro reformasi mulai merebak awal tahun dan berpuncak pada pengunduran diri Pak Harto 21 Mei 1998.

## **2. Era Media Sosial**

Perkembangan teknologi komunikasi telah merambah kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi adalah media baru (new media) yang kemudian melahirkan media sosial (social media). Kehadiran

media sosial juga mempengaruhi bidang politik. Studi di Amerika Serikat menunjukkan media sosial alat kampanye yang efektif.

Sebelum era media sosial, politisi di Negeri Paman Sam sudah memanfaatkan internet untuk media berkampanye<sup>2</sup>. Di Ghana, dua kandidat presiden menggunakan SMS dan Twitter untuk mendulang suara. Ini merupakan kali pertama media sosial digunakan untuk berkampanye di negara tersebut. Di Zimbabwe, partai oposisi menggunakan website untuk menyebarkan pesan yang mengecam pemerintah berkuasa. Selain itu Lembaga Swadaya Masyarakat membentuk jaringan untuk memonitor pemungutan suara di 11 ribu bilik suara melalui SMS dan MMS. Hasilnya calon petahana (incumbent) Robert Mugabe kalah, tetapi intervensi Mugabe membuat Pemilu diulang dan dia menang<sup>3</sup>.

Menurut Silih Agung Wasesa, kehadiran media baru berbasis digital membuat informasi politik tidak hanya semakin masif, tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Dengan karakteristiknya itu tidak sedikit aktor politik di sejumlah negara memanfaatkan media sosial proses kampanye politik. Selain itu media baru mampu untuk menjaring pemilih muda dan biayanya murah (“Aktor Politik Wajib Manfaatkan Media Sosial”, [ugm.ac.id](http://ugm.ac.id), 7 Juni 2013). Partai politik di Indonesia sudah banyak yang memiliki akun Facebook, Twitter, dan YouTube, di samping website resmi parpol (“Parpol Serius Garap Media Sosial”, [Kompas.com](http://Kompas.com), 29 Mei 2013).

Sementara politisi-politisi masing-masing memiliki akun pribadi seperti Menteri Komunikasi dan Informatika Tifatul Sembiring (twitter @tifsembiring), Menteri Pemuda dan Olahraga Roy Suryo (twitter @KRMTRoySuryo). Bahkan akun twitter presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono (@sbyudhoyono) berstatus verified account, yang artinya sudah mendapatkan verifikasi dari pihak Twitter. Politisi lain yang memiliki akun twitter misal Prabowo (@Prabowo08) dan Wiranto

---

<sup>2</sup>Chavez, Jonathan. 2012. #Fail: The Misuse of Social Media Campaign in the 2012 US Presidential Campaign. [http://www.tcd.ie/policy-institute/assets/pdf/PL\\_Chavez\\_March12.pdf](http://www.tcd.ie/policy-institute/assets/pdf/PL_Chavez_March12.pdf),

<sup>3</sup>Riaz, Saqib. 2010. “Effects on New Media Technologies on Political Communication” dalam *Journal Political Studies, Vol. 1, Issue 2 University of the Punjab Lahore, hal. 161-173.*

(@wiranto1947). Program kerja, pendapat mengenai isu terkini, atau pembicaraan-pembicaraan yang sifatnya ringan, menanggapi mention dari masyarakat, adalah hal-hal yang umumnya tercantum dalam linimasa Twitter para tokoh politik tersebut.

Media sosial memang menawarkan peluang bagi para aktor politik untuk bisa menjangkau pemilih, berinteraksi secara langsung dengan publik sekaligus membentuk perbincangan yang “akrab” dengan publik. Tetapi di sisi lain, media sosial juga dapat membuat aktor politik menjadi bahan tertawaan atau bahkan cacik dari publik. Sebelum menggunakan media sosial para politisi sudah menggunakan internet untuk berkampanye. Internet bisa menjadi cara yang potensial dalam mendobrak politik demokrasi massa yang opresif yang menyuarakan suara dari bawah ke atas, yang kerap dengan power yang dimiliki, dimanfaatkan oleh penguasa untuk kepentingan golongannya. Internet diharapkan bisa menjadi media bagi mengalirnya informasi dua arah yang interaktif antara politisi dan pendukungnya. Internet menjanjikan memberikan forum yang seluas-luasnya bagi pengembangan kelompok kepentingan dan sebagai sarana penyaluran opini<sup>4</sup>.

Di Indonesia, penggunaan internet sebenarnya sudah dimulai sejak Pemilu 1997, di mana kontestan Pemilu saat itu: Golongan Karya, Partai Demokrasi Indonesia, dan Partai Persatuan Pembangunan, masing-masing memiliki situs resmi. Informasi dalam situs tersebut meliputi program partai, pernyataan politik, susunan pengurus pusat/daerah, AD/ART, dan kesempatan dialog dengan pengurus. Pada Pemilu 2004 dan 2009 penggunaan internet semakin meningkat pada partai politik, individu calon legislator, calon presiden dan calon wakil presiden<sup>5</sup>.

Keberhasilan menggunakan media sosial dipandang sebagai salah satu faktor kesuksesan Barack Obama memenangi pemilihan presiden Amerika Serikat. Sekitar 30 persen pesan-pesan kampanye Obama disampaikan melalui media baru. Beberapa

---

<sup>4</sup>Asih, Irsanti Widuri. 2011. “Media Sosial dan Politik: Sarana E-Democracy atau Sekadar Pepesan Kosong?” dalam *Proceeding Semnas FISIP-UT*, hal.452-465.

<sup>5</sup>Putra, Afdal Makkuraga. 2011. “Media Baru dan Fenomena Komunikasi Politik pada Pemilu Kade di Ropinsi Banten 2011” dalam *Jurnal UMN Volume III Nomor 2 Desember*, hal.23-34.

tahun sebelum Obama, terdapat nama Howard Dean yang mampu memanfaatkan internet untuk meraih atensi publik AS. Namun saat itu Dean kandas di konvensi nasional Partai Demokrat. Di Inggris, makin banyak anggota parlemen menggunakan blog dan Yahoo Groups untuk mengkomunikasikan ide mereka dan mendengarkan ide orang lain.

Bagaimana dengan di Indonesia? Media sosial memang mulai dilirik dalam kurun waktu sekitar dua tahun terakhir. Para pendukung Joko Widodo dan Basuki Tjahja Purnama dalam kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta memanfaatkan YouTube untuk memposting video kampanye kreatif mereka. Bahkan sempat ada game online yang memiliki alur cerita seperti game Angry Birds, dengan tokoh utama Jokowi.

Media sosial merupakan rimba raya, dan praktis tidak ada peraturan di dalamnya. Apabila tantangan itu tidak dihadapi dengan bijak, maka hasilnya aktor politik tersebut justru malah menjadi bahan cibiran di dunia maya. Cukup marak diberitakan bagaimana Ibu Negara, Ibu Ani Yudhoyono, beberapa kali terlibat perdebatan dan itu mengenai hal-hal yang tidak substantive dengan user lain di Instagram. Selain itu para aktor politik tidak bisa lagi menggunakan media sosial sebagai sarana untuk “curhat”.

Media sosial telah mengaburkan pemahaman orang, apakah yang dikatakan tersebut merupakan sikap resmi atau hanya ungkapan pemikiran atau perasaan dia sebagai pribadi. Sikap resmi atau institutional rhetoric dan ungkapan pribadi atau everyday talk sering tumpang tindih<sup>6</sup> (Finet, 2001: 274-276).

Seseorang akan salah persepsi apakah curhat yang dilakukan oleh aktor politik di media sosial merupakan ungkapan dirinya sebagai pribadi atau mewakili

---

<sup>6</sup>Finet, Dayna. 2001. “Sociopolitical Environments and Issues” dalam *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. Fredric M. Jablin & Linda L. Putnam (Eds). Thousand Oaks: SAGE

institusinya. Persoalannya aktor politik di Indonesia masih belum menyadari bahwa dalam berkomunikasi di media sosial memerlukan kemampuan tersendiri. Kemampuan di sini tentu tidak hanya kemampuan teknis, tetapi mentalitas. Kehadiran media sosial menuntut para pelaku politik untuk beradaptasi. Namun para pelaku politik tersebut sering kesulitan dalam fase adaptasi ini (Chavez, 2012).

Ada beberapa hal yang berkaitan dengan “mentalitas lama” (old mentalities) seperti yang disebutkan di atas – dan hal ini umumnya dialami oleh organisasi yang menggunakan media sosial. Salah satunya adalah mengabaikan sifat interaktif yang ada di media sosial. Dalam era politik kontemporer, politisi harus memikirkan audiens interaktif dan kapasitas mereka untuk menjawab, menanggapi, mendistribusikan dan memodifikasi pesan yang mereka terima.

Penelitian Asih (2011) mengungkapkan bahwa partai politik di Indonesia mayoritas belum memaksimalkan mediasosial dan media baru. Faktor interaktifitas diabaikan. Dari 34 parpol peserta Pemilu 2009, seluruhnya memiliki website. Sayangnya situs web tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai media komunikasi dua arah.

Hampir di semua website parpol tidak tersedia forum yang memungkinkan komunikasi dua arah. Kalau pun tersedia, forum ini tidak dapat diakses. Facebook dan Twitter yang digunakan oleh politisi dan partai politik ternyata isinya hanya untuk menginformasikan hal-hal yang baik-baik saja. Transaksi informasi yang terjadi didominasi oleh posting-posting yang disampaikan oleh simpatisan parpol atau politisi. Politisi dan partai politik sekadar latah menggunakan jejaring sosial untuk berinteraksi. Media sosial masih dimanfaatkan sebagai media kampanye, belum interaktif, belum aspiratif.

Padahal media sosial memiliki potensi sebagai sarana untuk mendengarkan suara masyarakat. Di era interaktif digital, produksi pesan dan citra politik malah justru menjadi hal yang rawan untuk "diganggu". Pelaku politik harus mempertimbangkan kemungkinan bahwa pesan-pesan mereka akan dimodifikasi oleh

pihak lain ketika pesan tersebut disampaikan melalui media sosial. Lingkungan media digital tidak menghargai integritas informasi: ketika informasi itu sudah dipublikasikan secara online, maka siapa pun bebas untuk memodifikasinya. Para pengguna internet tak tertarik untuk mencari rekam jejak atau program yang ditawarkan oleh politisi. Sebaliknya, ada kecenderungan di masa kampanye Pemilu, internet justru digunakan untuk mengolok-olok politisi dan menyerang politisi yang tidak disukai<sup>7</sup>.

Hal ini senada dengan hasil penelitian<sup>8</sup> dikatakan bahwa khalayak bisa menyerang dan melakukan penghujatan dengan menyerang pribadi kandidat. Ini jelas menimbulkan persoalan-persoalan etis komunikasi yang serius. Ada tiga penyebab yang bisa diidentifikasi mengapa fenomena semacam itu bisa terjadi. Pertama, terjadinya perkembangan fenomena komunikasi politik yang kurang menyejukan bagi warga masyarakat yang merasakan. Sering terjadi, kekerasan komunikasi yang bisa dibacadari sikap dan perilaku yang tidak mencerminkan budaya komunikasi yang baik.

Salah satu kasus terjadinya kekerasan komunikasi di sidang Dewan Perwakilan Rakyat dengan kasus pembantingan meja oleh oknum anggota dewan sebagai bentuk perlawanan komunikasi yang tidak sehat.

Kedua, pengalaman masa lalu di ranah pemerintahan. Pemerintahan masa lalu “dinilai” melakukan perbuatan tidak membangun, di antaranya seperti isu penanganan korupsi yang tidak tuntas, isu penjualan aset negara, isu politik dinasti dan sebagainya. Pandangan semacam ini menunjukkan kurang tuntasnya sosialisasi

---

<sup>7</sup>Momoc, Antonio. 2011. “*New Media and Social Media in the Political Communication*” dalam The 6th Edition of The International Conference European Integration-Realities and Perspectives, hal.556-562.

<sup>8</sup>Budiyono. Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017. *Jurnal Komunikasi Vol. 11 No. 1 Tahun 2016*

dan transparansi kebijakan pemerintah sehingga menyisakan persoalan komunikasi politik pemerintah kepada warga masyarakatnya.

Ketiga, kekurangdewasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial. Perkembangan media komunikasi yang sarat dengan kebebasan berekspresi menjadikan komunikasi di media sosial berkembang bebas sehingga memungkinkan opini publik berkembang sangat dinamis dan bahkan seakan tanpa batas.

Akibatnya, seseorang bisa melakukan penodaan terhadap citra seseorang yang lain dengan cara melakukan penghujatan atau mengolok-olokkan citra diri seseorang. Memang tidak mudah mengelola halaman media sosial seperti facebook agar senantiasa bersih dari virus kekerasan komunikasi. Mengingat media sosial bukan media mainstream yang memiliki gatekeeper (penyaring berita).

Media sosial sebagai media interpersonal maka baik buruknya sangat tergantung pada pemilik akun dan komentatornya. Dalam kasus komunikasi politik kampanye politik Pilkada DKI Jakarta 2017, di media sosial, menunjukkan kondisi yang kontradiktif karena komunikasi banyak diliputi kata-kata yang berbau provokasi dan kekerasan menjadikan media ini sebagai pasar bebas untuk mengungkapkan aspirasi politik yang selama ini terjenuhkan.

### **3. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Komunikasi Politik berbasis keislaman**

Media (Televisi, internet) justru telah menjadi biang keladi dari krisis kultural zaman kita. Krisis kebudayaan yang dialami oleh negara-negara yang secara industrial dan teknologis maju itu sebagian besar disebabkan kriteria budaya tradisional yang bersumber dari agama justru telah digeser dan terus menerus dipermak dan digerus oleh rembesan pesan-pesan media yang seringkali tidak sejalan dengan kepentingan mayoritas penduduk yang justru menjadi konsumen dari budaya kemas media.

Di sinilah muncul ironi, di satu sisi, masyarakat menuntut agar media komunikasi (televisi, internet, dll) mengurangi tayangan yang berwajah seks, sadisme, atau kekerasan, tapi di sisi lain, tayangan keagamaan hanya ditonton oleh 3% dari pemirsa. Barangkali cara atau metode tayangan mengenai keagamaan yang ada selama ini harus dibenahi supaya lebih menarik pemirsa. Tayangan yang bersifat

monolog, skriptualistik, dengan memandang sesuatu persoalan secara hitamputih tanpa argumen yang kuat yang disemangati oleh Kalam Allah dan Sunnah Rasul; begitupun drama mengenai keagamaan yang simpatis dengan ending cerita yang sudah bisa ditebak, sehingga terkesan menggurui, dengan penyajian yang telah membuat jenuh.

Laporan penelitian Brendan Nyhan and Jason Reifler (2012) berjudul *Misinformation and Fact-checking: Research Findings From Sosial Science* menyimpulkan, ketika dihadapkan pada berita dan informasi yang bertolak belakang dengan keyakinan, seseorang cenderung akan menolak meskipun berita-berita tersebut menunjukkan data dan fakta yang relatif lengkap. Sebaliknya, terutama di media sosial, seseorang lebih suka mencari, membaca, dan menyebarkan berita yang sesuai dengan apa yang ia yakini meski berita itu belum jelas kebenarannya. Jika kemudian terbukti keliru dan menyadari sudah menyebarkan informasi salah, ia menganggapnya sebagai masalah kecil, bahkan seringkali tidak dianggap sebagai kesalahan. Ketika dipertanyakan motifnya, ia akan menyalahkan media lain yang dikutip sebagai sumber tidak valid dan ujung-ujungnya menyalahkan wartawan atau penulis aslinya.

Kondisi ini jelas memperlihatkan salah kaprah di kalangan masyarakat. Penyebaran berita yang simpang siur dianggap hanya menjadi tanggung jawab jurnalis atau penulis aslinya. Di era digital yang memungkinkan duplikasi dan penyebaran informasi dengan cara yang sangat mudah, publik juga terikat kode etik penyebaran berita. Dalam kaitan ini, masyarakat dilihat bukan lagi sekadar konsumen pasif media, namun prosumen: produsen sekaligus konsumen informasi, khususnya dalam membuat status-share, tweet-retweet, path-repath, termasuk kemampuan menyebarluaskan berita hanya dengan menekan satu tombol.

Sekalipun banyak orang bilang internet adalah dunia tanpa batas, namun seperti halnya interaksi dalam dunia nyata, saat bersinggungan dengan orang lain makasudah pasti ada aturan formal ataupun etika yang harus dipatuhi. Di dunia maya, seseorang tidak bisabebas bertindak tanpa peduli kepentingan orang lain. Dalam

kaitan ini, di luar hukum formal, terdapat panduan khusus yang dikenal sebagai “netiket” atau “internet etiket”. Netiket adalah penerapan praktis prinsip-prinsip etika dalam berkomunikasi menggunakan internet.

Bagaimana Islam menyikapi fenomena ini? Ilmu akhlak mengatur dimensi-dimensi kehidupan sehari-hari sebagaimana konsep etika. Etika (*ethic*) berbicara tentang baik-buruk yang bersumber pada nilai-nilai kemanusiaan dan kebudayaan sehingga dikenal ada etika Barat, etika Timur dan sebagainya. Sementara akhlakul karimah tidak mengenal konsep regional. Konsep baik buruk dalam akhlak bertumpu pada wahyu, meskipun akal juga mempunyai kontribusi dalam menentukannya. Praktik etiket dalam bahasa Arab disebut adab atau tata krama yang bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah.

Dalam bahasa hukum, penyampai informasi melalui media sosial hendaknya memegang teguh asas praduga tak bersalah. Prasangka dan stereotip tidak berdasar membahayakan karena memicu bullying dan pembunuhan karakter. Sebaliknya, dengan menyaring setiap informasi yang diterima dan akan disebarluaskan, media sosial bisa digunakan secara strategis sebagai sarana dakwah di tengah gersangnya kahazanah ilmu dan informasi yang seimbang tentang Islam.

### **C. Kesimpulan**

Di era digital, perubahan perilaku masyarakat dalam komunikasi politik sangatlah ketara. Perubahan-perubahan yang tampak jelas adalah etika berinternet. Etika-etika berinternet yang menjadi sorotan pemakalah terkait dalam penggunaan bahasa dan penyebaran informasi. Beberapa bentuk perilaku komunikasi politik yang terjadi:

1. Diera Orde baru, pemanfaatan media dikuasai oleh pemerintah sehingga terjadi pembatasan respon informasi.
2. Slogan-slogan pencitraan hanya diproduksi oleh pemerintah berkuasa
3. Masyarakat dipola menjadi masyarakat pasif karena memiliki pembatasan dan keterbatasan untuk memberi respon

4. Pesan yang diproduksi cenderung kaku dan statis serta berlakunya monopoli komunikasi

Sedangkan di era media sosial pula, perilaku komunikasi politik yang terjadi adalah sebagai berikut:

1. Pesan yang diproduksi lebih kreatif, dan monopoli pesan tidak terjadi di media social
2. Pesan terdistribusi dengan sangat cepat dan lebih interaktif
3. Setiap actor dan pendukung politik berkesempatan menguasai media social sehingga dengan efisien dapat menjangkau respon public
4. Pemanfaatan media social semakin liar, tidak terkontrol bahkan tidak cerdas, karena pelaku politik hanya berkemampuan memanfaatkan media social tetapi tidak dalam hal literasi
5. Etika komunikasi dalam berjejaring kerap diabaikan sehingga terjadinya degradasi budaya dalam hal bertutur.

## Daftar Pustaka

- Asih, Irsanti Widuri. 2011. "Media Sosial dan Politik: Sarana E-Democracy atau SekadarPepesan Kosong?" dalam Proceeding Semnas FISIP-UT,hal.452-465.
- Banten 2011" dalam Jurnal UMN Volume III Nomor 2 Desember, hal.23-34.
- Budiyono. Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017. Jurnal Komunikasi Vol. 11 No. 1 Tahun 2016
- Campaign.[http://www.tcd.ie/policy-institute/assets/pdf/PL\\_Chavez\\_March12.pdf](http://www.tcd.ie/policy-institute/assets/pdf/PL_Chavez_March12.pdf),
- Chavez, Jonathan. 2012. #Fail: The Misuse of Social Media Campaign in the 2012 US Presidential
- Finet, Dayna. 2001. "Sociopolitical Environments and Issues" dalam The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods. Fredric M. Jablin & Linda L. Putnam (Eds). Thousand Oaks:SAGE
- Fitch, Kate. 2009. "Making friends in the Wild West: Singaporean public relations practitioners' perceptions of working in social media" dalam PRism 6(2), hal 1-14
- Guervitch, Michael., Coleman, Stephen., Blumler, Jay G. 2009. "Political Communication Old and New Media Relationships" dalam The ANNALS of the Amreican Academy of Political and Social Science 625, hal.164-182. <http://www.ensani.ir/>,diakses 21 Juli 2013
- Momoc, Antonio. 2011. "New Media and Social Media in the Political Communication" dalam The 6th Edition of The International Conference European Integration-Realities and Perspectives, hal.556-562.
- Political Studies, Vol. 1, Issue 2 University of the Punjab Lahore,hal. 161-173.
- Putra, Afdal Makkuraga. 2011. "Media Baru dan Fenomena Komunikasi Politik pada Pemilukada di ropinsi
- Riaz, Saqib. 2010. "Effects on New Media Technologies on Political Communication" dalam Journal f

Stieglitz, Stefan & Dang-Xuan, Linh. 2012. Social media and political communication: a social Media

Analyticsframework.[http://www.researchgate.net/publication/235632721\\_Social\\_Media\\_and\\_Political\\_Communication\\_A\\_Social\\_Media\\_Analytics\\_Framework/file/79e41512111a26d3f3.pdf](http://www.researchgate.net/publication/235632721_Social_Media_and_Political_Communication_A_Social_Media_Analytics_Framework/file/79e41512111a26d3f3.pdf)

# PENINGKATAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI MATEMATIS DENGAN PEMBELAJARAN BERBASIS E-LEARNING APLIKASI EDMODO

**Samsul Bahri**

IAIN Lhokseumawe

Email: [sison.bahri@gmail.com](mailto:sison.bahri@gmail.com)

## **Abstrak**

*e-Learning* dengan aplikasi edmodo adalah sistem pendidikan yang menggunakan aplikasi elektronik untuk mendukung pengembangan kegiatan belajar mengajar dengan media jaringan komputer lain. Penelitian ini bertujuan; untuk meningkatkan kemampuan komunikasi matematis mahasiswa Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal yang memperoleh pembelajaran dengan penerapan *e-learning* dengan aplikasi edmodo. Dengan adanya *e-learning* proses belajar mengajar menjadi lebih efektif dan efisien. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal. Sampel yang terpilih mahasiswa Unit A2 dan A3 Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal. Hasil analisis menunjukkan bahwa; ada peningkatan kemampuan komunikasi matematis mahasiswa Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal yang memperoleh pembelajaran dengan penerapan *e-learning* dengan aplikasi edmodo.

**Kata Kunci:** *e-Learning*, Aplikasi Edmodo, kemampuan komunikasi matematis.

## **Abstract**

*E-Learning with edmodo application is an education system that uses electronic applications to support the development of teaching and learning activities with other computer network media. This study aims to improve mathematical communication skills of students Civil Engineering Department of Unimal Engineering Faculty who take part in learning by applying e-learning with edmodo application. With e-learning, teaching and learning process becomes more effective and efficient. The study population was all students of Department of Civil Engineering, Faculty of Engineering Unimal. The sample of this research is A2 and A3 Unit students from Civil Engineering Department, Faculty of Engineering, Unimal. The results of this study indicates that an increase in mathematical communication skills of students of Department of Civil Engineering, Faculty of Engineering, Unimal who took part in learning by applying e-learning with edmodo applications.*

**Keywords:** *e-Learning, Edmodo Application, mathematical communication skills*

## A. Pendahuluan

Belajar merupakan upaya memperbaiki diri untuk perkembangan dan kemajuan hidup. Sehingga menyebabkan terjadinya perubahan tingkah laku dan penambahan ilmu pengetahuan. Ada beberapa definisi tentang belajar yang dikemukakan para ahli pendidikan, antara lain Gagne (dalam Sukmadinata, 2007) yang menyatakan bahwa belajar suatu proses perubahan tingkah laku yang muncul dari pengalaman. Senada dengan itu, Slameto mengemukakan bahwa “Belajar adalah salah satu proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan.” Oleh karenanya perubahan sebagai hasil dari proses belajar adalah perubahan jiwa yang mempengaruhi tingkah laku seseorang.<sup>1</sup>

Matematika sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari dan tidak dapat dipisahkan pengaruhnya pada kehidupan kita. Matematika merupakan sebuah mata pelajaran yang sangat penting yang diajarkan di sekolah, baik sekolah dasar, menengah atau tinggi, namun secara umum terjadi di lembaga-lembaga berdasarkan observasi matematika dianggap sebuah pelajaran yang sulit untuk dipahami dan dicerna, karena konsep dari matematika itu sangatlah kurang diminati siswa. Namun di sisi lain matematika merupakan suatu mata pelajaran yang dapat mempertinggi daya nalar, mempercepat proses berpikir dan memudahkan kita dalam mempelajari dan menguasai ilmu yang lain.

Pembelajaran matematika di Indonesia masih menuntun kepada pembelajaran langsung (berpusat pada pengajar) yang pada umumnya didominasi oleh pengajar, mahasiswa menerima apa yang diberikan dosen dan interaksi yang terjadi hanya satu arah (siswa lebih pasif).<sup>2</sup> Salah satu ciri pengelolaan pembelajaran matematika yang berkualitas di sekolah menengah adalah terciptanya proses pembelajaran yang memperhatikan karakteristik dari matematika sebagai produk dan proses yang tercemin mulai dari tahap pemanfaatan teknologi informatika sebagai media pembelajaran, pemilihan

---

<sup>1</sup> Slameto, 2003, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta), h. 20

<sup>2</sup> Turmudi. 2010, *Pembelajaran Matematika Kini dan Kecenderungan Masa Mendatang*. (Bandung: JICA FPMIPA UPI).

metode mengajar, penyusunan perencanaan, pelaksanaan sampai pada proses evaluasi. Untuk mewujudkan kualitas pendidikan tersebut, maka peran kompetensi IT dan profesional dosen matematika sangatlah penting dan mutlak diperlukan.

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya:“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat” (Q.S. al-Mujadalah : 11)

Tumbuh kembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informatika, khususnya teknologi informatika banyak membawa pengaruh yang positif bagi berkembangnya dunia informasi dan terlebih khusus lagi pada dunia pendidikan. Pendidikan formal, informal, dan non formal dapat menikmati fasilitas teknologi informatika dari yang simpel sampai kepada yang kompleks. Tersedianya software gratis dalam IT sangat membantu para dosen dalam pembelajaran matematika.

Pemanfaatan software media pembelajaran merupakan hal penting sebagai penunjang dalam pembelajaran matematika. Salah satu upaya untuk memanfaatkan media pembelajaran yang sangat terbatas dimiliki oleh sekolah adalah melalui pemanfaatan teknologi informatika dan komputer (*Information Computer and Technology*). Menurut *Association for Education and Communication Technology* (AECT), media ialah segala bentuk yang diprogramkan untuk suatu proses penyaluran informasi.

Media teknologi seperti notebook, android, komputer yang dilengkapi dengan perangkat lunak atau aplikasi software dan jaringan internet dapat dijadikan sebagai media pembelajaran matematika. Komputer, notebook, dan android yang dilengkapi dengan jaringan internet dapat membantu dosen untuk menjelaskan kepada mahasiswa tentang pelajaran matematika terutama yang berhubungan dengan teknologi serta penerapannya. Pemanfaatan teknologi informasi atau ICT juga membuat suasana belajar lebih termotivasi mahasiswa dalam belajar. Dengan media teknologi ini, komunikasi dan interaksi antara pendidik dan mahasiswa menjadi lebih efektif dan efisien.

Komunikasi matematis Menurut Afgani menyatakan bahwa dalam matematika, pengetahuan yang harus dipahami ada dua hal, yaitu pengetahuan konsep (*Conceptual Knowledge*) yang didasarkan atas jaringan keterhubungan sehingga saling menghubungkan potongan diskrit suatu informasi dan pengetahuan prosedur/algoritma (*Procedural Knowledge*) yang didasarkan atas sejumlah langkah-langkah.<sup>3</sup> Kemampuan komunikasi matematis dapat meningkatkan mahasiswa untuk mandiri Komunikasi matematis merupakan bagian dari daya matematika dan pemahaman matematika merupakan aspek yang mempengaruhi kemampuan komunikasi matematika.<sup>4</sup> Menurut Freudenthal (dalam Wijaya) matematika diberikan kepada siswa konstruksi konsep matematika bukan sebagai suatu produk jadi yang siap pakai.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Fakultas Teknis Universitas Malikussaleh bahwa sarana media pembelajaran yang dimiliki kurang optimal dipergunakan. Pembelajaran khususnya dalam mata kuliah matematika, dosen cenderung lebih banyak menekankan pengajaran konsep matematika secara teoritis dengan fokus pada representasi verbal daripada penggunaan pendekatan keterampilan proses melalui kegiatan penyelidikan dengan menggunakan software sehingga kemampuan komunikasi matematis menjadi rendah.

Menurut Darmawan (2012) manfaat e-learning dari perspektif pendidik, di antaranya :

- a. Meningkatkan pengemasan materi pembelajaran
- b. Menerapkan metode pembelajaran kreatif, inovatif, kreatif, efisiensi
- c. Pemanfaatan aktivitas jalanya pembelajaran
- d. Menggunakan sumber belajar online dan internet
- e. Dapat menerapkan materi pembelajaran dengan multimedia
- f. multisumber belajar dan lebih luas

---

<sup>3</sup> Afgani, D. J. 2011. *Analisis Kurikulum Matematika*. (Jakarta: Universitas Terbuka), h. 14.2

<sup>4</sup> Zahari, CL. 2010. *Meningkatkan Kemampuan Komunikasi dan Pemahaman Matematika Siswa dengan Media Autograph pada Siswa Kelas XII IPA SMU Swasta Istiqlal Delitua*. Tesis. PPS Unimed, h. 5

<sup>5</sup> Wijaya, A. 2012. *Pendidikan Matematika Realistik Suatu Alternatif Pendekatan Pembelajaran Matematika*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), h. 20

Manfaat dari perspektif mahasiswa, yaitu :

- a. Meningkatkan interaksi komunikasi
- b. Lebih banyak materi pembelajaran yang dapat diakses tanpa batas.
- c. Berbagai informasi dan materi terorganisasi dalam satu wadah materi pembelajaran online

Dengan adanya e-learning para guru/instruktur akan lebih mudah dalam:

- a. Melakukan pemutakhiran bahan-bahan belajar
- b. Mengembangkan diri untuk meningkatkan wawasannya
- c. Mengontrol kegiatan belajar mahasiswa.<sup>6</sup>

*e-learning* dengan aplikasi edmodo adalah sebuah jawaban bagi sebuah ruang kelas virtual yang nyaman dan aman, dikarenakan :

1. mahasiswa dapat melakukan interaksi dalam pantauan dosennya
2. Dosen dapat mengunci mahasiswa,
3. Tidak ada orang luar yang bisa masuk dan melihat kelas virtual yang dibuat oleh seorang dosen
4. Dosen dapat menaruh foto, memulai pertanyaan menaruh presentasi bahan ajar, mahasiswa dapat diunduh dan dikomentari.
5. mahasiswa bisa kembali kapan saja untuk mengulang materi.
6. mahasiswa juga bisa mengumpulkan tugas kuliah lewat edmodo, tinggal unggah saja.
7. Dosen bisa melampirkan penskoran sehingga mahasiswa bisa melihat.
8. Kelas virtual yang dibuat seorang dosen tidak terbatas, dan unlimited atau digunakan pada tahun ajaran berikutnya.
9. mahasiswa bisa bekerja sama dan diskusi dengan mahasiswa lain dalam grup kecil yang dibentuk oleh dosennya.
10. Saat mengerjakan sebuah proyek bersama.
11. Dosen dapat menaruh bahan ajar bagi mahasiswa yang tidak masuk saat melakukan tatap muka.
12. mahasiswa yang pendiam bisa bebas berkata-kata dan berpendapat.

---

<sup>6</sup> Darmawan, Deni, 2012, *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya)

### 13. Dosen dapat mengajarkan tata cara yang berlaku di dunia maya

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka penelitian ini difokuskan pada penerapan *e-learning* dengan aplikasi edmodo dalam Meningkatkan kemampuan komunikasi Matematis mahasiswa Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal.

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian eksperimen menurut Sudjana adalah suatu penelitian yang berusaha mencari pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lain dalam kondisi yang terkontrol secara ketat.<sup>7</sup> Pada penelitian ini terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu e-learning dengan aplikasi edmodo, sedangkan variabel terikat yaitu kemampuan komunikasi matematis. Sesuai dengan jenis penelitian yang telah ditetapkan, maka dipilih satu bentuk desain “*pretes-postes control group design*”<sup>8</sup>

Menurut Saragih sekolah dengan level menengah mempunyai kemampuan akademik mahasiswa yang heterogen, mulai dari yang terendah sampai dengan yang tertinggi terwakili.<sup>9</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa semester satu jurusan Arsitektur yang terdiri dari A1, A2 A3, dan A. Dengan pertimbangan ini maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini secara *random sampling*. Hal ini sesuai dengan pendapat Russefendi yang menyatakan bahwa salah satu cara memilih sampel penelitian mewakili populasinya adalah cara random sederhana, yaitu bila setiap anggota dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Lebih lanjut Russefendi menyatakan bahwa salah satu cara memperoleh sampel secara random adalah dengan memberi nomor anggota populasi pada kertas-kertas kecil, kemudian digulung dan dimasukkan ke

---

<sup>7</sup> Sudjana, 2005, *Metode Statistik*. (Bandung: Tarsito), h. 63

<sup>8</sup> Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta), h. 42

<sup>9</sup> Saragih, S, 2007, *Mengembangkan Kemampuan Berpikir Logis dan Komunikasi Matematik Siswa Sekolah Menengah Pertama Melalui Pendekatan Matematika Realistik*. Disertasi Doktor pada PPS UPI: Tidak diterbitkan, h. 93

suatu tempat lalu diundi diambil sebanyak yang diperlukan.<sup>10</sup> Sehingga pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah dengan penomoran tiap kelas pada kertas lalu dilakukan undian.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka digunakan instrumen penelitian. Penelitian ini menggunakan instrumen tes tentang kemampuan komunikasi matematis dengan penerapan e-learning dengan aplikasi edmodo. Sebelum tes kemampuan komunikasi matematis digunakan dalam penelitian terlebih dahulu dilakukan diujicobakan pada mahasiswa semester tiga Teknik Elektro Fakultas Teknik Unimal sebanyak 36 mahasiswa. Setelah diujicobakan, hasil ujicoba dianalisis secara statistik untuk mengukur validitas, reliabilitas, daya beda, dan tingkat kesukaran setiap butir soal. Analisis hasil ujicoba instrumen juga untuk mengetahui apakah setiap item butir tes sudah baik dan layak digunakan.

Untuk hasil perhitungan validitas, reliabilitas, tingkat kesukaran dan daya pembeda soal yang diujicobakan pada Teknik Elektro Fakultas Teknik Unimal. Berdasarkan rekapitulasi data hasil ujicoba, secara umum hasil pemeriksaan validitas, daya beda, tingkat kesukaran setiap butir soal dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Gambaran Umum Hasil Analisa Data Ujicoba Tes Kemampuan Komunikasi Matematis**

No Soal	Daya Pembeda		Tingkat Kesukaran		Koefisien Korelasi	Validitas	Ket
1	0,78	Sangat Baik	0,73	Mudah	0,692	Valid	Terpakai
2	0,27	Cukup Baik	0,62	Sedang	0,887	Valid	Terpakai
3	0,66	Baik	0,61	Sedang	0,778	Valid	Terpakai
4					0,014	Tidak Valid	Tidak Terpakai
5	0,27	Cukup Baik	0,74	Mudah	0,546	Valid	Terpakai
<b>Koefisien Reliabilitas</b>					<b>0,629</b>		

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa soal no.1 mempunyai daya sangat beda baik dengan tingkat kesukaran mudah dan valid, maka soal no.1 dapat

<sup>10</sup> Ruseffendi, E. T, 1988, *Pengantar kepada Membantu Dosen dalam Mengembangkan Kompetensinya dalam Pengajaran Matematika untuk Meningkatkan CBSA*. (Bandung: Tarsito), h. 78

dipakai sebagai tes kemampuan komunikasi matematika. Soal no.2 mempunyai daya beda cukup baik dengan tingkat kesukaran sedang dan valid, maka soal no.2 dapat dipakai sebagai tes kemampuan komunikasi matematis. Soal no.3 mempunyai daya beda baik dengan tingkat kesukaran sedang dan valid, maka soal no.3 dapat dipakai sebagai tes kemampuan komunikasi matematis. Soal no.4 memiliki nilai koefisien korelasi 0,014 tidak valid, maka soal no.4 tidak dapat dipakai sebagai tes kemampuan komunikasi matematis. Soal no.5 mempunyai daya beda baik dengan tingkat kesukaran sedang dan valid, maka soal no.5 dapat dipakai sebagai tes kemampuan komunikasi matematis. Dengan demikian hanya empat dari lima soal yang dapat dipakai sebagai tes kemampuan komunikasi matematis mahasiswa Teknik Elektro Fakultas Teknik Unimal.

a. Uji normalitas, menggunakan rumus chi-kuadrat (*chi-square*) sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan :  $\chi^2$  = chi-kuadrat

$f_o$  = frekuensi dari yang diamati

$f_e$  = frekuensi yang diharapkan.

Langkah berikutnya adalah membandingkan  $\chi^2_{hitung}$  dengan  $\chi^2_{tabel}$  dengan derajat kebebasan (dk) = J-3. Dalam hal ini J menyatakan banyaknya kelas interval. Jika  $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Hipotesis  $H_0 ; \mu_{A1} = \mu_{A2}$

$H_a ; \mu_{A1} > \mu_{A2}$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Dengan derajat kebebasan:  $n_1 + n_2 - 2$

$$S^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{(n_1 + n_2 - 2)} \quad 11$$

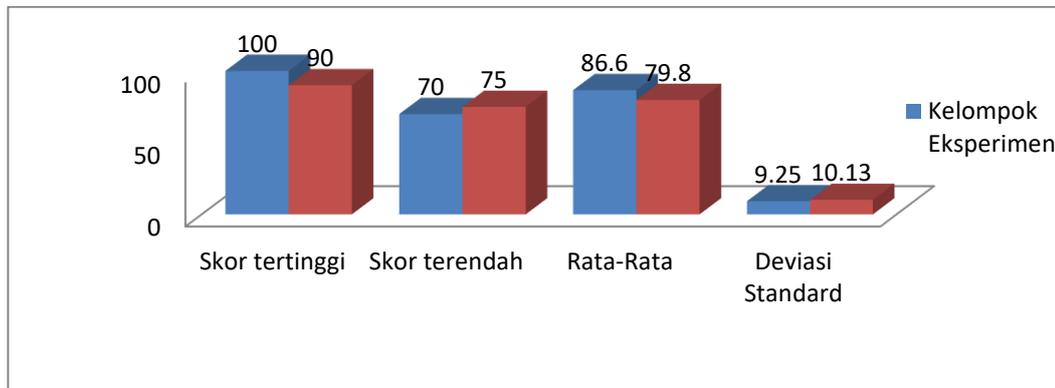
### C. Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukan pengolahan data hasil tes, diperoleh skor terendah ( $X_{\min}$ ), skor tertinggi ( $X_{\max}$ ), skor rata-rata ( $X_{\text{rata-rata}}$ ) dan deviasi standar ( $s$ ) untuk kelompok eksperimen dan kontrol seperti tampak pada Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2. Skor Terendah, Skor Tertinggi, Rata-Rata dan Deviasi Standar**

Kelompok	SMI	$X_{\min}$	$X_{\max}$	$\bar{X}$ rata-rata	$S$
Eksperimen	100	75	100	86,6	9,25
Kontrol	100	70	77	79,8	10,13

Keterangan: SMI = Skor Maksimal Ideal



**Diagram 1. Hasil Tes Belajar pada kelas eksperimen dan kelas kontrol**

Berdasarkan hasil uji rata-rata *mann-whitney* kemampuan komunikasi matematis mahasiswa kelas yang memperoleh pembelajaran melalui penerapan e-learning dengan aplikasi edmodo dan konvensional seperti terlihat pada tabel 3 di atas diperoleh nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  yaitu 0,000. Hasil  $t_{\text{hitung}} = 2,948$  dan  $t_{\text{kritis}} = 1,6707$ . Karena nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{kritis}}$  maka  $H_0$  di tolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan komunikasi mahasiswa matematis di kelas

<sup>11</sup> Sujdana,... h. 239

yang memperoleh pembelajaran melalui penerapan e-learning dengan aplikasi edmodo berbeda dari pada kemampuan komunikasi matematis mahasiswa yang memperoleh pembelajarann secara konvensional.

Hasil pengujian hipotesis data kemampuan komunikasi matematis mahasiswa dapat dilihat pada rangkuman hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3. Rangkuman Pengujian Hipotesis pada Taraf Signifikansi 0,05**

Hipotesis Penelitian	Jenis Uji Hipotesis	Hasil
Ada peningkatan kemampuan komunikasi matematis mahasiswa Matematika Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal yang memperoleh pembelajaran dengan penerapan e-learning dengan aplikasi edmodo	Uji <i>Mann-Whitney</i>	Terdapat Perbedaan

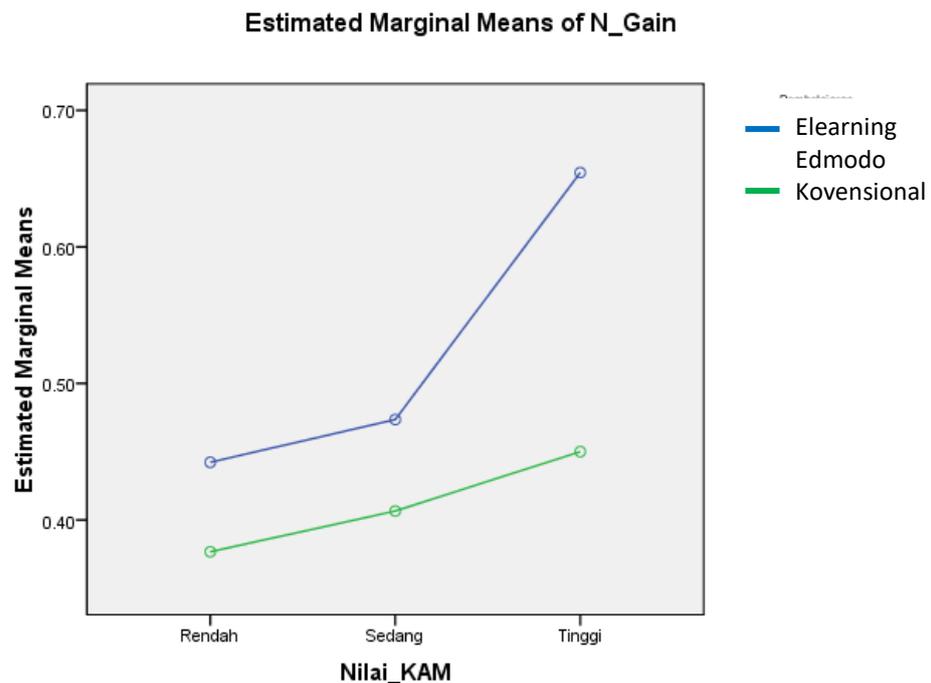
Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis data kemampuan komunikasi matematis mahasiswa Matematika Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan kemampuan komunikasi matematis mahasiswa mata kuliah Matematika dengan presentasi sebanyak 15,76% Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal yang memperoleh pembelajaran dengan penerapan e-learning dengan aplikasi edmodo.

**Tabel 4. Rangkuman Uji ANAVA Faktorial 2 x 3 Kemampuan Komunikasi Matematis mahasiswa Berdasarkan Kemampuan Awal mahasiswa**

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Pembelajaran	.257	1	.257	14.853	.000
Nilai_KAM	.255	2	.127	7.373	.001
Pembelajaran * Nilai_KAM	.036	2	.018	1.052	.355
Error	1.124	65	.017		
Total	15.478	71			

Berdasarkan Tabel 4. terlihat bahwa nilai F untuk interaksi faktor pembelajaran dan faktor kemampuan awal matematika siswa sebesar 1,052 dengan nilai signifikansi sebesar 0,355. Nilai signifikansi ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, dan nilai  $F_{hitung}$  adalah 1,052 lebih kecil  $F_{tabel}$  adalah 2,000.

Secara grafik, interaksi tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1. Interaksi Antara Faktor Pembelajaran dengan Faktor Kemampuan Awal Matematis terhadap Kemampuan Komunikasi Matematis**

Hal ini dikarenakan pembelajaran yang menerapkan e-learning dengan aplikasi edmodo mampu mengkomunikasi dan diskusi yang sangat efisien untuk para dosen dan siswa, antara mahasiswa satu dengan lainnya dapat dengan mudah berinteraksi dan berdiskusi dengan pantauan langsung dari dosennya. Selain itu, aplikasi edmodo sebagai sarana yang tepat untuk ujian baik berupa tugas atau quiz, serta dalam memberikan soal dari mana saja dan kapan saja.

E-learning dengan aplikasi edmodo terdapat banyak fitur-fitur yang untuk menunjang proses pembelajaran. 1).*Polling* merupakan fitur khusus untuk dosen. 2) *Gradebook* yaitu catatan nilai mahasiswa baik nilai manual maupun nilai secara

otomatis. 3) *Quiz* hanya dapat dibuat oleh dosen, sedangkan mahasiswa hanya bisa mengerjakan soal quiz. 4) *File and Links* berfungsi untuk mengirimkan note dengan lampiran file dan link.. 5) *Library* bagi dosen untuk mengunggah bahan ajar seperti presentasi, materi, video, gambar, sumber referensi, dan lain-lain. 6) *Assignment* fitur ini digunakan oleh Dosen untuk memberikan tugas kepada mahasiswa secara online yang dilengkapi dengan waktu deadline, 7) *Award Badge* untuk memberikan suatu penghargaan kepada mahasiswa atau grup. Fadli dkk menyatakan bahwa “*The work of students in the form of training, evaluation, or questions and responses will be stored in the program are made, to facilitate teachers to recapitulate (correcting) the work of these students. Implementation of web-based instructional model offers very promising opportunities for the development of a new learning model that is more exciting, interactive, dynamic, hi-tech, and controlled*”.<sup>12</sup>

Kosasi (2015) menyatakan bahwa teknologi E-learning dapat memotivasi komunitas dosen dan mahasiswa untuk dapat saling berkolaborasi antara satu dengan yang lainnya antara lain dengan membuat komentar-komentar yang berisi pembahasan materi pelajaran dan diskusi mengenai tugas sekolah. mahasiswa dapat mengulang materi yang sulit dan bebas mendownload informasi pembahasan materi.<sup>13</sup> Orang tua atau wali mahasiswa dapat ikut serta memonitor pembelajaran dan berkomunikasi dengan dosen pembimbing mata kuliah..

#### Keterbatasan

1. Hanya 7 % wali atau orang tua mahasiswa yang merespon e-learning.

---

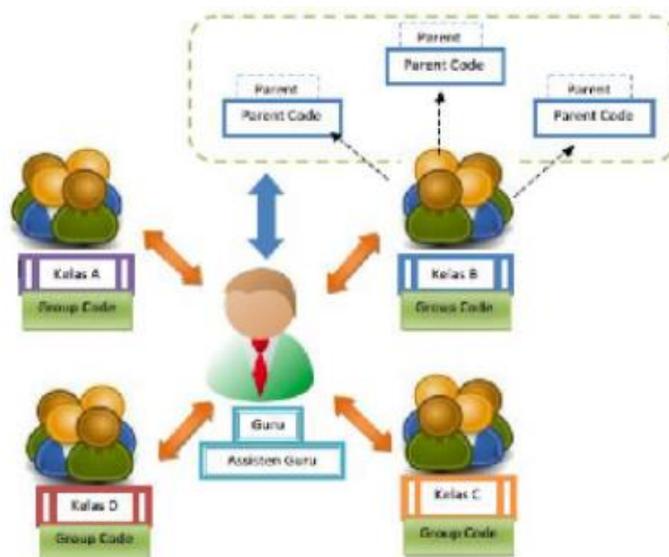
<sup>12</sup> Fadli, Basuki Wibawa, Zulfiati Syahrial. (2013). Design Of Social Network Learning Model. *PROCEEDINGS The First South East Asia Design/ Development Research (SEA-DR) International Conference “Design Research for Change and Innovation” 22 – 23 April 2013*. Palembang, ISBN : 978-602-17465-1-6.

<sup>13</sup> Kosasi Sandy (2015). Perancangan E-learning untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dosen dan Siswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Informatika (SENAPATI 2015)*. 12 September 2015. Singaraja –Bali, ISSN 2087-2658

2. Mahasiswa sebagian di edmodo lebih senang *chatting* dengan kawan daripada mengerjakan tugas atau mempelajari bahan yang disediakan.



**Gambar 1 Beranda E-Learning Edmodo**



**Gambar 2 Kalaborasi Dalam Edmodo**

#### **D. Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Ada peningkatan kemampuan komunikasi matematis mahasiswa Teknik Sipil Fakultas Teknik Unimal yang memperoleh pembelajaran dengan penerapan *e-learning* dengan aplikasi edmodo. dengan presentasi sebanyak 15,76%

## Daftar Pustaka

- Afgani, D. J. 2011. *Analisis Kurikulum Matematika*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Darmawan, Deni. 2012. *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Escuder, Ana., Furner, Joseph M. 2011. Impact of GeoGebra in Math Teacher's Professional Development. *Proceedings of the Twenty-third Annual International Conference on Technology in Collegiate Mathematics*. 17-20 Maret 2011. Denver, Colorado, Hal. 76-84.
- Fadli, Basuki Wibawa, Zulfiati Syahrial. 2013. Design Of Social Network Learning Model. *PROCEEDINGS The First South East Asia Design/ Development Research (SEA-DR) International Conference "Design Research for Change and Innovation" 22 – 23 April 2013*. Palembang, ISBN : 978-602-17465-1-6.
- Kosasi Sandy. 2015. Perancangan E-learning untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dosen dan Siswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Informatika (SENAPATI 2015)*. 12 September 2015. Singaraja –Bali, ISSN 2087-2658.
- Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
- Ruseffendi, E. T. 1988. *Pengantar kepada Membantu Dosen dalam Mengembangkan Kompetensinya dalam Pengajaran Matematika untuk Meningkatkan CBSA*. Bandung: Tarsito.
- Saputro, Bagus Ardi., Prayito, Muhammad., dan Nursyahidah, Farida. (2015). *Media Pembelajaran Geometri Menggunakan Pendekatan Pendidikan Matematika Realistik Berbasis GeoGebra*. Kreano, Jurnal Matematika Kreatif-Inovatif 6 (1): 34-39
- Sadirman. 2007. *Pendekatan Pembelajaran Matematika dengan Komunikasi Matematika*. Bandung: CV Media Utama.
- Saragih, S. 2007. *Mengembangkan Kemampuan Berpikir Logis dan Komunikasi Matematik mahasiswa Sekolah Menengah Pertama Melalui Pendekatan Matematika Realistik*. Disertasi Doktor pada PPS UPI: Tidak diterbitkan.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, E. 2003. *Strategi Pembelajaran Matematika Kontemporer*. Bandung: Jurusan Pendidikan Matematika FPMIPA UPI.
- Sudjana. 2005 *Metode Statistik*. Bandung: Tarsito.
- Turmudi. 2010. *Pembelajaran Matematika Kini dan Kecenderungan Masa Mendatang*. Bandung: JICA FPMIPA UPI.
- Undang-undang No. 14 Tahun 2005 tentang Dosen dan Guru.
- Wijaya, A. 2012. *Pendidikan Matematika Realistik Suatu Alternatif Pendekatan Pembelajaran Matematika*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Zahari, CL. 2010. *Meningkatkan Kemampuan Komunikasi dan Pemahaman Matematika Siswa dengan Media Autograph pada Siswa Kelas XII IPA SMU Swasta Istiqlal Delitua*. Tesis. PPS Unimed

**PENGARUH KOMUNIKASI *INTERPERSONAL* PIMPINAN-BAWAHAN  
TERHADAP MOTIVASI KERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL DI  
LINGKUNGAN KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN  
ACEH UTARA**

Teuku Erdika Usiandra  
KUA Blang Mangat  
Email: [t\\_rdk@yahoo.co.id](mailto:t_rdk@yahoo.co.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal pimpinan-bawahan terhadap motivasi kerja di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara. Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan komunikasi interpersonal dengan teori pengungkapan diri (*self disclosure theory*). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbentuk angket yang disebarakan kepada responden sejumlah 105 orang pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara. Instrumen data diuji coba dengan uji validitas dan reliabel. Data penelitian ini diolah dan dianalisis secara statistik deskriptif dan inferensial. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t menunjukkan terdapat pengaruh yang positif komunikasi interpersonal pimpinan bawahan terhadap motivasi kerja pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara. Dan berdasarkan uji r, pengaruh komunikasi Interpersonal sebesar 9,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara komunikasi interpersonal pimpinan-bawahan dengan motivasi, semakin tinggi komunikasi interpersonal pimpinan-bawahan maka semakin meningkatkan motivasi kerja pegawai.

**Kata Kunci :** Komunikasi Interpersonal, Motivasi, Kerja

**Abstract**

*This study aims to determine the effect of interpersonal communication between leaders and subordinates on work motivation in the office the Ministry of Religion of North Aceh Regency. This study uses a correlation method with quantitative research. The approach used the interpersonal communication approach with self disclosure theory. Data collection technique uses a questionnaire in the form of a questionnaire distributed to respondents totaling 105 civil servants in the office the Ministry of Religion in North Aceh Regency. Data instruments were tested with validity and reliability tests. The data of this study were processed and analyzed statistically descriptive and inferential. The results of hypothesis test by using the t-test showed that there was a positive influence on the interpersonal communication of subordinate leaders on the motivation of civil servants to work*

*within the office the Ministry of Religion of North Aceh Regency. Based on the r test, the influence of interpersonal communication is 9.4% and the rest is influenced by other variables. Positive regression coefficient means there is a positive relationship between leader subordinate interpersonal communication with motivation, the higher the leader subordinate interpersonal communication increases employee work motivation.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Motivation, Work*

## **A. Pendahuluan**

Komunikasi dalam suatu organisasi berfungsi sebagai sebuah kekuatan untuk mempertahankan eksistensi organisasi, tanpa komunikasi organisasi tidak mungkin berfungsi dengan baik.<sup>1</sup> Maka, komunikasi yang paling efektif untuk mewujudkan interaksi antara pimpinan-bawahan dalam sebuah organisasi adalah dengan komunikasi *interpersonal*. Komunikasi *interpersonal* merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal ataupun non verbal.<sup>2</sup> Komunikasi *interpersonal* berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Pada saat tatap muka antara pembicara dan pendengar terjadi kontak pribadi (*personal contact*), maka pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika pesan disampaikan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*), pada saat itu komunikator dapat mengetahui tanggapan komunikan terhadap pesan yang disampaikan.

Komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan akan berhasil, apabila ada kepercayaan dan keterbukaan antara pimpinan-bawahan.<sup>3</sup> Dengan komunikasi *interpersonal* akan terjadi tukar menukar ide atau gagasan di antara pimpinan dan bawahan dalam rangka memperoleh informasi yang akurat tentang pelaksanaan suatu kegiatan atau pemecahan masalah. Semakin banyak informasi yang diketahui pegawai, maka akan semakin baik pula mereka menyelesaikan tugas-

---

<sup>1</sup> J. Permana, 2003, *Teknik Komunikasi Interpersonal dan Usaha Membina Kerjasama* (Bandung: Modul), h.18

<sup>2</sup>Dedi Mulyana. 2002, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), h.73

<sup>3</sup>Arni Muhammad, 2007, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara), h.172

tugas yang diembannya.<sup>4</sup> Salah satu upaya penting yang patut menjadi perhatian utama pimpinan untuk membangun lingkungan kerja yang harmonis adalah bagaimana cara memberikan motivasi kepada pegawai untuk melakukan pekerjaan dengan baik.

Motivasi secara sederhana dapat diartikan *motivating*, yang secara implisit berarti bahwa pimpinan suatu organisasi berada di tengah-tengah bawahannya, dengan demikian dapat memberikan bimbingan, instruksi, nasehat dan koreksi jika diperlukan.<sup>5</sup> Motivasi pegawai yang diharapkan dalam suatu organisasi tidak terwujud dalam sekejap, melainkan harus diupayakan melalui suatu proses. Proses ini dapat berlangsung melalui komunikasi *interpersonal* yang dibangun antara pimpinan-bawahan. Komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan dalam bentuk komunikasi terbuka dan membina, dilakukan dalam rangka mewujudkan saling memahami diantara pimpinan-bawahan. Oleh karena itu komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan menjadi sangat penting perannya dalam upaya menumbuhkembangkan motivasi kerja pegawai.

Berdasarkan pengamatan awal yang penulis lakukan, menunjukkan bahwa komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara sudah berjalan meskipun belum terlalu maksimal. Sedangkan motivasi kerja pegawai di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara masih perlu ditingkatkan. Terlihat dari kurangnya tanggung jawab pegawai dalam mengerjakan pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Disamping itu masih banyak pegawai yang melakukan pekerjaan yang tidak ada hubungan dengan tugas dinas pada jam kerja. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan terhadap motivasi kerja Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara.

---

<sup>4</sup>G. M. Goldhaber, 1990, *Komunikasi dalam Organisasi*, (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka), h. 8

<sup>5</sup>Sondang P. Siagian, 2003, *Teori & Praktek Kepemimpinan* (Jakarta: Rineka Cipta), h.129.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Komunikasi *Interpersonal***

Komunikasi *interpersonal* yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya. Menurut Devito, komunikasi *interpersonal* sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik secara seketika.<sup>6</sup> Komunikasi *interpersonal* meliputi dua hal, yaitu pertukaran pesan dan penciptaan hubungan. Hal ini disebabkan komunikasi *interpersonal* umumnya berlangsung antar dua individu secara tatap muka (*face to face*). Pada saat tatap muka antara komunikator dengan komunikan terjadi kontak pribadi (*personal contact*), yaitu pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika pesan disampaikan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*), pada saat itu komunikator dapat mengetahui tanggapan komunikan terhadap pesan yang disampaikan.

Komunikasi *interpersonal* bersifat dialogis karena mereka yang terlibat dalam komunikasi ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya pengertian bersama (*mutual understanding*) dan empati. Disamping itu juga arus balik bersifat langsung, sehingga komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidak, jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya. Dari proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing-masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia.

### **2. Ciri-ciri Komunikasi *Interpersonal* yang Efektif**

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi.

---

<sup>6</sup>Devito, 1997, *Komunikasi Antar Manusia*, Terj. Maulana A (Jakarta: Profesional Books), h.230.

Atau dapat dikatakan komunikasi yang efektif merupakan saling bertukar informasi, ide, kepercayaan, perasaan dan sikap antara dua orang yang hasilnya sesuai dengan harapan. Komunikasi interpersonal mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:<sup>7</sup>

1. Keterbukaan (*openness*) adalah kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan *interpersonal*. Secara psikologis, apabila individu mau membuka diri kepada orang lain, maka orang lain yang diajak bicara akan merasa aman dalam melakukan komunikasi *interpersonal* yang akhirnya orang lain tersebut akan turut membuka diri.
2. Empati (*empathy*) adalah merasakan apa yang dirasakan orang lain atau proses ketika seseorang merasakan perasaan orang lain dan menangkap arti perasaan itu kemudian mengkomunikasikannya dengan kepekaan sedemikian rupa hingga menunjukkan bahwa ia sungguh-sungguh mengerti perasaan orang lain itu.
3. Dukungan (*supportiveness*) adalah situasi yang terbuka untuk mendukung agar komunikasi berlangsung efektif.
4. Rasa positif (*positiveness*) adalah perasaan positif terhadap diri sendiri, kemampuan mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan kemampuan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk berinteraksi yang efektif.
5. Kesetaraan (*equality*) adalah pengakuan kedua belah pihak saling menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya.

---

<sup>7</sup>Devito, *Komunikasi Antar Manusia...*, h. 256 -264.

### 3. Teori Pengungkapan Diri (*Self Disclosure Theory*)

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pengungkapan diri (*Self Disclosure Theory*) yang dikemukakan oleh Sydney Marshall Jourad. Pengungkapan diri (*Self disclosure*) merupakan sebuah proses mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain.<sup>8</sup> Dalam melakukan interaksi antara individu dengan orang lain, apakah orang lain akan menerima atau menolak dan bagaimana seseorang ingin orang lain mengetahui tentang dirinya, semua itu ditentukan oleh bagaimana individu dalam mengungkapkan dirinya. Pengungkapan diri merupakan kebutuhan seseorang sebagai jalan keluar atas tekanan-tekanan yang terjadi pada dirinya. Jika komunikasi antara dua orang berlangsung dengan baik, maka akan terjadi *disclosure* yang mendorong informasi mengenai diri masing-masing ke dalam kuadran terbuka. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan yang ekstrem justru akan memberikan efek negatif terhadap hubungan.<sup>9</sup>

Devito juga menyatakan beberapa aspek yang terkandung dalam definisi tersebut yang mencakup<sup>10</sup>:

- a. Pengungkapan diri merupakan suatu bentuk komunikasi.
- b. Pengungkapan diri adalah informasi, dimana informasi yang dimaksudkan sebagai sesuatu hal yang belum diketahui sebelumnya oleh si pendengar, dengan kata lain informasi tersebut adalah pengetahuan baru.
- c. Pengungkapan diri adalah informasi mengenai seseorang yang meliputi isi pikiran, perasaan dan perilaku seseorang atau mengenai orang lain yang dekat dengan kita yang memiliki hubungan ketergantungan signifikan dengan kita.
- d. Pengungkapan diri mencakup informasi yang normalnya disembunyikan. Hal ini bukan hanya sekedar informasi yang belum diungkapkan sebelumnya, namun mengenai informasi yang sebelumnya tidak kita ungkap dan berusaha untuk menyimpan rahasia tersebut.

---

<sup>8</sup>Sears, D.O, Freedman, J.I, 1994, *Psikologi Sosial*, Alih Bahasa: Michael Adyanti (Jakarta: Erlangga), h.254.

<sup>9</sup>Littlejohn, 2002, *Theories of Human Communication*, (California: Wdsworth), h.161.

<sup>10</sup>Devito, *The Interpersonal Communication...*, h.139.

- e. Pengungkapan diri melibatkan sedikitnya satu orang lain. dalam melakukan pengungkapan diri, komunikasi yang dilakukan sedikitnya diantara dua orang (*komunikasi interpersonal*).

Menurut teori ini pengungkapan diri memiliki tiga dimensi, yaitu dimensi keluasan (*breadth*), kedalaman (*depth*) dan target atau sasaran pengungkapan diri. Dimensi keluasan mengacu pada cakupan materi yang diungkap dan semua materi tersebut dijabarkan dalam enam kategori informasi tentang diri sendiri, yaitu sikap dan pendapat, rasa dan minat, pekerjaan atau kuliah, uang, kepribadian dan tubuh. Selanjutnya dimensi kedalaman mengacu pada empat tingkatan yaitu tidak pernah bercerita kepada orang lain tentang aspek diri, berbicara secara umum, bercerita secara penuh dan sangat mendetail dan berbohong atau salah mengartikan aspek diri sendiri, sehingga yang diberikan kepada orang lain berupa gambaran diri yang salah. Sedangkan pada dimensi orang yang dituju (*target person*), sasaran pengungkapan diri terdiri atas lima orang yaitu ibu, ayah, teman pria, teman wanita dan pasangan.<sup>11</sup>

Dengan demikian pengungkapan diri sebagai bagian dari komunikasi *interpersonal* dipengaruhi oleh penilaian terhadap diri sendiri atau harga diri. Harga diri sebagai evaluasi terhadap diri sendiri sebagai hasil dari interaksi dengan teman dan anggota keluarga dapat mempengaruhi sikap individu terhadap dirinya dan terhadap orang lain. seseorang dengan harga diri tinggi dapat memandang dirinya sama dengan orang lain.<sup>12</sup> pengungkapan diri pada orang dengan harga diri tinggi disebabkan adanya sikap jujur, terbuka dan percaya pada kemampuan sendiri. Kejujuran dalam pengungkapan diri ditunjukkan dengan tindakan menyampaikan informasi yang sebenarnya tentang dirinya. Sedangkan rasa percaya diri merupakan modal dasar untuk berani membuka diri kepada orang lain. Maka harga diri rendah dapat menghambat pengungkapan diri, karena harga diri rendah dicirikan sebagai sikap yang pasif dan rendah diri dalam berkomunikasi.

---

<sup>11</sup>M.S. Jourard, 1964, *The Transparen Self: Self Disclosure and Well Being*, (New York: Van Nostrand reonhold Company), h.160.

<sup>12</sup>G. Dariuszky, 2004, *Membangun Harga Diri* (Bandung: CV. Pionir Jaya), h.12.

Norman dan Wrights dalam Kuntaraf menambahkan bahwa harga diri rendah menyebabkan individu menjadi tertutup dalam berkomunikasi, sehingga mengalami kesulitan dalam menceritakan dirinya yang sebenar.<sup>13</sup> Orang dengan harga diri rendah memiliki penilaian yang salah terhadap orang lain dan tingkah laku yang mereka tunjukkan dapat mengurangi penilaian orang terhadap dirinya. Selain itu juga individu dengan harga diri rendah lebih senang berperan sebagai pendengar dan enggan untuk turut aktif dalam pembicaraan, sehingga komunikasi yang terjadi bersifat satu arah.

#### 4. Motivasi Kerja

Motif seringkali diistilahkan sebagai dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motif tersebut merupakan *driving force* (penggerak) yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu.<sup>14</sup> Menurut Danim, motivasi merupakan kondisi psikologis dari hasil interaksi kebutuhan pegawai dan faktor luar yang mempengaruhi perilaku seorang pegawai.<sup>15</sup> Motivasi juga diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan dan mengarahkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan.<sup>16</sup> Sedangkan menurut Mangkuprawira, motivasi merupakan dorongan yang membuat pegawai melakukan sesuatu dengan cara dan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>17</sup>

Motivasi itu timbul tidak saja karena ada stimulus di dalam dirinya, tetapi juga karena adanya stimulus dari luar, sebarangpun tingkat kemampuan yang dimiliki seseorang pasti butuh motivasi. Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri pegawai untuk menggunakan usaha yang tinggi untuk mencapai tujuan

---

<sup>13</sup>Kuntaraf, K. L. Kuntaraf, 1999, *.Komunikasi Keluarga Kunci Kebahagiaan Anda* (Bandung: Indonesia Publishing House), h.77.

<sup>14</sup>M. As'ad, 1995, *.Psikologi Industri: Seri Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Liberty), h. 45.

<sup>15</sup>Sudarman Danim, 2004, *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok* (Jakarta: Rineka Cipta), h.25.

<sup>16</sup>Berelson and Steiner, 2004, *Consumer Behaviour Implication*, (Dallas, Texas: Busines Publication Inc), h.67.

<sup>17</sup>TB. Sjafrri Mangkuprawira, 2007, *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), h.97.

organisasi dan memenuhi kebutuhan pegawai itu sendiri. Motivasi akan mendorong apakah pegawai akan melakukan sesuatu tindakan tertentu atau bahkan tidak melakukan tindakan apapun untuk memenuhi kebutuhannya. Begitu besar motivasi mempengaruhi kerja pegawai, sehingga dapat dikatakan motivasi kerja adalah faktor penting bagi keberhasilan kerja. Hasil yang diharapkan ini merupakan tuntutan dari individu sendiri maupun tuntutan dari organisasi dimana individu tersebut bekerja.

Dalam pandangan Islam, motivasi yang paling kuat adalah dari diri sendiri seseorang. Motivasi sangat berpengaruh dalam gerak gerik seseorang dalam setiap tindak tanduknya. Dalam kaitannya dengan tingkah laku keagamaan motivasi tersebut sangat penting dalam rangka mengetahui apa sebenarnya latar belakang suatu tingkah laku keagamaan yang dilakukan seseorang. Dalam hal ini peranan motivasi sangat besarnya artinya dalam bimbingan dan mengarahkan seseorang terhadap tingkah laku keagamaan. Dijelaskan dalam AlQuran:

بِأَنْفُسِهِمْ مَّا يُغَيِّرُونَ وَاحْتَبَقُوا مِمَّا يُغَيِّرُونَ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ

Artinya: "...Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..." (Q.S. Ar-Ra'd: 11).

Kemampuan untuk belajar dan meningkatkan kemampuan dalam bekerja merupakan ukuran apakah motivasi bekerja untuk ibadah atau bukan. Motivasi untuk bekerja merupakan sebuah istilah yang digunakan dalam bidang perilaku keroganisasian (*organizational behaviour*), untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang terdapat pada diri individu yang menjadi penyebab timbulnya tingkat, arah dan persistensi (tindakan) upaya yang dilaksanakan dalam hal bekerja. Motivasi timbul karena dua faktor, yaitu faktor dari dalam diri manusia dan faktor dari luar diri manusia. Faktor dari dalam diri manusia disebut motivasi internal berupa sikap, pendidikan, kepribadian, pengalaman, pengetahuan dan cita-cita. Sedangkan faktor luar diri manusia (motivasi eksternal) berupa gaya kepemimpinan atasan, dorongan atau bimbingan seseorang dan perkembangan situasi.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Wursanto, 2009, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi* (Yogyakarta: Andi), h.131.

### C. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, yaitu penelitian yang berusaha menghubungkan antara satu variabel dengan variabel yang lain.<sup>19</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara berjumlah 105 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *total sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel atau jumlah sampel sama dengan populasi. Penelitian ini menggunakan instrumen yaitu kuisioner/ angket model skala likert dalam bentuk ceklis, terdiri dari nomor butir, pernyataan dan alternatif jawaban meliputi empat pilihan, yaitu: sangat setuju (SS) yang diberi skor = 4, setuju (S) diberi skor = 3, tidak setuju (TS) diberi skor = 2 dan sangat tidak setuju (STS) diberi skor = 1. Setelah dilakukan uji coba instrumen pada variabel komunikasi interpersonal sebanyak 13 item dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel motivasi kerja sebanyak 15 item terdapat satu item yang tidak valid yaitu item nomor 13. Dengan demikian item pertanyaan nomor 13 dinyatakan gugur (batal), sedangkan item yang dianggap valid ada sebanyak 14 item dan dapat digunakan dalam penelitian.

### D. Hasil Penelitian

#### 1. Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi *Interpersonal* (X)

Hasil pengolahan data variabel komunikasi *interpersonal* (X) menunjukkan bahwa skor minimal (nilai terendah) yang terjadi adalah 39 dan skor maksimal (nilai tertinggi) adalah 46, karena setiap butir berskala satu sampai dengan empat. Hasil perhitungan dari distribusi data diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 43,03, median (nilai tengah) sebesar 43, modus (nilai yang sering muncul) adalah 43 dan simpangan baku (standard deviasi) sebesar 1,339. Dari data tersebut menunjukkan rata-rata hitung, median dan modus tidak jauh

---

<sup>19</sup>Jalaluddin Rakhmat, 2005, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), h.31.

berbeda. Hal ini menggambarkan bahwa distribusi frekuensi variabel komunikasi *interpersonal* (X) sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

Sedangkan untuk mengetahui sebaran data tiap item pertanyaan variabel komunikasi *interpersonal* (X) dengan indikator komunikasi terbuka menunjukkan indikasi bahwa komunikasi terbuka pimpinan – bawahan sangat baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata (mean) ke enam pernyataan responden. Sekitar 92% responden memberikan pernyataan atau tanggapan positif terhadap pertanyaan tersebut dan sisanya sekitar 8% memberikan tanggapan tidak setuju. Berdasarkan data dan temuan penelitian diperoleh gambaran bahwa sekitar 17,1% dari 105 responden menyatakan sangat setuju komunikasi pimpinan-bawahan berjalan lancar, sebanyak 73,3% menyatakan setuju, dan 9,5% yang menyatakan tidak setuju. Sekitar 40,0% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan pimpinan bersikap terbuka kepada bawahan, 53,3% menyatakan setuju, dan 6,7% menyatakan tidak setuju.

Item pertanyaan dengan indikator komunikasi membina pimpinan – bawahan menunjukkan indikasi bahwa komunikasi membina pimpinan – bawahan sangat baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata (mean) ke tujuh pernyataan responden. Sekitar 93,51% responden memberikan pernyataan atau tanggapan positif terhadap pertanyaan tersebut dan sisanya sekitar 6,49% memberikan tanggapan tidak setuju. Berdasarkan hasil data tersebut diketahui bahwa sekitar 28,6% dari 105 responden menyatakan sangat setuju bahwa pimpinan sangat sering memberikan pujian atau penghargaan kepada bawahan berprestasi baik, sekitar 59,0% menyatakan setuju, dan 12,14% menyatakan tidak setuju. Sedangkan 40,0% menyatakan sangat setuju bahwa pimpinan memberikan sanksi kepada bawahan yang tidak disiplin, sekkitar 53,3% menyatakan setuju, dan 6,7% menyatakan tidak setuju. Kemudian 57,1% menyatakan sangat setuju bahwa pimpinan memberikan tugas dan tanggungjawab kepada setiap bawahan, sekitar 37,1% menyatakan setuju, dan sekitar 5,7% menyatakan tidak setuju. Kemudian 52,4% responden menyatakan sangat setuju bahwa pimpinan berusaha memberikan motivasi kepada bawahan, 43,8% menyatakan setuju, dan 3,8% menyatakan tidak setuju. Kemudian sekitar 41,0% responden menyatakan sangat

setuju bahwa pimpinan sangat sering membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi bawahan, 53,3% menyatakan setuju dan 3,8% menyatakan tidak setuju.

## **2. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Kerja (Y)**

Motivasi kerja dalam penelitian ini adalah dorongan yang membuat pegawai melakukan tugas di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara. Berkaitan dengan penyelenggaraan motivasi kerja pegawai terdapat indikator semangat kerja, cara kerja dan hasil kerja. Selanjutnya pengumpulan data variabel motivasi (Y) dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 14 item pertanyaan kepada 105 responden penelitian. Hasil pengolahan data variabel motivasi (Y) menunjukkan bahwa skor minimal (nilai terendah) yang terjadi adalah 33 dan skor maksimal (nilai tertinggi) adalah 50, karena setiap butir berskala satu sampai dengan empat. Hasil perhitungan dari distribusi data diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 43,23, median (nilai tengah) sebesar 44, modus (nilai yang sering muncul) adalah 43 dan simpangan baku (standard deviasi) sebesar 3,732. Dari data tersebut menunjukkan rata-rata hitung, median dan modus tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan bahwa distribusi frekuensi variabel motivasi (Y) sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

Untuk sebaran data tiap item pertanyaan variabel motivasi (Y) dengan dimensi semangat kerja menunjukkan indikasi bahwa semangat kerja pegawai sangat baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata (*mean*) ke empat pernyataan responden. Sekitar 77,3% responden memberikan pernyataan atau tanggapan positif terhadap pertanyaan tersebut dan sisanya sekitar 22,7% memberikan tanggapan tidak setuju. Dan sebaran data item pertanyaan dengan dimensi cara kerja menunjukkan indikasi bahwa cara kerja pegawai sangat baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata (*mean*) ke empat pernyataan responden. Sekitar 77,5% responden memberikan pernyataan atau tanggapan positif terhadap pertanyaan tersebut dan sisanya sekitar 22,5% memberikan tanggapan tidak setuju.

Sebaran data item pertanyaan dengan dimensi hasil kerja menunjukkan indikasi bahwa hasil kerja pegawai sangat baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata (*mean*) ke empat pernyataan responden. Sekitar 84,25% responden memberikan pernyataan atau tanggapan positif terhadap pertanyaan tersebut dan sisanya sekitar

15,75% memberikan tanggapan tidak setuju. Berdasarkan hasil data tersebut diketahui bahwa sekitar 44,8% dari 105 responden menyatakan sangat setuju pada pernyataan “setiap hasil kerja yang telah dikerjakan layak mendapat penghargaan”, sekitar 36,2% menyatakan setuju, 18,1% menyatakan tidak setuju dan sekitar 1,0% menyatakan sangat tidak setuju. dan sekitar 27,6% responden menyatakan sangat setuju pada pertanyaan “situasi lingkungan kerja baik dan menyenangkan”, sekitar 63,8% menyatakan setuju, 7,6% menyatakan tidak setuju, dan hanya 1,0% yang menyatakan sangat tidak setuju.

### 3. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan uji regresi linier sederhana membuktikan komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan mempunyai pengaruh terhadap motivasi kerja pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara. Hal ini diindikasikan dari hasil uji t, dimana nilai t-hitung (6,153) > t-tabel (1,659) dan sig-p (0,000) < sig-a (0,05). Sedangkan koefisien regresi sebesar 1,448 menyatakan bahwa setiap penambahan atau kenaikan (karena positif) 1 komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan, maka motivasi (Y) akan mengalami peningkatan atau kenaikan sebesar 1,448. Begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan 1 komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan akan mengakibatkan penurunan motivasi pegawai sebesar 1,448, dengan persamaan regresinya:  $Y' = -19,067 + 1,448X$ . Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif komunikasi *interpersonal* terhadap motivasi, semakin tinggi komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan maka semakin meningkatkan motivasi kerja pegawai.

Sedangkan koefisien kontingensi menunjukkan seberapa besar pengaruh komunikasi *interpersonal* terhadap motivasi kerja dengan nilai sebesar 0,804. Dan berdasarkan tabel interval koefisien diketahui bahwa koefisien kontingensi sebesar 0,804 termasuk kategori sangat kuat. Sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan terhadap motivasi kerja pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara sangat kuat. Kemudian dari hasil analisis korelasi juga menunjukkan kontribusi variabel komunikasi *interpersonal* terhadap motivasi kerja pegawai,

yang dapat diketahui dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi, yaitu sebesar 0.269. Secara statistik nilai ini memberikan pengertian bahwa 26,9% variansi motivasi kerja pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara dipengaruhi oleh komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan. Artinya komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan yang berjalan efektif dapat mempengaruhi motivasi kerja pegawai.

#### **E. Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan terhadap motivasi kerja pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara, yang diuji dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, yaitu dengan Uji T dan Che-Square Test. Dan pengaruhnya sangat kuat berdasarkan koefisien kontingensi sebesar 0,804, Sedangkan persentase pengaruhnya sebesar 26,9%, sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif komunikasi *interpersonal* terhadap motivasi kerja, hal ini menunjukkan semakin tinggi komunikasi *interpersonal* pimpinan-bawahan maka semakin meningkatkan motivasi kerja pegawai.

## Daftar Pustaka

- Arni Muhammad. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Berelson and Steiner. 2004. *Consumer Behaviour Implication*. Dallas, Texas: Busines Publication Inc.
- Dedi Mulyana. 2002. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Devito. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*, Terj. Maulana A. Jakarta: Profesional Books.
- G. Dariuszky. 2004. *Membangun Harga Diri*. Bandung: CV. Pionir Jaya.
- G. M. Goldhaber. 1990. *Komunikasi dalam Organisasi*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- J. Permana. 2003. *Teknik Komunikasi Interpersonal dan Usaha Membina Kerjasama*. Bandung: Modul.
- Jalaluddin Rakhmat. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kuntaraf, K. L. Kuntaraf. 1999. *Komunikasi Keluarga Kunci Kebahagiaan Anda*. Bandung: Indonesia Publishing House.
- Littlejhon. 2002. *Theories of Human Communication*. California: Wdsworth.
- M. As'ad. 1995. *Psikologi Industri: Seri Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- M.S. Jourard. 1964. *The Transparen Self: Self Disclosure and Well Being*. New York: Van Nostrand reonhold Company.\
- Sears, D.O, Freedman, J.I.1994. *Psikologi Sosial*, Alih Bahasa: Michael Adyanti. Jakarta: Erlangga.
- Sondang P. Siagian. 2003. *Teori & Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudarman Danim. 2004. *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Jakarta: Rineka Cipta.
- TB. Sjafrri Mangkuprawira. 2007. *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wursanto. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi.

# KOMUNIKASI *INTERPERSONAL* PIMPINAN DAYAH DALAM MEMBANGUN SINERGISITAS

Almuhajir  
IAIN Lhokseumawe  
abujaadalhaq@yahoo.com

## **Abstrak**

Kepemimpinan dalam lembaga pendidikan Dayah merupakan peran pada usaha-usaha yang berhubungan dengan kegiatan atau proses mendidik dan mengajar disatu pihak, dan pada pihak lain yang berhubungan dengan usaha-usaha pengembangan ilmu pendidikan dan pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, baik di Dayah tradisional maupun modern. Komunikasi interpersonal Pimpinan Dayah merupakan komunikasi yang mempunyai efek besar dalam hal mempengaruhi orang lain terutama perindividu. Untuk membangun sinergisitas masyarakat Dayah, Pimpinan Dayah dapat membangun komunikasi interpersonal dengan empat elemen penting yaitu komunikasi dengan Teungku (Tenaga Pendidik), komunikasi dengan santri, komunikasi dengan staff/tenaga administrasi, dan komunikasi dengan lingkungan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Komunikasi, Interpersonal, Pimpinan, Sinergisitas, Dayah.*

## **Abstract**

*Leadership in Dayah educational institutions is a role related to activities or processes of educating and teaching. On the other hand, it relates to efforts to develop education and implementation of education and teaching, both in traditional and modern Dayah. Interpersonal communication of Dayah leadership is communication which has an effect on influencing every individual. To synergize Dayah community, Dayah Leaders can build interpersonal communication through four important elements, namely communication with Teungku (Educators), communication with students, communication with staff/administrative staff, and communication with community environment.*

**Keywords:** *Communication, Interpersonal, Leadership, Synergy, Dayah.*

## **A. Pendahuluan**

Pendidikan Islam dalam berbagai tingkatannya mempunyai kedudukan yang penting dalam Sistem Pendidikan Nasional (sisdiknas) sesuai dengan Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional sebagai sub-sistem pendidikan nasional menjadi semakin mantap. Di satu sisi bahwa pengakuan dan pemantapan kedudukan atau posisi pendidikan Islam dalam

sisidiknas tentu saja harus kita syukuri. Hal tersebut karena secara implisit juga menguatkan pengakuan bangsa terhadap sumbangan dan motivasi besar dari pendidikan Islam dalam upaya mendidik dan mencerdaskan bangsa.

Dalam konfigurasi sistem pendidikan nasional, pendidikan Islam di Indonesia merupakan salah satu variasi dari konfigurasi sistem pendidikan nasional, tetapi dalam realita pendidikan Islam tidak memiliki kesempatan yang luas untuk bersaing dalam membangun umat yang besar ini. Apalagi perhatian pemerintah yang dicurahkan pada pendidikan Islam sangatlah kecil porsinya padahal masyarakat Indonesia selalu diharapkan agar tetap berada dalam lingkaran masyarakat yang sosialis religius.<sup>1</sup> Dalam rangka menyahuti hal tersebut diatas, maka para tokoh pimpinan pendidikan Islam terus mengembangkan lembaga-lembaga pendidikan Islam kearah yang lebih baik.

Kepemimpinan mencakup distribusi kekuasaan yang tidak sama di antara pemimpin dan anggotanya. Pemimpin mempunyai wewenang untuk mengarahkan anggota dan juga dapat memberikan pengaruh, dengan kata lain para pemimpin tidak hanya dapat memerintah bawahan apa yang harus dilakukan, tetapi juga dapat mempengaruhi bagaimana bawahan melaksanakan perintahnya. Sehingga terjalin suatu hubungan sosial yang saling berinteraksi antara pemimpin dengan bawahan, yang akhirnya terjadi suatu hubungan timbal balik. Oleh sebab itu bahwa pemimpin diharapkan memiliki kemampuan dalam menjalankan kepemimpinannya, karena apabila tidak memiliki kemampuan untuk memimpin, maka tujuan yang ingin dicapai tidak akan dapat tercapai secara maksimal.

Dalam rangka pelaksanaan keistimewaan Aceh di bidang pendidikan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 44/1999 tentang Penyelenggaraan Keistimewaan provinsi Daerah Istimewa Aceh, harus mendapatkan prioritas utama dalam mendukung pendanaan dan program pembangunan provinsi Aceh. Dengan berlakunya Undang-Undang No. 18/2001 tentang Otonomi Khusus bagi Provinsi Daerah Istimewa Aceh sebagai Provinsi Aceh, maka peraturan Daerah No. 6/2000 tentang penyelenggaraan Pendidikan

---

<sup>1</sup>Muslih Usa, 1991, *Pendidikan Islam di Indonesia, Antara Cita dan Fakta (Suatu pengantar)* (Yogyakarta: Tiara Wacana), h. 11.

sebagai pelaksanaan Undang-Undang No 44/1999, perlu disesuaikan, tentang penyelenggaraan keistimewaan Provinsi Daerah Istimewa Aceh untuk dapat diterapkan dalam masyarakat luas.

Untuk menopang aturan dan kebijakan di atas, maka salah satu usaha yang dilakukan oleh masyarakat Aceh adalah mengembangkan lembaga-lembaga pendidikan Islam seperti madrasah dan pesantren dan terdapat juga lembaga pendidikan Islam dengan sebutan "Dayah". Dayah ini pada awalnya adalah suatu lembaga pendidikan Islam yang serupa dengan pesantren yang sifatnya non formal. Sebutan Dayah ini adalah peralihan dari madrasah/pesantren dan meunasah, yaitu lembaga-lembaga pendidikan Islam lokal yang berada di daerah Aceh. Pada umumnya di Aceh terdapat dua model Dayah yaitu Dayah salafy dan Dayah terpadu (modern). Dayah seperti kita baca dalam banyak referensi adalah suatu lembaga pendidikan yang telah lahir semenjak Islam menapak di Aceh. Karena itu lembaga pendidikan ini dianggap lembaga pendidikan tertua di Aceh bahkan di Indonesia. Sejak masa-masa kesultanan Islam di Aceh hanya lembaga pendidikan inilah yang telah berjasa mencerdaskan bangsa ini.

Mengikuti sejarah lahirnya Dayah-Dayah di Aceh kebanyakan atas inisiatif ulama itu sendiri karena ingin mengajar agama kepada masyarakat. Biasanya seseorang yang telah menamatkan pendidikan di Dayah sangat berhasrat untuk meneruskan keinginan gurunya untuk mengajarkan agama untuk masyarakat. Karena itu ulama-ulama tersebut sering awalnya menyediakan tanahnya sendiri untuk membangun sebuah bale pengajian. Jika nanti sudah maju biasanya akan ada yang mewakafkan tanah untuk diperluas menjadi kompleks Dayah. Tetapi ada juga kadang-kadang dimulai oleh masyarakat dengan menyediakan tanah dan bangunan *balee* awal kemudian mengundang seorang *Teungku* untuk mengajar di sana. Tetapi ketika sudah maju biasanya Dayah itu berkembang sendiri di bawah kepemimpinan *Teungku*. Di dalam suatu Dayah, komunikasi dapat terjadi antara Pimpinan Dayah dengan guru, guru dengan guru, guru dengan santri dan guru dengan orang tua santri.

Mengikuti pengelolaan Dayah secara umum kepemimpinannya ada pada *Teungku chik*, segala bentuk perencanaan dilakukan oleh *Teungku chik* sendiri.

Kalaupun terlibat orang lain hanya bersifat bantuan, apakah sumbangan pikiran atau membantu sesuatu yang telah direncanakan oleh *Teungku*. Dengan demikian maju atau mundurnya suatu Dayah sangat tergantung *Teungku* Chik sendiri. Sistem kepemimpinan seperti ini akan terbatas daya bangunnya karena sumber pemikiran yang terbatas. Termasuk terbatasnya daya jangkauan komunikasi untuk pengembangan. Karena potensi-potensi bantuan hanya dapat dijamah oleh kepopuleran seseorang *tengku*.

Suatu hal yang paling sering terjadi pada system Dayah salafi adalah begitu meninggalnya *Teungku* chik, mati juga Dayahnya. Karena seperti dijelaskan sebelumnya semua kebijakan ada pada *Teungku*. Sehingga ketika beliau tidak ada, orang lain tidak tahu cara melanjutkannya. Sangat beruntung jika *Teungku* memiliki keturunan yang alumni Dayah, baik anaknya atau menantunya sehingga bisa melanjutkannya. Berangkat dari beberapa fenomena di atas, dengan pendekatan konsep analisis maka dalam hal ini penulis mengangkat konsep komunikasi interpersonal Pimpinan Dayah dalam membangun sinergisitas masyarakat Dayah.

## **B. Essensi Komunikasi *Interpersonal***

Berbagai peristiwa komunikasi dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan, siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya. Teresa M. Stuart menjelaskan: “Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi”.<sup>2</sup> Sehubungan dengan itu, Everett M. Rogers mendefinisikan komunikasi sebagai : “...proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Teresa M. Stuart, 2003, “*The Communication Process*” dalam Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo), h.18.

<sup>3</sup>Everett M. Rogers, 2003), “*Communication Technology*” dalam Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo), h. 19.

Komunikasi dalam suatu organisasi kerja menempati peranan yang sangat penting, seseorang tidak mungkin dapat bekerja sendirian, melalui komunikasi individu dapat menjalin kerjasama dengan individu lainnya. Kerjasama dapat mempermudah pelaksanaan konsepsi kerja yang menjadi beban tugas organisasi yang pada akhirnya mewujudkan kondisi kerja yang efektif dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelaslah bahwa komunikasi hanya bisa terjadi jika seseorang menyampaikan informasi kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut sebagai komponen atau elemen komunikasi. Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Sebahagian besar pakar menilai bahwa terciptanya proses komunikasi cukup didukung oleh tiga unsur, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan. Sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan.

Selanjutnya, untuk mengetahui ketepatan dan kecepatan penyampaian informasi dalam memperoleh respon yang cepat dan tepat, maka komunikasi harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Sehubungan dengan itu Nawawi menjelaskan asas-asas komunikasi yang efektif sebagai berikut :<sup>4</sup>

1. Kejelasan (Clarity), Setiap informasi yang disampaikan harus jelas agar maksudnya tidak mungkin ditafsirkan lain oleh si penerima informasi tersebut.
2. Kesesuaian (Concistency), Informasi-informasi yang disampaikan tidak boleh bertentangan satu dengan lain sehingga membingungkan.
3. Kecukupan (Adequacy), Informasi harus cukup atau lengkap agar memadai untuk disampaikan.
4. Waktu (Timing/ Timelessness), Informasi harus disampaikan pada waktu yang setepat-tepatnya.

---

<sup>4</sup> Hadar Nawawi, 1988, *Administrasi Pendidikan* (Jakarta: CV. Haji Masagung), h. 50-52.

5. Penyebaran (Distribution), Informasi yang disampaikan harus mencapai orang yang tepat agar dapat dipergunakan secara efektif.
6. Keseragaman (Uniformity), Informasi yang bersifat umum harus disampaikan dalam bentuk yang sama atau seragam.
7. Menarik (Interest/ Acceptance). Komunikator harus berusaha agar bahan yang disampaikannya menarik dan dapat dimengerti oleh si penerima.

### **C. Kedudukan Pimpinan Dayah**

Sehubungan dengan kepemimpinan pada lembaga pendidikan, Burhanuddin menyatakan bahwa kepemimpinan pendidikan adalah merupakan suatu kesiapan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam proses mempengaruhi, mendorong, membimbing, mengarahkan dan menggerakkan orang lain yang ada hubungannya dengan pelaksanaan dan pengembangan pendidikan dan pengajaran, agar segenap pengetahuan dapat berjalan secara efektif dan efisien, yang pada gilirannya dapat mencapai tujuan pendidikan dan pengajaran yang telah ditetapkan.

Sementara itu, Hafulyon merumuskan pengertian kepemimpinan kependidikan sebagai satu kemampuan dan proses mempengaruhi, membimbing, mengkoordinir, dan menggerakkan orang-orang lain yang ada hubungannya dengan pengembangan ilmu pendidikan dan pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, agar pengetahuan-pengetahuan yang dijalankan dapat lebih efektif dan efisien di dalam pencapaian tujuan-tujuan pendidikan dan pengajaran. Pendapat lain dikemukakan oleh A.M Zuhri menyimpulkan bahwa “Kepemimpinan pendidikan adalah pengetahuan Pimpinan lembaga pendidikan yang berhubungan dengan pengajaran dan proses belajar mengajar di kelas untuk memahami pertumbuhan guru dan staf lainnya”.

Dari penjelasan diatas, maka kepemimpinan pendidikan dapat diartikan sebagai suatu kemampuan dan proses mempengaruhi, mengkoordinir, dan menggerakkan orang lain yang ada hubungannya dengan pengembangan ilmu pengetahuan dan pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, supaya kegiatan-kegiatan yang dijalankan dapat lebih efisien dan efektif di dalam pencapaian

tujuan-tujuan pendidikan dan pengajaran tersebut. Kepemimpinan pendidikan merupakan kemampuan untuk menggerakkan pelaksanaan pendidikan, sehingga tujuan pendidikan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Dengan demikian, dalam konteks Dayah, kepemimpinan pendidikan Dayah merupakan peran pada usaha-usaha yang berhubungan dengan kegiatan atau proses mendidik dan mengajar disatu pihak, dan pada pihak lain yang berhubungan dengan usaha-usaha pengembangan ilmu pendidikan dan pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, baik di Dayah tradisional maupun modern, supaya kegiatan-kegiatan yang dijalankan dapat lebih efektif dan efisien di dalam pencapaian tujuan-tujuan pendidikan, pembelajaran agama maupun umum.

Hasbi Amiruddin dalam bukunya “Menatap Masa Depan Dayah di Aceh” memaparkan secara umum sistem kepemimpinan Dayah yang ada di Aceh, antara lain:

### **1. Dayah Tradisional**

Mengikuti sejarah lahirnya Dayah-Dayah di Aceh, pembentuk atau membangun Dayah pada umumnya kebanyakan atas inisiatif ulama itu sendiri, karena dengan harapan besar agar ajaran agama Islam sampai kepada masyarakat. Biasanya seseorang telah menamatkan pendidikan di Dayah sangat berhasrat untuk meneruskan keinginan gurunya untuk mengajarkan agama untuk masyarakat. Jika nanti sudah maju biasanya akan ada yang mewakafkan tanah untuk diperluas menjadi komplek Dayah. Tetapi ada juga kadang-kadang dimulai oleh masyarakat dengan menyediakan tanah dan bangunan bale awal kemudian mengundang seorang *Teungku* untuk mengajar di sana. Tetapi ketika sudah maju biasanya Dayah itu berkembang sendiri di bawah kepemimpinan *Teungku*.

Dayah-Dayah yang dibangun oleh ulama sendiri biasanya menerima muridnya secara tradisional saja. Demikian juga dengan tempat tinggal, awalnya murid membangun sendiri baik secara pribadi atau bersama atau atas usaha bersama. Tetapi kemudian setelah banyak alumnus yang pulang banyak bilik-bilik yang dapat ditempati oleh murid-murid baru tanpa harus membangun sendiri. Kalaupun ada sumbangan untuk pembangunan dari masyarakat atau lembaga

tertentu atau pemerintah biasanya atas inisiatif *Teungku*. Demikian juga bangunan apa yang akan dibangun sangat tergantung pada pandangan *Teungku*. Untuk penghasilan *Teungku* sendiri juga harus dipikirkan oleh *Teungku* sendiri apakah dia bertani atau berdagang. Memang kadang kadang mereka juga mendapatkan sedekah tetapi jika hanya diandalkan sedekah saja tentu tidak cukup untuk keperluan biaya keluarga .

## **2. Dayah Terpadu/Modern**

Sementara Dayah terpadu biasanya dibangun oleh sesuatu lembaga atau sesuatu yayasan. Kalau suatu lembaga atau yayasan pasti terdiri dari beberapa orang pengurus dan secara berstruktur. Merekalah yang membuat perencanaan untuk membangun lembaga pendidikan seperti Dayah terpadu. Perencanaan dimulai dari tujuan mendirikan lembaga, para pelaksana termasuk guru, bangunan fisik, kurikulum sampai pada system pendanaan yang berimbang. *Teungku* hanya dibebani mengajar dan bagaimana menciptakan kualitas Dayah Sehingga Dayah itu menjadi tempat pengkaderan umat yang disenangi oleh masyarakat.

*Teungku* atau guru memang dilibatkan dalam aktivitas pembangunan, tetapi biasanya sekedar diminta sumbangan pikiran. Sedangkan aktivitas utama akan dilakukan oleh yayasan. Demikian juga kegiatan administrasi dan keuangan itu ditangani oleh yayasan. Sedangkan untuk kepentingan hari-hari dibentuk suatu organisasi pengelola mulai dari kepala yang bertanggungjawab, sekretaris, bendahara, bidang keuangan, bidang pengajaran dan bidang masak, asrama dan *santri*, semua diberikan *job discription* secara jelas.

## **D. Komunikasi *Interpersonal* Pimpinan Dayah**

### **1. Komunikasi dengan *Teungku* (Tenaga Pendidik)**

Pimpinan Dayah harus selalu berupaya memperkuat hubungan antara pihaknya dengan para *Teungku* melalui komunikasi interpersonal. Dengan mengembangkan berbagai bentuk komunikasi pada seorang Pimpinan Dayah memiliki peran besar dalam rangka memperkuat hubungan antara dirinya dengan para *Teungku*. Rasa percaya diri tersebut akan membuatnya penuh keyakinan dalam menghadapi berbagai kondisi. Dalam meningkatkan disiplin *Teungku* yaitu

mengarah pada kegiatan mendidik *Teungku* untuk patuh terhadap aturan Dayah dengan cara memanggil yang bersangkutan secara personal untuk dinasehati, sehingga tidak berdampak negatif terhadap *Teungku* lain, dan diajak bersama-sama untuk meningkatkan disiplin supaya dapat dicontohi oleh santri. Bentuk komunikasi Pimpinan Dayah yaitu berkomunikasi dari hati ke hati dalam momen dan tempat tertentu, di samping melakukan pertemuan mingguan. Sedangkan bentuk disiplin *Teungku* yang diharapkan Pimpinan Dayah ialah kehadiran tepat waktu, mengajar sesuai dengan perencanaan pembelajaran.

Dalam meningkatkan tanggung jawab *Teungku* yaitu komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam memecahkan masalah yang mungkin timbul dalam pembelajaran guna meningkatkan prestasi belajar santri. Bentuk tanggung jawab *Teungku* dalam pembelajaran, meliputi sebagai pengajar, pembimbing, administrator kelas, pengembangan kurikulum, pengembangan profesi dan membina hubungan masyarakat.

Untuk dapat meningkatkan pola komunikasi interpersonal yang baik, maka seorang Pimpinan Dayah harus menghormati kepribadian setiap *Teungku*. Sikap hormat ini menuntut suatu perhatian kepada para *Teungku* dengan segala kesulitan yang dihadapi di Dayah. Menghargai berbagai pendapat dan kritik yang dimunculkan, semua ini akan mendorong para *Teungku* merasa harus lebih loyal kepada Dayah dan lebih mencintai pekerjaannya, yang pada gilirannya akan ridha dengan pekerjaannya itu. Semua ini akan membantu dalam mewujudkan berbagai tujuan proses pendidikan dan pengajaran serta memenuhi kebutuhan batin dan sosial pada para *Teungku*. Pimpinan Dayah juga harus memberikan kesempatan kepada para guru dalam pengambilan berbagai keputusan yang khusus, yang berkaitan dengan aturan internal.

Selain itu, Pimpinan Dayah juga harus memberikan kepada mereka sebagian tanggung jawab dan konsekuensi, dengan memberikan kewenangan dalam rangka menjalankan tanggung jawab tersebut. Semua ini diharapkan akan memberikan sumbangan besar dalam membantu mereka untuk mengenal peran, kewajiban, dan tanggung jawabnya dalam lingkup wewenang yang telah diberikan kepadanya. Nabil As-samaluthi mengatakan, Pimpinan lembaga pendidikan harus

selalu berusaha mencairkan berbagai perselisihan yang terjadi di antara para guru, menghidupkan rasa lemah-lembut, kerja sama, dan saling mencintai di kalangan mereka sehingga proses pengajaran mampu memberikan hasil yang diharapkan. Hal itu pada akhirnya mampu memberikan sumbangan besar bagi pertumbuhan kepribadian para murid. Interaksi di kalangan para guru memberikan pengaruh besar kepada interaksi di kalangan para murid.<sup>5</sup>

Dengan komunikasi interpersonal, Pimpinan Dayah dapat membantu memecahkan persoalan pribadi mereka, karena seorang *Teungku* tidak akan mampu melepaskan segala permasalahannya ketika bekerja di Dayah selama belum ada jalan pemecahannya. Pada bagian lain Pimpinan Dayah harus memberikan bantuan dalam pemecahan permasalahan pribadi *Teungku* sesuai dengan kemampuannya.

## **2. Komunikasi dengan Santri**

Proses pendidikan dan pengajaran bukan Proses transfer ilmu belaka. Namun, memberikan sumbangan besar dalam peningkatan kemampuan dan kepribadian seseorang. Kepentingan Dayah tidak hanya terpaku pada transfer ilmu, tetapi lebih dari itu. Pimpinan Dayah harus berusaha menumbuhkan kepribadian yang baik pada seseorang agar bisa berbuat yang baik terutama untuk dirinya sendiri melalui komunikasi interpersonal. Pimpinan Dayah harus memperhatikan komunikasi interpersonal dengan santri agar dapat memberikan perubahan pola pikir bagi pertumbuhan santri sebagai anggota masyarakat demi mempersiapkan dirinya untuk menghadapi kehidupan.

Santri menjadi poros dari proses pengajaran. Oleh karena itu, Pimpinan Dayah yang terpersonifikasi pada Pimpinan lembaga pendidikan harus memahami batasan komunikasi interpersonal yang jelas dan teliti dengan para santri. Sekalipun hubungan tersebut sering berubah menjadi hubungan manajerial rutin, peninjauan nilai, dan peninjauan tingkah laku, tetapi hubungan tersebut harus bernuansa kemanusiaan yang memperhatikan kepribadian para santri. Seorang Pimpinan Dayah harus memiliki sikap keteladan dalam berkomunikasi di hadapan

---

<sup>5</sup>Nabil As-Samaaluuthi, *Dirasah fii Ijtima'iyyat At-Tarbiyah Al-Islamiyah*, dalam *At-Tandzim Al-Madrasi wa At-Tarbawi*, cet ke-2 (Jeddah: Daar Asy-Syuruq, tt), 46.

santri, karena karakter santri terkadang dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan seorang Pimpinan Dayah.

Pimpinan Dayah yang mengemban tugas administrasi Dayah memiliki peran yang sangat besar dalam mewujudkan komunikasi interpersonal yang baik dengan para santri. Pimpinan Dayah harus menghargai kepribadian para santri dengan cara bergaul dengan adil, yang akan memberi mereka rasa bahwa mereka adalah bagian dari Dayah serta harus mampu menciptakan kondisi yang cocok untuk berkomunikasi dan berdialog dengan mereka sehingga merasa bebas untuk mengemukakan berbagai pendapatnya. Hal itu menumbuhkan kepercayaan mereka terhadap Dayah dan menambah kedalaman hubungan mereka dengan Pimpinan Dayah. Sulaiman Al-Haqil mengatakan, "Ketika Pimpinan lembaga pendidikan memenuhi berbagai kebutuhan batin dan sosial para murid, maka secara meyakinkan akan tumbuhlah rasa cinta, kelemah-lembutan, dan kerjasama di antara mereka."<sup>6</sup>

Dalam komunikasi interpersonal, Pimpinan Dayah harus memperhatikan dan mempertimbangkan kondisi real para santri antara lain:

- a. Memperhatikan standar pengetahuan murid. Pimpinan Dayah mempersiapkan waktu untuk mengeksplorasi kecenderungan-kecenderungan santri dan berbagai kemampuan serta berbagai keterampilan mereka.
- b. Memperhatikan kegiatan-kegiatan Dayah dengan berbagai inovasinya. Hal itu dikarenakan kegiatan tersebut dapat menyatukan seluruh santri yang berbeda-beda tingkat kelasnya sehingga mampu memperkuat hubungan di antara mereka, yang disatukan dengan kesamaan kecenderungan dan kemampuan.
- c. Memperhatikan berbagai arahan dan nasihat untuk para santri dengan berbagai cara yang memunculkan rasa kasih sayang dan perhatian kepada mereka, baik di dalam maupun di luar kelas.

---

<sup>6</sup> Sulaiman Al-Haqil, 1414 H, *Al-Idarah Al-Madrasah wa Ta'bi'ah Quwaha Al-Basyariah fii Al-Mamlakah Al-Arabiah As-Su'udiah*, cet. Ke-6 (Riyadh: Daar Asy-Sibl), 48.

- d. Memperhatikan kebersamaan dengan para santri dalam pengambilan berbagai keputusan yang berkaitan dengan berbagai aturan Dayah sebatas kemampuan mereka.
- e. Memperhatikan berbagai persoalan santri dan mendiskusikannya serta mengenali berbagai cara pandang mereka.

Dengan memperhatikan beberapa hal dalam komunikasi interpersonal di atas, Pimpinan Dayah akan mampu merealisasikan sebuah kondisi yang penuh dengan kasih sayang, kelemah lembut, dan kerja sama di antara para santri dengan petugas, Pimpinan Dayah, serta para *Teungku*.

### **3. Komunikasi dengan Staff/Tenaga Administrasi.**

Para individu yang secara terus-menerus bergaul dengan Pimpinan Dayah dan memiliki peran sangat penting adalah para Staff/Tenaga Administrasi. Oleh sebab itu, Pimpinan Dayah harus berupaya memperkokoh komunikasi interpersonal, karena Pimpinan Dayah tidak mungkin dapat mengabaikan mereka. Merekalah yang menggerakkan roda manajerial Dayah.

Muhammad Al-Balihisyi mengatakan,<sup>7</sup> Pimpinan lembaga pendidikan selalu berupaya menjalankan kontrol terhadap para karyawan dari aspek pembagian tugas dan pengawasan atas pekerjaan mereka. Hubungan Pimpinan lembaga pendidikan dengan kelompok ini harus lebih istimewa. Hubungan baik yang berkembang atas dasar rasa hormat yang besar dan penghargaan atas berbagai usaha yang telah mereka sumbangkan, misalnya, menunjukkan berbagai kesalahan yang mereka perbuat, yang tidak mengurangi penghormatan kepada mereka atau menyakiti mereka sehingga menambah kokohnya hubungan antara Pimpinan lembaga pendidikan dengan mereka.

Penghargaan dan perhatian kepada keadaan mereka harus datang dari pihak Pimpinan lembaga pendidikan sehingga tidak membebani mereka dengan tugas-tugas yang tidak mampu mereka kerjakan. Dengan demikian, pihak manajemen akan mampu menggerakkan kemauan, semangat, dan dinamisme mereka dalam melaksanakan tugas yang mereka emban dengan penuh semangat

---

<sup>7</sup> Muhammad Shih Al-Balihisyi, 1412 H, *Al-Idarah Al-Madrasah baina An-Nadzairiah wa At-Tathbiq* (Jeddah: Daar Al-Bilad), h. 49.

dan rasa cinta kepada pekerjaannya sehingga akan mencerminkan gambaran yang indah bagi lembaga pendidikan dan manajemennya.

Selanjutnya, hubungan di antara mereka akan berdasarkan rasa saling cinta, saling kasih sayang, saling lapang dada, dan rasa kedekatan di mana tidak ada perbedaan di antara mereka. Hubungan yang baik antara *Teungku*, santri, dan Staff/Tenaga Administrasi akan memberikan pengaruh kepada kinerja Pimpinan Dayah. Berinteraksi baik dengan berbagai masyarakat Dayah, tentunya Pimpinan Dayah harus memiliki sikap-sikap yang baik agar kerjasama dalam sebuah lembaga akan terwujud. Sikap-sikap baik yang ditunjukkan oleh Pimpinan Dayah diyakini mampu memberikan sumbangan yang sangat besar dalam rangka memperkokoh interaksi sosial diantara para karyawan dilingkungan lembaga pendidikan.

#### **4. Komunikasi dengan Lingkungan Masyarakat**

Seorang Pimpinan Dayah merupakan mata rantai penting di antara hubungan Dayah setempat dengan masyarakat yang lebih luas. Oleh sebab itu, apabila proses mengajar dan belajar akan ditingkatkan, maka dukungan intelektual, teknis dan material harus dimanfaatkan secara tepat. Demikian pula hubungan komunikasi dengan masyarakat yang memberikan dukungan dalam pengembangan program perbaikan Dayah, perlu diusahakan secara terus-menerus.

Tujuan pokok pengembangan hubungan komunikasi yang efektif dengan masyarakat setempat, adalah untuk memungkinkan orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan Dayah. Program efektif tentang hubungan kerja sama antara Dayah dan masyarakat mendorong orang tua terlibat ke dalam proses pendidikan suatu Dayah melalui kerja sama dengan para di dalam perencanaan program pendidikan individual dari anak-anak mereka. Ada dua hal penting yang perlu dilakukan oleh Pimpinan Dayah, yaitu bagaimana memperoleh dukungan perbaikan dari masyarakat dan yang kedua, bagaimana memanfaatkan sumber-sumber daya yang diperoleh secara tepat, sehingga mampu meningkatkan proses belajar dan mengajar.

Menurut Fatah, partisipasi masyarakat dalam manajemen sekolah dimaksudkan sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan hasil

pendidikan di sekolah. Ukuran partisipasi masyarakat diukur dengan keikutsertaan masyarakat menanggung biaya sekolah baik yang masuk katagori bantuan pembangunan yang populer dengan istilah Dana Sumbangan Pendidikan (DSP) maupun iuran bulanan peserta didik partisipasi ini berikutnya dikembangkan kepada partisipasi mengambil kebijakan dan keputusan, partisipasi dalam melaksanakan, partisipasi dalam keuntungan, dan partisipasi dalam mengevaluasi.<sup>19</sup> Oleh karena itu, Pimpinan Dayah dalam rangka untuk mewujudkan satu perubahan penting dalam pendidikan, seorang Pimpinan Dayah memerlukan dukungan banyak sumber daya dari masyarakat. Dukungan yang diperlukan meliputi personil, dana yang diperlukan untuk mendukung tersedianya fasilitas, perlengkapan dan bahan-bahan pengajaran yang lain, dan dukungan berupa informasi, lembaga dan sikap politis.

## **F. Penutup**

Membangun sinergisitas masyarakat Dayah dilakukan dengan membangun komunikasi *interpersonal* pimpinan Dayah dengan empat elemen penting yaitu komunikasi dengan *Teungku* (Tenaga Pendidik) dengan substansi komunikasi dalam meningkatkan profesionalisme *Teungku* dayah, kinerja *Teungku* dayah, meningkatkan disiplin *Teungku* dayah. Komunikasi dengan Santri, dilakukan dengan memperhatikan dan mempertimbangkan kondisi real para santri antara lain memperhatikan standar pengetahuan murid, memperhatikan kegiatan-kegiatan Dayah dengan berbagai inovasinya.

Komunikasi dengan Staff/Tenaga Administrasi, Pimpinan Dayah selalu berupaya menjalankan kontrol terhadap para Staff/Tenaga Administrasi dari aspek pembagian tugas dan pengawasan atas pekerjaan mereka. Komunikasi dengan Lingkungan Masyarakat, ada dua hal penting yang perlu dilakukan oleh Pimpinan Dayah, yaitu memperoleh dukungan perbaikan dari masyarakat dan memanfaatkan sumber daya yang diperoleh secara tepat, sehingga mampu meningkatkan proses belajar dan mengajar.

---

<sup>19</sup>Nanang Fatah, 2004, *Konsep Manajemen Berbasis Sekolah (MBS), dan Dewan Sekolah* cet. 2 (Bandung: Pustaka Bani Quraisy), h. 114.

## Daftar Pustaka

- Al-Balihisyi, Muhammad Shih. 1412 H. *Al-Idarah Al-Madrasah baina An-Nadzairiah wa At-Tathbiq*, Jeddah: Daar Al-Bilad,
- Al-Haqil, Sulaiman. 1414 H. *Al-Idarah Al-Madrasah wa Ta'bi'ah Quwaha Al-Basyariah fii Al-Mamlakah Al-Arabiah As-Su'udiah*, cet. Ke-6, Riyadh: Daar Asy-Sibl.
- As-Samaaluuthi, Nabil. t.t. *Dirasah fii Ijtimaiyyat At-Tarbiyah Al-Islamiyah*, dalam *At-Tandzim Al-Madrasah wa At-Tarbawi*, cet ke-2, Jeddah: Daar Asy-Syuruq,
- Dinas Syari'at Islam Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. 2004. *Himpunan Undang-undang Keputusan Presiden Peraturan/Qanun Instruksi Gubernur*, Banda Aceh: Dinas Syariat Islam.
- Fatah, Nanang. 2004. *Konsep Manajemen Berbasis Sekolah (MBS), dan Dewan Sekolah* cet. 2, Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Nawawi, Hadari. 1988. *Administrasi Pendidikan*, Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Rogers, Everett M. 2003. "Communication Technology" dalam Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Stuart, Teresa M. 2003. "The Communication Process" dalam Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo,
- Usa, Muslih. 1991. *Pendidikan Islam di Indonesia, Antara Cita dan Fakta (Suatu pengantar)*, Yogyakarta: Tiara Wacana.