BAB II

KOMUNIKASI DAKWAH TAKMIR MASJID & KONFLIK ORGANISASI

A. Komunikasi Dakwah

1. Komunikasi

a. Pengertian

Untuk memahami tentang komunikasi, maka pertama kali perlu memahami definisi tentang komunikasi, walaupun definisi terhadap komunikasi sangat banyak, seorang peneliti bisa mengambil salah satu definisi atau beberapa definisi yang akan membantu untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.[1] Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya "sama", *communico*, *communicatio,* atau *communicare* yang artinya "membuat sama" (*to make common*).[2] Dari asal kata tersebut bisa dimaknai komunikasi adalah aktifitas untuk membangun kesamaan, kesamaan yang hendak dibangun adalah kesamaan makna yang terjadi diantara dua orang atau lebih.[3] Komunikasi adalah aktifitas untuk membangun kesamaan, kesamaan yang hendak dibangun adalah kesamaan makna yang terjadi diantara dua orang atau

[1] Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, Teori Komunikasi, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 4-5.
[2] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 46.
[3] Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih.[4] Dari pengertian tersebut menggambarkan bahwa setiap orang yang berkomunikasi adalah suatu aktifitas yang bertujuan untuk membangun kesamaan makna, sehingga dengan adanya kesamaan makna tersebut diharapkan akan mencapai suatu keharmonisan dalam kehidupan.

Dalam definisi yang lain komunikasi (*communication*) adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol baik berupa verbal ataupun nonverbal untuk menciptakan dan menerjemahkan makna didalam lingkungan mereka.[5] Dari pengertian ini menggambarkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang senantiasa berlangsung dalam kehidupan manusia, komunikasi bukan sesuatu yang berhenti, tapi ia akan senantiasa berproses, dimana proses komunikasi yang satu akan memberikan pengaruh terhadap proses komunikasi yang lain.

Dalam prakteknya, suatu komunikasi selalu mempunyai dua bentuk umum tindakan yakni penciptaan pesan dan penafsiran pesan.[6] Penciptaan pesan dilakukan oleh komunikator dan pemaknaan pesan dilakukan oleh komunikan, dimana proses ini penciptaan dan penafsiran berjalan secara dinamis, bisa jadi prosesnya berjalan satu arah, bisa juga berjalan dua arah.

---

[4] Ibid.
[5] Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, terj. Maria Natalia Damayanti Maer, (Jakarta: Salemba Humanika, 2007), 5.
[6] R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Usaha*, terj. Deddy Mulyana (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan menurut Menurut Harold Lasswell menyatakan, "cara baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan siapa?, mengatakan apa?, dengan saluran apa?, kepada siapa?, dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*).[7]

b. Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian Lasswell, dapat ditarik unsur-unsur dalam sebuah komunikasi, yakni:

1) *Who says?* (komunikator)

Komunikator merupakan individu atau kelompok yang menyampaikan ide, gagasan dalam bentuk pesan tertentu, dimana komunikator ketika menyampaikan pesan ini mempunyai tujuan tertentu.

2) *Says what?* (pesan)

Pesan merupakan isi dari sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan ini terdiri dari pesan verbal maupun non verbal. Pesan verbal berisi kata-kata yang diucapkan, sedangkan pesan nonverbal meliputi semua pesan yang diterangkan tanpa kata-kata, pesan nonverbal terdiri dari:

[7] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ekspresi wajah, sikap tubuh, nada suara, gerakan tangan, cara berpakaian, dan sebagainya.[8]

3) *In which channel?* (media)

Media merupakan saluran yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan. Media ini bisa berupa udara dalam komunikasi langsung, bisa juga melalui media elektronik seperti Televisi, Radio, Internet, dan lain-lain.

4) *To whom?* (komunikan)

Komunikan adalah individu, kelompok atau massa yang menerima pesan dan komunikator.

5) *With what effect?* (efek komunikasi).

Efek komunikasi adalah dampak komunikasi yang dihasilkan dari suatu penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator. Efek komunikasi ini bisa berupa pemahaman, perasaan, sikap, sampai dengan tindakan.[9]

Sebenarnya kelima unsur diatas, masih belum lengkap, bisa ditambahkan dengan unsur-unsur lainnya, yakni unsur keenam berupa umpan balik (*feed back*), unsur ketujuh berupa hambatan (*barriers/ noise),* dan unsur kedelapan berupa konteks atau situasi komunikasi.[10]

---

[8] Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 7-9.
[9] Ibid., 22-27.
[10] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adanya umpan balik sebagai bentuk respon dari komunikan setelah menerima pesan dari komunikator memberikan gambaran bahwa komunikasi merupakan suatu proses interaksi yang tidak hanya satu arah, tapi ia merupakan suatu proses yang saling mempengaruhi, sebagai suatu hubungan sebab-akibat. Umpan balik ini sekaligus pesan yang diberikan kepada komunikator pertama, sehingga dengan adanya pesan balik ini, komunikan posisinya berubah menjadi komunikator kedua yang menyampaikan pesan, sedangkan komunikator pertama posisinya berubah menjadi komunikan kedua, saling berganti peran, dan prosesnya begitu seterusnya. Sehingga dalam proses komunikasi setiap pihak adalah sumber sekaligus penerima pesan. Dalam suatu komunikasi semuanya berperan secara aktif, sehingga orang-orang yang terlibat dalam komunikasi adalah komunikator-komunikator yag aktif dalam menyampaikan dan menerima pesan. Proses komunikasi yang berlangsung dinamis seperti ini oleh Deddy Mulyana disebut dengan komunikasi sebagai Transaksi.[11]

Dalam komunikasi juga terdapat unsur hambatan komunikasi, hambatan komunikasi adalah segala hal yang menghambat proses penyampaian pesan, sehingga pesan tidak sampai atau tidak mencapai tujuan komunikasi. Beberapa bentuk hambatan komunikasi antara lain berupa gangguan, kepentingan, motivasi

[11] Ibid, 74-75.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terpendam, dan adanya prasangka.[12] Hambatan berupa prasangka merupakan hambatan yang menjadi penyebab konflik.[13]

Komunikasi juga berlangsung dalam suatu konteks tertentu. Konteks merupakan unsur komunikasi diluar orang-orang yang berkomunikasi, konteks komunikasi bisa bersifat:[14]

1) Konteks fisik, meliputi iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan
2) Konteks psikologis, meliputi sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi
3) Konteks sosial, meliputi norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya
4) Konteks waktu, meliputi hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam.

c. Fungsi Komunikasi

Secara fungsional, komunikasi dilakukan demi ragam kepentingan atau tujuan, utamanya untuk:[15]

1) Menyampaikan informasi (*to inform*).
2) Mendidik (*to educate*)

---

[12] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Cintra Aditya Abadi, 2007), 45-49.
[13] Charles R. Berger, Michael E. Rollof, & David R. Roskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2014), 422.
[14] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 77.
[15] Asep Syamsul M. Romli, "Komunikasi Dakwah", Pendekatan Praktis, dalam ebook: ASM. Romli, www.romeltea.com, (Bandung: Juni, 2013), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Menghibur (*to entertaint*)

4) Mempengaruhi (*to influence*).

Keempat fungsi itu pula yang diambil menjadi fungsi pers atau media massa sebagai sarana komunikasi massa, dengan menambahkan satu fungsi *social control* (pengawasan sosial).

d. Jenis-jenis Komunikasi

Komunikasi bisa bersifat penyampaian pesan satu arah, bisa dua arah atau timbal balik. Komunikasi juga bisa berupa komunikasi intra pribadi, komunikasi antarpribadi (antara dua orang atau lebih, atau kelompok), dan komunikasi massa. Komunikasi dalam penerapannya kemudian diterapkan dalam bidang tertentu yang kemudian menjadikan komunikasi lebih spesifik, misalnya komunikasi yang diterapkan pada bidang politik, maka muncul komunikasi politik, komunikasi yang diterapkan diorganisasi maka muncul komunikasi organisasi, komunikasi yang diterapkan dalam bidang kesehatan maka muncul komunikasi kesehatan, dan komunikasi yang diterapkan dalam bidang dakwah, maka muncul komunikasi dakwah.[16]

Menurut Dedy Mulyana indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan tingkatnya atau

[16] Charless R. Berger, Michael E. Rollof, dan David R. Roskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, terj. Derta Sri Widowatie, (Bandung: Nusa Media, 2014), 34-45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jumlah peserta yang terlibat. Berdasarkan jumlah peserta yang terlibat, komunikasi dapat dibedakan menjadi:[17]

1) Komunikasi intrapribadi

   Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) Komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri, misalnya berpikir. Dalam proses berpikir, manusia berkomunikasi dengan dirinya sendiri tentang suatu hal, tentang benar salahnya, tentang baik buruknya, yang kemudian dari hasil berpikir itu muncullah sikap dan sikap kemudian menjadi dorongan untuk berperilaku. Dalam komunikasi, komunikasi intrapribadi ini menjadi pijakan ketika manusia membangun komunikasi pada tahap yang lain, karena dalam setiap proses komunikasi manusia pasti akan melakukan proses pemaknaan yang disitu melibatkan aspek komunikasi intrapribadi.

2) Komunikasi antarpribadi

   Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi yang terjadi antara satu orang dengan orang yang lain secara langsung/tatap muka, yang memungkinkan setiap individu bisa menangkap reaksi individu yang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi diadik (*diadic communication*), yakni komunikasi 2 arah secara langsung

[17] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 78-84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diantara 2 orang, misalnya komunikasi suami-istri, komunikasi 2 orang sahabat, komunikasi seorang guru dengan seorang muridnya.

Kedekatan hubungan dalam komunikasi antarpribadi akan tercermin dari jenis-jenis pesan atau respon nonverbalnya seperti, sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Komunikasi antarpribadi sangat efektif digunakan untuk mempersuasi orang lain, karena didalanya kita dapat menggunakan seluruh panca indera kita untuk mempertinggi kualitas persuasif yang kita lakukan.

3) Komunikasi kelompok kecil

Kelompok merupakan kumpulan beberapa orang yang berkumpul bersama-sama, saling berinteraksi satu sama lain, untuk mencapai tujuan bersama, dan memandang diri mereka bagian dari kelompok, dan mempunyai peran masing-masing.

Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil (*small group communication*) , bersifat tatap muka, umpan balik bisa diidentifikasi secara langsung. Contoh dari komunikasi kelompok adalah komunikasi keluarga, komunikasi tetangga, komunikasi pada kelompok diskusi, dan lain-lain.

4) Komunikasi publik (pidato)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi seorang pembicara dengan sejumlah besar khalayak, yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi ini sering disebut dengan pidato, ceramah, atau kuliah umum. Ceramah agama yang dijalankan oleh AA Gym atau KH. Zainuddin MZ adalah satu bentuk komunikasi publik yang mengena. Beberapa pakar komunikasi manamainya dengan komunikasi kelompok besar (*large group communication).*

5) Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, baik secara formal (komunikasi vertikal atas kebawah, komunikasi horizontal) maupun informal (komunikasi dengan rekan kerja, termasuk selentingan, gosip), dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi juga melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan adakalanya komunikasi publik.

Ada 5 ciri yang membedakan komunikasi organisasi dengan komunikasi sosial yang lain, yaitu (1) Proses, (2) Terstruktur, (3)Bertujuan jelas (*intensional*), (4) Multi jenjang (*levels communication*), (5) Dapat diramalkan.[18]

[18] Andre Hardjana, *Komunikasi Organisasi,* (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2016), 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ruang lingkup komunikasi organisasi berdasarkan 'penerima' pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi internal dan komunikasi external organisasi. Bila dilihat dari 'fungsi' pesan, komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal dan komunikasi informal.[19]

6) Komunikasi massa

Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, koran, majalan) atau elektronik (televisi, radio, internet), berbiaya relatif mahal, dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya umum, disampaikan serentak, cepat, dan sekilas. Komunikasi yang lainnya seperti diatas juga ikut berlangsung didalam komunikasi massa.

2. Dakwah

Kata dakwah sendiri berasal dari ism masdar dari kata kerja دعا – يدعو - دعاءً – و دعوةُ memiliki arti beraneka ragam diantaranya; memanggil, mengundang, memohon, meminta/menyuruh datang.[20] Adapun kata دعا dengan seluruh perubahannya baik dalam bentuk *fi'il maadhi, fi'il mudhari', amar, ism fa'il, ism maf'ul, masdar* (فعل ماض, فعل مضارع,فعل لأمر, إسم مصدر,إسم مفعول, إسم فاعل) sebanyak kurang

[19] Ibid., 55.
[20] Attabik Ali & Warson Munawir, *Kamus Munawir*, (Yogyakarta: Krapyak, 1998), 438.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih 186 ayat dalam al-qur'an.[21] Hal ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya dakwah untuk manusia yang disampaikan Allah S.W.T. di dalam al-Qur'an.

Adapun pengertian dakwah ada bermacam pendapat ilmuan, Moch. Ali Aziz memaparkan 38 definisi dari ilmuwan, kemudian dari berbagai definisi tersebut, beliau mendefinisikan secara singkat bahwa dakwah adalah kegiatan peningkatan iman menurut syari'at Islam.[22] dakwah ialah usaha seseorang da'i yang melakukan amar ma'ruf dalam usahanya mengenal mad'u dituntun ke jalan Allah.[23] Slamet Muhaimin Abda mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak baik orang lain maupun diri sendiri untuk berbuat baik sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan Allah S.W.T dan Rasulnya serta menjauhi perbuatan-perbuatan yang tercela.[24] Sedangkan Asmuni Syukir berpendapat bahwa istilah dakwah memiliki dua pengertian yaitu dakwah bersifat pengembangan dan dakwah bersifat pembinaan. Pembinaan artinya suatu kegiatan untuk mempertahankan dan menyempurnakan sesuatu hal yang telah ada sebelumnya. Sedangkan pengembangan berarti suatu kegiatan yang mengarah kepada pembaharuan atau mengadakan sesuatu hal yang belum ada.[25]

---

[21] Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, *al-Mu'jam al-fahras li al-fadhi al-qur'an,* (Libanon: Dar el Fikr, 1987), 257-260.
[22] Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 11-19.
[23] Ali Abdul Halim Mahmud, *Dakwah Fardiyah metode membentuk pribadi muslim*,terjemah, (Jakarta: Gema Insani Press, 1992), 30.
[24] Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1994), 29-30.
[25] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya; Al-ikhals, 1983), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun al-Qur'an mengungkapkan dakwah dengan berbagai ungkapan dalam firmanya diantaranya :

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ
أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ
١٢٥

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".[26] (QS : An-nahl : 125)

وَمَآ أَرۡسَلۡنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوۡمِهِۦ لِيُبَيِّنَ لَهُمۡۖ فَيُضِلُّ ٱللَّهُ مَن يَشَآءُ
وَيَهۡدِي مَن يَشَآءُۚ وَهُوَ ٱلۡعَزِيزُ ٱلۡحَكِيمُ ٤

"Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. dan Dia-lah Tuhan yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana".[27] (QS : Ibrahim : 4)

وَمَنۡ أَحۡسَنُ قَوۡلٗا مِّمَّن دَعَآ إِلَى ٱللَّهِ وَعَمِلَ صَٰلِحٗا
وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ ٱلۡمُسۡلِمِينَ ٣٣

[26] Al-Qur'an, 16:125.
[27] Ibid., 14:4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?".[28] (QS. Al-Fushilat : 33)

Dari informasi al-Qur’an disebutkan bahwa Allah S.W.T menyuruh seseorang untuk berdakwah dengan hikmah dan dengan memberikan pelajaran yang baik, disamping itu hendaknya menggunakan bahasa yang sesuai dengan kaumnya dengan jelas serta senantiasa mengerjakan amal saleh dan memberi petunjuk pada jalan yang benar yaitu jalan yang diridhoi-Nya.

Berangkat dari beberapa pendapat ilmuan dan al-Qur’an, maka menurut pendapat penulis, Dakwah merupakan kegiatan untuk mengajak diri sendiri dan orang lain kepada kebaikan yang berpijak dengan hikmah (bijaksana/filosofis) disertai kosep pelajaran yang bahasa pesannya sesuai dengan bahasa kaumnya bertujuan untuk masyarakat taqwa, yang senantiasa menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Didalam menjalankan dakwah senantiasa terdapat unsur-unsur yang perlu diperhatikan, yaitu:[29]

a. Dai

   Dai adalah yang menyampaikan pesan-pesan dakwah baik secara verbal maupun nonverbal. Dai atau pendakwah bisa berupa invidu, bisa juga kelompok atau organisasi.

[28] Ibid., 41:33.
[29] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 19-22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah, dimana mereka inilah yang diharapkan bisa mendapatkan perubahan kearah kebaikan, kearah iman atas pesan-pesan dakwah yang tersampaikan. Mad'u bisa manusia secara individu, bisa kelompok, juga yang beragama islam juga yang tidak beragama islam.

c. Materi/pesan dakwah

Materi/pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan dai kepada mad'u. pesan dakwah isinya adalah ajaran islam, yang berisi tentang pesan nilai-nilai akidah, pesan syariah yang berupa hukum-hukum, dan pesan akhlak.

d. Media dakwah

Media dakwah adalah alat-alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran islam, diantaranya lisan, tulisan, lukisan, gambar, karikatur, audio visal, dan juga akhlak/ perbuatan yang mencerminkan nilai-nilai islam sehingga bisa menggugah/menginspirasi mad'u untuk mengikutinya.

e. Efek dakwah

Efek dakwah kalau dalam komunikasi adalah *feedback* (umpan balik) yang merupakan reaksi dari pesan dakwah yang disampaikan.

f. Metode dakwah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode dakwah merupakan cara-cara, langkah-langkah, yang dilakukan oleh dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Dalam dialog internasional tentang Dakwah Islam dan Misi Kristen pada tahun 1976, Ismail Raji Al-Faruqi dari Universitas Temple Philadelphia, USA, merumuskan sifat-sifat dasar Dakwah, diantaranya:[30]

1) Dakwah bersifat persuasif, bukan koersif.
2) Dakwah ditujukan kepada pemeluk Islam dan non-Islam.
3) Dakwah adalah *anamnesis*, yakni berupaya mengembalikan fitrah manusia.
4) Dakwah bukan prabawa psikotropik.
5) Dakwah adalah *rational intellection.*
6) Dakwah adalah *rational necessary*.

3. Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Komunikasi Dakwah

Dakwah dan komunikasi mempunyai hubungan yang sangat erat, karena pada dasarnya dakwah merupakan proses komunikasi dalam rangka mengembangkan ajaran islam, dalam arti mengajak orang lain ke arah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku yang islami.[31] Pemahaman terhadap komunikasi dakwah sangat

[30] Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 98.
[31] Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan: Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibutuhkan oleh para komunikator dakwah (da'i) dalam rangka menyukseskan dakwahnya. Dengan pemahaman terhadap komunikasi dakwah dapat memudahkan komunikator dakwah dalam melakukan perencanaan, implementasi program dan strategi dakwah.[32]

Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai "proses penyampaian dan informasi Islam untuk memengaruhi komunikan dakwah (objek dakwah/ mad'u) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam".[33] Komunikasi dakwah juga dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.[34]

Dari berbagai pengertian tentang komunikasi, dakwah dan komunikasi dakwah, maka perlu dilakukan pembatasan terhadap objek kajian komunikasi dakwah dengan selainnya. Dengan jelasnya batasan ini akan membantu untuk melakukan kajian lebih dalam dan bisa lebih jelas. Menurut Wahyu Ilaihi objek kajian komunikasi dakwah adalah peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah.[35] Hal ini berangkat dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran

[32] Wahyu Ilaihi, M.A., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarta, 2010),40
[33] Asep Syamsul M. Romli, "Komunikasi Dakwah", Pendekatan Praktis, dalam ebook: ASM. Romli, www.romeltea.com, (Bandung: Juni, 2013), 12.
[34] Ibid.
[35] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah, sedangkan objek formalnya adalah segala proses komunikasi yang terjadi dalam suatu proses dakwah. objek formal ini juga dapat ditelusuri dari pengertian komunikasi dakwah itu sendiri, yaitu peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu pertukaran pesan secara interaktif) diantara semua pihak yang terlibat dalam aktifitas dakwah, khususnya antara komunikator dakwah (dai) dengan komunikan dakwahnya (mad'u), sejak proses perencanaan, pelaksanaan dakwah dan evaluasi dakwahnya.[36]

b. Fungsi Komunikasi Dakwah

Fungsi umum komunikasi dakwah menurut Jalaluddin Rahmat:[37]

1) Memberitahukan (informatif)

Komunikasi dakwah berfungsi untuk memberitahukan informasi/pengetahuan tentang ajaran islam, baik tentang akidah, fiqh, maupun akhlak. Misalnya menyampaikan fatwa-fatwa ulama' tentang hal-hal yang lagi menjadi perbincangan masyarakat.

2) Mempengaruhi (persuasif)

Komunikasi dakwah juga mempengaruhi umat agar mau menjalankan ajaran islam. Misalnya mengajak orang yang diluar agama Islam agar mau mengikuti ajaran Islam tanpa paksaan, mempengaruhi orang-orang yang sudah beragama Islam tapi jauh dari Islam, jarang melaksanakan sholat, sering

[36] Ibid.
[37] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 39-40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

minim-minuman keras, dan lain-lain agar segera bertaubat, dan kembali kejalan Allah.

3) Menghibur (*recreatif)*

Komunikasi dakwah juga bisa berfungsi untuk menghibur, yakni dengan metode-metode dan media dakwah yang mampu memberikan selingan berupa humor, komunikasi dakwah tidak terkesan kaku, serius, dan sulit dicerna, dengan nuansa humor akhirnya komunikasi dakwah lebih menarik, menyenangkan dan mudah dicerna, namun tidak menghilangkan isi dakwahnya.

Setelah mengetahui fungsi dari komunikasi dakwah secara umum, kita perlu juga mengetahui peranan komunikasi dakwah dalam kehidupan ini. Wahyu Ilaihi mengidentifikasi ada 11 peranan komunikasi dakwah, antara lain:[38]

1) Komunikasi dakwah dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan memasukkan nilai-nilai persuasif Islam, sikap mental Islam, dan bentuk perilaku Islam.
2) Komunikasi dakwah dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan pendidikan Islam.
3) Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.

[38] Ibid., 40-41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang dialami diri sendiri sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk menciptakan kepribadian Islami (*amar ma'ruf nahi munkar*).
5) Komunikasi dakwah dapat meningkatkan apresiasi yang merupakan perangsang untuk bertindak secara riil.
6) Komunikasi dakwah dapat membantu masyarakat menemukan Islam dan tentang pengetahuan Islam dalam mengatasi perubahan.
7) Komunikasi dakwah dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam membuat keputusan ditengah kehidupan masyarakat.
8) Komunikasi dakwah dapat mengubah struktur kekuasaan masyarakat pada masyarakat yang awam kemasyarakatan yang memiliki pengetahuan dan wawasan kepada massa.
9) Komunikasi dakwah dapat menciptakan umat menjadi loyal terhadap Islam.
10) Komunikasi dakwah memudahkan perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah.
11) Komunikasi dapat membuat dakwah menjadi proses yang berlangsung secara mandiri (*self perpetuating*).

Dalam dimensi yang lebih luas, komunikasi dakwah yang berhasil harus juga memberikan jaminan bagi komunikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwahnya (madu) bahwa mereka dimasa yang akan datang memiliki identitas sebagai suatu umat yang bahagia dunia akherat.[39]

c. Unsur-unsur Komunikasi Dakwah

1) Dai (Komunikator Dakwah)[40]

Dai adalah komunikator dakwah yang menyampaikan pesan-pesan dakwah baik secara verbal maupun nonverbal. Dai atau pendakwah sebagai komunikator dakwah bisa berupa invidu (Ustadz, Kyai), bisa juga kelompok atau organisasi (Takmir Masjid, KIBAR, Remaja Masjid, LAZ, MUI, dan lain-lain). Komunikator dakwah dalam islam bisa dikelompokkan menjadi 2 macam:

a) Secara umum adalah semua umat islam yang sudah mukallaf (dewasa), dimana mereka mempunyai kewajiban untuk menyampaikan kebenaran walaupun hanya satu ayat saja.

b) Secara khusus adalah orang-orang yang mempunyai keahlian khusus dibidang agama islam, mereka inilah yang kemudian disebut sebagai ulama'.

Dalam menjalankan proses dakwahnya, seorang komunikator dakwah terikat dengan etos komunikator. Etos adalah nilai dari diri seseorang yang merupakan gabungan dari

[39] Ibid., 41.
[40] Ibid., 77-86.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kognisi, afeksi dan konasi. Faktor-faktor pendukung etos dalam diri komunikator antara lain kesiapan, kesungguhan (*seriousness*), ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, kesederhanaan.

Seorang komunikator dakwah juga perlu mengembangkan sikap (*attitude*) yang baik, sikap merupakan sebuah kesiapan kegiatan, kecenderungan perilaku. Sikap seorang komunikator dakwah akan senantiasa dilihat dan dijadikan sebagai tolak ukur oleh komunikan seorang komunikator dakwah bisa dikatakan baik atau buruk, bahkan sikap ini juga akan memberikan dampak bisa ditiru oleh komunikan dakwah, jika sikapnya baik, maka akan mendukung proses komunikasi dakwah, sebaliknya jika buruk maka akan menghambat proses komunikasi dakwah yang akan disampaikan. Sikap yang perlu dikembangkan oleh seorang komunikan dakwah antara lain: reseptif (sikap kesediaan menerima ide dari orang lain), selektif (sikap menyeleksi informasi yang didapat), dijestif (sikap mampu mencerna gagasan dari orang lain, memahami makna-makna selama melakukan komunikasi dakwah), dan transmisif (sikap kesediaan dan kemampuan untuk menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan keadaan komunikan/ mad'u).

Untuk bisa menyukseskan proses penyampaian pesan dakwahnya, seorang komunikator dakwah juga perlu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai sumber-sumber daya tarik (*source attractiveness*) yang dapat membuat komunikan dakwah tertarik terhadap pesan dakwah yang disampaikannya. Sumber-sumber daya tarik dari komunikator diantaranya:

a) Kesamaan dengan komunikan dakwah (*mad'u*)

   Kesamaan ini seperti kesamaan asal daerah, kesamaan tempat tinggal, kesamaan suku, kesamaan tempat pendidikan, kesamaan hobby. Kesamaan-kesamaan tersebut bisa mendekatkan komunikator dakwah dengan komunikannya (*mad'u*).

b) Kredibilitas sumber (*source credibility*)

   Kredibilitas merupakan kemampuan-kemampuan atau keunggulan yang dimiliki oleh komunikator dakwah yang membuat komunikan dakwah menaruh kepercayaan.

   Untuk membangun kredibilitasnya, komunikator dakwah perlu mengembangkan 4 kemampuan dasar dalam berkomunikasi dengan komunikan dakwahnya, diantaranya:

   ~ Mendengar, memberi, dan menerima umpan balik.

   ~ Menunjukkan ketegasan.

   ~ Menyelesaikan konflik/masalah.

     Dalam menyelesaikan konflik, seorang komunikator dakwah perlu menggunakan beberapa cara, diantaranya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Menggunakan pendekatan aktif dan afektif.
- Menggunakan pendekatan perilaku tegas.
- Kurangi kendala-kendala komunikasi
- Pusatkan perhatian pada pokok-pokok masalah
- Kenali dan nilailah dengan teliti dalam setiap tindakan.

i. Memecahkan masalah.

2) Mad'u (Komunikan Dakwah)[41]

Komunikan dakwah merupakan orang yang menjadi sasaran dalam dakwah, dimana sasaran ini menjadi fokus dalam dakwah, karena komunikasi dakwah bertujuan untuk memberikan pengaruh positif kepada komunikan dakwah. Komunikan dakwah bisa seorang diri atau kelompok bahkan khalayak luas/massa.

Dalam menyampaikan dakwahnya, komunikator dakwah perlu memahami mad'u/komunikan dakwahnya, karena dengan memahami dengan baik maka akan sangat membantu dalam menyusun pesan dakwah, metode dakwah dan media dakwahnya. Kesalahan dalam memahami komunikan dakwah akan berakibat pesan dakwah yang disampaikan tidak efektif.

Secara sosiologis, mad'u (komunikan dakwah) dapat dibagi menjadi tiga jenis, diantaranya gerombolan (*crowd*), publik,

[41] Ibid., 87-97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan massa. Muhammad Abduh membagi komunikan dakwah menjadi tiga golongan yaitu golongan cerdik pandai, golongan awam, dan golongan yang berbeda dari dua golongan tersebut. Sementara ditinjau dari berdasarkan keadaannya, dapat dibedakan:

a) Mad'u ditinjau dari penerimaan/penolakannya terhadap ajaran Islam terbagi menjadi dua, yaitu muslim dan non muslim.
b) Mad'u ditinjau dari segi tingkat pengalaman ajaran Islam terbagi menjadi tiga, yakni *zhalim linafsih, muqtashid,* dan *sabiqun bil khairat.*
c) Mad'u ditinjau dari tingkat pengetahuan agamanya, dibagi menjadi tiga, yakni ulama, pembelajar, dan awam.
d) Mad'u ditinjau dari struktur sosialnya, terbagi menjadi tiga, yaitu pemerintah, masyarakat maju, masyarakat terbelakang.
e) Mad'u ditinjau dari prioritas dakwahnya, dimulai dari diri sendiri, keluarga, masyarakat, dan lain-lain.

Selain itu, menurut roger bahwa cara terbaik untuk memahami perilaku audiens/komunikan dakwah adalah dengan memahami dari sudut kerangka acuan internal individu itu sendiri, faktor-faktor umum yang perlu diukur antara lain faktor usia, jenis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelamin, pendidikan, pekerjaan, keanggotaan dalam kelompok primer, dan minat khusus.

3) Pesan Dakwah[42]

Pesan dakwah terdiri dari pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal merupakan pesan yang berbentuk ucapan lisan atau tulisan dalam bahasa tertentu meliputi kata, kalimat dan wacana tentang suatu hal, sedangkan pesan dakwah berbentuk nonverbal seperti paralinguistik (tinggi rendah suara, kecepatan suara, dan nadanya), juga mimik wajah, bahkan tindak tanduk dari seorang komunikan dakwah merupakan bagian dari pesan dakwah.

Agar pesan dakwah yang disampaikan bisa mengena ke komunikan dakwah, maka seorang komunikator dakwah perlu melakukan beberapa hal, diantaranya:

a) Menentukan tujuan dengan jelas.
b) Mengorganisasikan ide dengan baik.
c) Memenuhi tuntutan kebutuhan format bahasa yang akan dipakai
d) Buatlah pesan dengan jelas, tepat dan meyakinkan.
e) Pesan disampaikan dengan fleksibel.

Selain dari hal diatas, ada hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan didalam komunikasi dakwah, yakni isi

[42] Ibid., 97-104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesan/materi dakwah, materi dakwah merupakan substansi komunikasi dakwah yang membedakan dengan komunikasi pada umumnya, karena komunikasi dakwah hanya menyampaikan nilai-nilai Islam. Nilai-nilai islam yang menjadi materi dakwah diantaranya akidah, syariah, juga akhlak.

4) Metode Dakwah

Dalam komunikasi dakwah, metode dakwah dikenal sebagai *approach*, yaitu cara-cara yang digunakan komunikator untuk mencapai tujuan komunikasinya. Dari QS. 16 ayat 125 bisa ditarik 3 metode dalam Dakwah, diantaranya:

a) *Hikmah*, berdakwah dengan memahami keadaan mad'u baik kunatitas maupun kualitasnya serta kondisi lingkungan yang melingkupinya.
b) *Mauidah Hasanah*, adalah berdakwah dengan memberikan nasihat dengan kasih sayang, serta pesan yang dapat menyentuh hati.
c) *Mujadalah*, cara berdakwah dengan bertukar pikiran dan berbantahan dengan cara sebaik-baiknya, menghormati mitra dakwah, tidak menjelek-jelekkannya.

5) Media Dakwah[43]

Media merupakan wahana atau alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Komunikasi

[43] Ibid., 104-112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah bermedia juga disebut dengan nama komunikasi dakwah tak langsung. Media dakwah yang bisa digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah diantaranya berupa:

a) Media massa, merupakan media yang bisa dijangkau oleh massa dalam waktu yang relatif singkat, contohnya koran, majalah, tabloid, radio, televisi, film yang berkaitan dengan dakwah, dan lain-lain.
b) Media nirmassa, merupakan media yang digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang atau kelompok tertentu, seperti surat, telepon, telegram, faks, papan pengumuman, mading, poster, kaset audio, CD, dan lain-lain.
c) Media internet, media dakwah yang menggunakan jaringan internet, contohnya email, mailing list, sosial media (twitter, facebook, line, instagram, dan lain-lain), *World Wide Web*, *video conference*, dan lain-lain.

6) Lingkungan Komunikasi Dakwah

Selain memahami komunikan dakwah, seorang komunikator dakwah juga perlu memahami lingkungan dakwah sebagai pijakan dalam membuat perencanaan pesan, media dan metode dakwahnya. Lingkungan yang mempengaruhi proses komunikasi dakwah antara lain:

a) Lingkungan fisik, seperti geografis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Lingkungan sosial, seperti kondisi sosial, budaya, ekonomi dan politik yang melingkupi proses komunikasi dakwah.

c) Lingkungan psikologis, kondisi kejiwaan manusia.

7) Hambatan Komunikasi Dakwah

Hambatan komunikasi dakwah adalah segala hal yang memberikan pengaruh pesan dakwah tidak tersampaikan dengan lancar, bahkan bisa membuat komunikasi dakwah tidak tercapai tujuannya. Hambatan komunikasi dakwah berupa:

a) *Noice factor,* faktor kebisingan/suara yang mengganggu, misal suara kendaraan bermotor yang mengganggu ketika dakwah dilaksanakan di daerah dekat jalan raya.

b) *Semantic factor,* faktor kebahasaan, misalnya penggunaan bahasa yang terlalu tinggi bagi komunikan dakwah sehingga sulit dicerna.

c) *Interest,* faktor kepentingan atau ketertarikan, hal ini bisa menjadi hambatan dalam komunikasi dakwah ketika komunikan dakwah sudah tidak interest/tidak tertarik.

d) Motivasi, perbedaan antara motivasi mad'u dengan realitas komunikasi dakwah yang dilakukan akan menghambat, contohnya mad'u mendatangi pengajian motivasinya ingin mendapatkan makanan, maka ketika makanan sudah didapat dirinya akan mengabaikan pesan dakwah yang disampaikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Prasangka, adanya prasangka mad'u terhadap komunikator atau acara dakwah akan memberikan pengaruh negatif terhadap komunikasi dakwah yang akan dijalankan. Contohnya, mad'u sudah berprasangka bahwa kyai yang menyampaikan dakwah pada PHBI membosankan, maka hal ini akan berdampak mad'u tidak termotivasi mengikuti acara pengajia PHBI tersebut.

8) Efek (Sikap dan Reaksi Mad'u) dalam Menerima Pesan Dakwah

Menurut jalaluddin Rahmat efek dakwah dapat terjadi pada tataran:

a) Efek kognitif, yakni terjadinya perubahan pada pengetahuan, pemahaman, persepsi mad'u terhadap suatu hal akibat menerima pesan dakwah. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, kepercayaan, atau informasi.

b) Efek afektif, yakni timbulnya perubahan pada aspek perasaan, berupa apa yang disenangi, apa yang dibenci, apa yang disuka dan tidak disuka sebagai dampak setelah menerima suatu pesan dakwah.

c) Efek behavioral/ perilaku, yakni adanya perubahan perilaku, tindakan, kegiatan setelah menerima dakwah.

d. Dakwah Sebagai Proses Komunikasi Persuasif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seluruh kegiatan dakwah pada dasarnya adalah bagaimana bisa memberikan pengaruh kepada komunikan dakwah sesuai keinginan komunikator dakwah, disadari atau tidak oleh komunikan dakwahnya.[44] Oleh karena itu seluruh proses komunikasi dakwah bisa dikatakan merupakan proses komunikasi persuasif. Untuk bisa menyukseskan proses persuasifnya, seorang komunikator dakwah perlu memahami bebarapa teknik dalam komunikasi persuasif, diantaranya:[45]

1) Teknik asosiasi, penyajian pesan dakwah dengan jalan menumpangkan pada peristiwa aktual, atau sedang menarik minat/perhatian mad'u.
2) Teknik partisipasi, mengikut sertakan mad'u (komunikan dakwah) kedalam suatu kegiatan agar timbul saling pengertian dan saling menghargai diantara mereka.
3) Teknik *pay-off* dan *fear-arousing*, kegiatan melukiskan gambaran manfaat, hal yang menyenangkan/menggembirakan jika komunikan dakwah mengikuti komunikator dakwah dan sebaliknya menggambarkan dampak, keburukan, ketidak nyamanan jika komunikan tidak mengikuti pendapat komunikator dakwah.
4) Teknik *icing*, menyajikan sesuatu dengan indah, misalnya menggunakan kata-kata yang indah, atau menyajikan suatu

[44] Kustadi Suhandang, Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 36.
[45] Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 126-127.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persembahan yang indah dan menarik hati sehingga komunikan dakwah tertarik dengan pesan dakwah yang indah tersebut.

e. Efektvitas Komunikasi Dakwah

Menurut Stewart L. Tubbs ada 5 indikator suatu komunikasi dikatakan efektif, diantaranya:[46]

1) Pengertian

komunikasi dakwah dikatakan efektif jika komunikan dakwah mengerti ajaran Islam yang disampaikan oleh komunikator dakwah.

2) Kesenangan

komunikasi dakwah dikatakan efektif jika komunikan dakwah dapat merasakan senang dengan penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh komunikator dakwah.

3) Pengaruh pada sikap

komunikasi dakwah dikatakan efektif jika dapat memberikan pengaruh pada sikap komunikan dakwah sesuai yang diharapkan oleh komunikator dakwah, sikapnya menjadi lebih baik daripada sebelumnya, lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam.

4) Hubungan sosial yang makin baik

Komunikasi dakwah dikatakan efektif jika komunikasinya dapat membuat hubungan sosial antara komunikator dakwah

[46] Ibid., 157.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan komunikan dakwah atau antar komunikan dakwah makin baik.

5) Tindakan

Komunikasi dakwah dikatakan efektif jika pesan dakwah yang disampaikan komunikator dakwah dapat memberikan pengaruh pad atindakan/perilaku komunikan dakwah, yang mana perilaku/tindakan komunikan dakwah menjadi semakin baik, semakin mengarah pada nilai-nilai yang dikehendaki oleh Allah.

B. Konflik Organisasi

1. Organisasi

Menurut Ig. Wursanto "organisasi merupakan suatu bentuk kerjasama antara sekelompok orang yang tergabung dalam suatu wadah tertentu guna mencapai tujuan bersama seperti yang telah ditetapkan bersama".[47] Sedangkan menurut Sutarto "oganisasi adalah sistem yang saling pengaruh antar orang dalam kelompok yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu".[48] Menurut Weber yang dikutip oleh Thoha dalam bukunya "Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya" bahwa "Organisasi merupakan suatu batasan-batasan tertentu (boundaries), dengan demikian seseorang yang melakukan hubungan interaksi dengan lainnya tidak atas kemauan sendiri. Mereka

[47] Ig. Wursanto, Dasar-Dasar Ilmu Organisasi, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005), 53.
[48] Sutarto, Dasar-Dasar Organisasi, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibatasi oleh aturan-aturan tertentu."[49] Dari beberapa pengertian diatas, organisasi mempunyai beberapa unsur penting diantaranya, sekumpulan manusia, kerjasama, mencapai tujuan bersama. Soewarno Handayaningrat menyatakan ciri-ciri organisasi sebagai berikut :[50]

a. Adanya suatu kelompok orang yang dapat dikenal.
b. Adanya kegiatan yang berbeda-beda tapi satu sama lain saling berkaitan.
c. Tiap-tiap anggota memberikan sumbangan usahanya ataupun tenaganya.
d. Adanya kewenangan, koordinasi dan pengawasan.
e. Adanya suatu tujuan.

Sedangkan Menurut pendapat Winardi ada sejumlah fakta yang merupakan ciri umum semua organisasi:[51]

a. Sebuah organisasi mencakup sejumlah orang.
b. Orang-orang tersebut terlibat satu sama lain dengan satu atau lain cara, maksudnya mereka semua berinteraksi.
c. Interaksi tersebut diatur dalam suatu struktur.
d. Setiap orang dalam organisasi mempunyai sasaran-sasaran pribadi, yang beberapa diantaranya menjadi alasan dia berperilaku. Ia menganggap bahwa keterlibatannya dalam organisasi dapat membantu mencapai sasaran-sasaran pribadinya.

---

[49] Miftah Thoha, Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 113.
[50] Soewarno Handayaningrat, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*, (Jakarta : CV Hajimasagung, 1981), 43.
[51] J. Winardi, Teori Organisasi & Pengorganisasian, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa ciri dari organisasi, maka bisa ditarik suatu kesimpulan bahwa setiap organisasi mempunyai ciri khas bahwa didalamnya terdapat unsur-unsur penting meliputi:[52]

a. Sekumpulan manusia

Manusia merupakan unsur yang terpenting dalam suatu organisasi, tanpa adanya manusia didalamnya maka organisasi tidak ada. Manusia dalam suatu organisasi bukan manusia sendirian, akan tetapi mereka yang berupa sekumpulan orang bisa berupa kelompok kecil, 3, 4, atau 10 orang, bisa juga sampai puluhan atau ribuan orang.

Manusia (*man*) dalam suatu organisasi biasanya disebut dengan personel atau pegawai. Pegawai atau personel organisasi merupakan keseluruhan anggota yang tergabung dalam wadah organisasi, dimana didalamnya ada pimpinan, juga ada staff organisasi. Pimpinan organisasi inilah yang mengarahkan keseluruhan proses berjalannya organisasi mulai dari aspek perencanaan, pengorganan, pelaksanaan, pengendalian, dan evaluasi.

b. Bekerjasama.

Sekumpulan orang tersebut pastinya bekerjasama saling bantu membantu dalam suatu sistem kerja, dimana didalamnya ada pembagian kerja, ada hubungan kerja yang terbentuk dalam suatu

[52] Ig. Wursanto, Dasar-Dasar Ilmu Organisasi, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005, 54-57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

struktur organisasi. Dalam suatu struktur kerjasama dalam organisasi biasanya dibagi dalam struktur pimpinan (*manajer*), bendahara, sekretaris, juga departemen-departemen/ staff, dan anggota.

c. Mencapai tujuan bersama.

Tujuan merupakan arah atau sasaran yang ingin dicapai oleh organisasi. Tujuan menggambarkan harapan, impian, sesuatu yang ingin dicapai oleh organisasi secara kolektif. Dengan tujuan inilah organisasi bisa menjadi lebih terarah, dan dari tujuan bersama ini disusunlah program, strategi, dan kegiatan-kegiatan organisasi.

Tujuan menurut jangka waktunya bisa dibedakan menjadi tujuan jangka panjang (sampai 25 tahun), tujuan jangka menengah (tiap 5 tahun), dan tujuan jangka pendek (tahunan). Ada lagi klasifikasi tujuan menjadi tujuan pokok dan tujuan bukan pokok, tujuan pokok merupakan tujuan utama dari organisasi yang menentukan hidup matinya organisasi, tujuan ini cenderung tetap tidak berubah. Sedangkan tujuan bukan pokok merupakan sasaran-sasaran yang dicapai untuk mencapai tujuan pokok, bisa berubah menyesuaikan dengan kondisi.

d. Selain 3 poin utama unsur-unsur organisasi diatas, juga ada beberapa unsur lain yang merupakan bagian dari organisasi, diantaranya peralatan (*equipment*), lingkungan (*enviroment*), kekayaan alam, dan kerangka atau konstruksi mental orgaisasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Konflik

a. Pengertian

Konflik secara harfiah artinya percekcokan, perselisihan dan pertentangan.[53] Secara etimologi kata konflik berasal dari bahasa inggris yaitu *"Conflict"* yang berarti percekcokan, konflik, perselisihan dan pertentangan. Menurut Clinton F. Fink Konflik berasal dari bahasa latin (*configere*) yang artinya saling berbenturan. Konflik menurut Fink adalah semua bentuk benturan, tabrakan, ketidaksesuaian, ketidakserasian, pertentangan, perkelahian, oposisi dan interaksi antagonistis.[54]

Definisi yang ditawarkan bidang komunikasi cenderung menyebut hal yang sama, bahwa konflik adalah perjuangan diantara dua pihak atau lebih yang saling bergantung, yang memiliki tujuan, atau merasakan adanya ketidakcocokan dalam tujuan mereka.[55] Dalam pengertian lain, konflik adalah merupakan suatu proses sosial yang berlangsung dengan melibatkan orang-orang atau kelompok-kelompok yang saling menantang dengan ancaman kekerasan.[56] Alo Liliweri

[53] Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 587.
[54] Communica, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Islam*, Vol.3 No.2 Oktober 2005, 220.
[55] Charles R. Berger, Michael E. Rollof, & David R. Roskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2014), 422.
[56] J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyimpulkan dari beberapa definisi konflik yang ada kedalam 5 pengertian, konflik adalah:[57]

1) Sebuah bentuk pertentangan alamiah yang dihasilkan oleh individu atau kelompok, karena mereka yang terlibat memiliki perbedaan sikap, kepercayaan, nilai atau kebutuhan.
2) Hubungan pertentangan dua pihak atau lebih (individu atau kelompok) yang memiliki, atau merasa memiliki, sasaran-sasaran tertentu namun diliputi pemikiran, perasaan, atau perbuatan yang tidak sejalan.
3) Bentuk pertentangan atau pertikaian antar mahasiswa dalam sebuah hubungan karena ada perbedaan dalam kebutuhan, nilai, motivasi pelaku atau yang terlihat di dalamnya.
4) Suatu bentuk perlawanan yang melibatkan dua pihak secara antagonis.
5) Kekacauan rangsangan kontradiktif dalam diri individu yang merupakan anggota dari sekelompok tersebut.

Dari berbagai pengertian diatas, pengertian yang sesuai dengan permasalahan penelitian ini adalah sebuah bentuk pertentangan alamiah yang dihasilkan oleh individu atau kelompok, karena mereka yang terlibat memiliki perbedaan sikap, kepercayaan, nilai, kepentingan, dan kebutuhan.

[57] Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik*, (Yogyakarta : PT LKiS Pelangi Aksara, 2005), 249.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konflik yang didalami dalam penelitian ini adalah bentuk pertentangan yang alamiah yang dihasilkan oleh individu baik itu individu takmir masjid dengan individu takmir masjid lainya, individu takmir dengan individu diluar takmir masjid atau kelompok, bisa antara kelompok takmir masjid dengan kelompok diluarnya, atau yang lain, karena mereka yang terlibat memiliki perbedaan sikap, kepercayaan, nilai atau kebutuhan, perbedaan ini sangat kental sekali terdapat dalam konflik takmir masjid Ar-Rahman.

b. Jenis-jenis Konflik

Terdapat berbagai macam jenis-jenis konflik, tergantung pada pijakan yang digunakan dalam membuat klasifikasi.

1) Konflik Dilihat dari Dampaknya:[58]

a) Konflik Destruktif/ Disfungsional, merupakan konflik yang muncul karena adanya perasaan tidak senang, rasa benci dan dendam dari seseorang ataupun kelompok terhadap pihak lain. Pada konflik ini bisa sampai terjadi bentrokan-bentrokan fisik yang mengakibatkan kerusakan pada benda, hilangnya nyawa dan hilangnya harta benda. Dalam konflik komunikasi antarpribadi bisa berdampak pada kebencian, dendam, sampai dengan pembunuhan,

[58] Robert H. Lauer, *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2001), 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahkan bisa sampai mengakibatkan eskalasi konflik yang lebih luas dan lebih dalam.

b) Konflik Konstruktif/ Fungsional, merupakan konflik yang bersifat membangun, konflik ini muncul karena adanya perbedaan pendapat dari individu-individu, individu-kelompok, maupun kelompok-kelompok dalam menghadapi suatu permasalahan. Konflik ini akan memberikan dampak bagi individu atau organisasi sescara positif. Konflik ini menghasilkan suatu konsensus dari berbagai pendapat tersebut dan menghasilkan suatu perbaikan. Misalnya perbedaan pendapat diantara 2 orang tentang suatu pandangan tentang fiqh, yang kemudian memberikan perspektif baru dari masing-masing, sehingga menumbuhkan sikap saling menghormati perbedaan pandangan.

2) Konflik Dilihat dari Pihak yang Terlibat di Dalamnya

Berdasarkan pihak-pihak yang terlibat di dalam konflik, Stoner, Freeman and Gilbert membagi konflik menjadi enam macam, yaitu:[59]

a) Konflik dalam diri individu (*conflict within the individual*). Konflik ini terjadi jika seseorang harus memilih tujuan

[59] James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert. 1996. *Manajemen*, Jilid II, Alih Bahasa Alexander Sindoro, (Jakarta: Prenhallindo,1996), 393.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang saling bertentangan, atau karena tuntutan tugas yang melebihi batas kemampuannya.

b) Konflik antar-individu (*conflict among individuals*). Terjadi karena perbedaan kepribadian (*personality differences*) antara individu yang satu dengan individu yang lain.

c) Konflik antara individu dan kelompok (*conflict among individuals and groups*). Terjadi jika individu gagal menyesuaikan diri dengan norma - norma kelompok tempat ia bekerja.

d) Konflik antar kelompok dalam organisasi yang sama (*conflict among groups in the same organization*). Konflik ini terjadi karena masing - masing kelompok memiliki tujuan yang berbeda dan masing-masing berupaya untuk mencapainya.

e) Konflik antar organisasi (*conflict among organizations*). Konflik ini terjadi jika tindakan yang dilakukan oleh organisasi menimbulkan dampak negatif bagi organisasi lainnya. Misalnya, dalam perebutan sumber daya yang sama.

f) Konflik antar individu dalam organisasi yang berbeda (*conflict among individuals in different organizations*). Konflik ini terjadi sebagai akibat sikap atau perilaku dari anggota suatu organisasi yang berdampak negatif bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anggota organisasi yang lain. Misalnya, seorang manajer *public relations* yang menyatakan keberatan atas pemberitaan yang dilansir seorang jurnalis.

3) Konflik Dilihat dari Posisi Seseorang dalam Struktur Organisasi

Winardi membagi konflik menjadi empat macam, dilihat dari posisi seseorang dalam struktur organisasi. Keempat jenis konflik tersebut adalah sebagai berikut:[60]

a) Konflik vertikal, yaitu konflik yang terjadi antara karyawan yang memiliki kedudukan yang tidak sama dalam organisasi. Misalnya, antara atasan dan bawahan.

b) Konflik horizontal, yaitu konflik yang terjandi antara mereka yang memiliki kedudukan yang sama atau setingkat dalam organisasi. Misalnya, konflik antar karyawan, atau antar departemen yang setingkat.

c) Konflik garis-staf, yaitu konflik yang terjadi antara karyawan lini yang biasanya memegang posisi komando, dengan pejabat staf yang biasanya berfungsi sebagai penasehat dalam organisasi.

d) Konflik peran, yaitu konflik yang terjadi karena seseorang mengemban lebih dari satu peran yang saling bertentangan.

c. Faktor-faktor Penyebab Konflik

[60] J. Winardi, *Manajemen Konflik (Konflik Perubahan dan Pengembangan)*, Cetakan Pertama, (Bandung: Mandar Maju, 1994), 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setiap konflik tentu ada penyebabnya, proses penyelesaian konflik tanpa menyentuh sumber konflik, tidak akan selesai, bisa jadi akan mengakibatkan konflik bertambah parah. Beberapa sumber penyebab konflik menurut Alo Liliweri:[61]

1) Konflik yang bersumber dari nilai, yakni perbedaan rasa percaya, keyakinan, dan ideologi.
2) Konflik yang bersumber karena kurang komunikasi.
3) Konflik yang bersumber dari pengambilan keputusan yang tidak adil.
4) Konflik yang bersumber karena ketidak cocokan peran dalam organisasi.
5) Konflik yang bersumber dari perbedaan keuntungan.
6) Konflik yang bersumber dari perubahan keseimbangan, baik karena alam atau mutasi/ rotasi dan promosi dalam berorganisasi.
7) Konflik yang belum terpecahkan, sehingga seperti api dalam sekam, yang setiap waktu dapat membara.[62]

Menurut Robbins, konflik muncul karena ada kondisi yang melatarbelakanginya (*antecedent conditions*). Kondisi tersebut,

[61] Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik*, (Yogyakarta : PT LKiS Pelangi Aksara, 2005), 261-263.
[62] Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik*, (Yogyakarta : PT LKiS Pelangi Aksara, 2005), 261-263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disebut juga sebagai sumber terjadinya konflik, terdiri dari tiga ketegori, yaitu: komunikasi, struktur, dan variabel pribadi.[63]

1) Komunikasi.

   Komunikasi yang buruk, dalam arti komunikasi yang menimbulkan kesalahpahaman antara pihak-pihak yang terlibat, dapat menjadi sumber konflik.

2) Struktur.

   Istilah struktur dalam konteks ini digunakan dalam artian yang mencakup: ukuran (kelompok), derajat spesialisasi yang diberikan kepada anggota kelompok, kejelasan jurisdiksi (wilayah kerja), kecocokan antara tujuan anggota dengan tujuan kelompok, gaya kepemimpinan, sistem imbalan dan derajat ketergantungan antara kelompok.

3) Variabel Pribadi. Sumber konflik lainnya yang potensial adalah faktor pribadi, yang meliputi: sistem nilai yang dimiliki tiap-tiap individu, karakteristik kepribadian yang menyebabkan individu memiliki keunikan (*idiosyncrasies*).

3. Konflik Organisasi

a. Pengertian Konflik Organisasi

Setiap organisasi terdiri dari berbagai macam kelompok kepentingan (*stakeholders*), dimana masing-masing kelompok

[63] Stephen P. Robbins, *Teori Organisasi: Struktur, Desain, dan Aplikasi,* Edisi Ketiga, Alih Bahasa Jusuf Udaya, (Jakarta: Arcan, 1994), 431-433.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut mempunyai sumbangsih terhadap organisasi baik material maupun nonmaterial, sehingga masing-masing kelompok tersebut berhak mendapatkan imbalan sesuai dengan sumbangsihnya. Dalam perjalannya, masing-masing kelompok kepentingan tidak jarang terjadi perbedaan pandangan, perbedaan kepentingan yang saling bertabrakan, hal inilah yang kemudian menjadikan konflik organisasi.[64]

Luthans, F. dalam Wahyudi menyatakan bahwa konflik organisasi merupakan terjadinya ketidaksesuaian nilai atau tujuan antara anggota organisasi. Lebih lanjut Luthans mengemukakan bahwa perilaku konflik dalam organisasi terjadi karena adanya perbedaan kepentingan/minat, perbedaan perilaku/kerja, perbedaan sifat/individu, dan perbedaan tanggungjawab dalam suatu organisasi.[65] Pendapat ini hampir sama dengan apa yang dikemukakan oleh Walton, R.E yang menyatakan bahwa konflik organisasi adalah perbedaan ide atau inisiatif antara bawahan dengan bawahan, manajer dengan manajer dalam mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas dalam organisasi.[66]

Konflik organisasi bisa terjadi antar individu, bisa juga konflik terjadi antar kelompok. Apabila kelompok atau individu-individu dalam suatu organisasi mempunyai tujuan atau nilai-nilai

[64] J. Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 247-248.
[65] Wahyudi, *Manajemen Konflik dalam Organisasi Pedoman Praktis Bagi Pemimpin Visioner*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2011), 17.
[66] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berbeda, dan mengunggulkan tujuan atau nilai-nilai yang ada pada diri atau kelompoknya daripada tujuan bersama organisasi, maka terjadilah konflik organisasi. Karena setiap individu atau kelompok dalam suatu organisasi juga mempunyai kepentingan sendiri, yang tidak jarang bertentangan dengan organisasi, maka konflik organisasi adalah suatu hal yang sulit dihindari.[67]

b. Jenis-jenis Konflik Organisasi

Terdapat berbagai macam jenis-jenis konflik organisasi, tergantung pada pijakan yang digunakan dalam membuat klasifikasinya, dari beberapa klasifikasi terhadap konflik organisasi didapatkan beberapa jenis konflik organisasi:

1) Konflik Dilihat dari Dampaknya Terhadap Organisasi:[68]

a) Konflik Destruktif, merupakan konflik yang bertentangan dengan tujuan organisasi, konflik ini memberikan dampak buruk lebih besar kepada organisasi, menghambat tercapainya tujuan bersama organisasi, membuat organisasi jadi rugi, bahkan pada titik tertentu konflik destruktif bisa menghancurkan organisasi itu sendiri.

b) Konflik Konstruktif, merupakan konflik yang bersifat membangun, Konflik ini akan memberikan dampak bagi individu atau organisasi sescara positif. Konflik ini menghasilkan suatu konsensus dari berbagai pendapat

[67] J. Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 249.
[68] Robert H. Lauer, *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2001), 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut dan menghasilkan suatu perbaikan. Misalnya perbedaan pendapat diantara 2 anggota takmir masjid tentang suatu pandangan tentang fiqh, yang kemudian memberikan perspektif baru dari masing-masing, sehingga menumbuhkan sikap saling menghormati perbedaan pandangan, dan menghasilkan suatu keputusan organisasi yang saling menguntungkan kedua belah pihak atau keputusan yang dapat memajukan organisasi takmir masjid.

2) Konflik Dilihat dari Pihak yang Terlibat di Dalamnya

Berdasarkan pihak-pihak yang terlibat di dalam konflik, Stoner, Freeman and Gilbert membagi konflik menjadi enam macam, yaitu:[69]

a) Konflik dalam diri individu (*conflict within the individual*). Konflik ini terjadi jika seseorang harus memilih tujuan yang saling bertentangan, atau karena tuntutan tugas yang melebihi batas kemampuannya, misalnya terjadinya pertentangan nilai antara nilai-nilai yang dia yakini selama ini dengan nilai-nilai yang ada di organisasi.

b) Konflik antar-individu (*conflict among individuals*). Terjadi karena perbedaan kepribadian (*personality differences*) antara individu yang satu dengan individu yang lain, misalnya konflik antar teman sekerja.

[69] James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert. 1996. *Manajemen*, Jilid II, Alih Bahasa Alexander Sindoro, (Jakarta: Prenhallindo,1996), 393.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Konflik antara individu dan kelompok (*conflict among individuals and groups*). Terjadi jika individu gagal menyesuaikan diri dengan norma - norma kelompok tempat ia bekerja. Misalnya seorang individu melanggar aturan piket yang disepakati oleh suatu departemen organisasi.

d) Konflik antar kelompok dalam organisasi yang sama (*conflict among groups in the same organization*). Konflik ini terjadi karena masing - masing kelompok dalam suatu organisasi memiliki tujuan yang berbeda dan masing-masing berupaya untuk mencapainya atau pola kerja serta nilai-nilai yang berbeda sehingga memunculkan benturan antar kelompok. Contoh divisi produksi fokus pada produksi dengan jumlah tertentu, tanpa memperhatikan bagaimana kondisi divisi pemasaran, maka akan timbul konflik diantara kedua divisi tersebut.

e) Konflik antar organisasi (*conflict among organizations*). Konflik ini terjadi jika tindakan yang dilakukan oleh organisasi menimbulkan dampak negatif bagi organisasi lainnya. Misalnya, dalam perebutan sumber daya yang sama, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam.

f) Konflik antar individu dalam organisasi yang berbeda (*conflict among individuals in different organizations*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konflik ini terjadi sebagai akibat sikap atau perilaku dari anggota suatu organisasi yang berdampak negatif bagi anggota organisasi yang lain. Misalnya, seorang manajer *public relations* yang menyatakan keberatan atas pemberitaan yang dilansir seorang jurnalis.

3) Konflik Dilihat dari Posisi Seseorang dalam Struktur Organisasi

Winardi membagi konflik ini menjadi empat jenis, dilihat dari posisi seseorang dalam struktur organisasi. Keempat jenis konflik tersebut adalah sebagai berikut:[70]

a) Konflik vertikal, yaitu konflik yang terjadi antara karyawan yang memiliki kedudukan yang tidak sama dalam organisasi. Misalnya, antara atasan dan bawahan, konflik antara manajer dengan supervisor.

b) Konflik horizontal, yaitu konflik yang terjandi antara mereka yang memiliki kedudukan yang sama atau setingkat dalam organisasi. Misalnya, konflik antar karyawan, atau antar departemen yang setingkat.

c) Konflik garis-staf, yaitu konflik yang terjadi antara karyawan lini yang biasanya memegang posisi komando, dengan pejabat staf yang biasanya berfungsi sebagai penasehat dalam organisasi.

[70] J. Winardi, *Manajemen Konflik (Konflik Perubahan dan Pengembangan)*, Cetakan Pertama, (Bandung: Mandar Maju, 1994), 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Konflik peran, yaitu konflik yang terjadi karena seseorang mengemban lebih dari satu peran yang saling bertentangan.

c. Dampak Konflik organisasi[71]

Konflik organisasi secara dampak bisa fungsional bisa juga disfungsional. Dampak fungsional konflik organisasi:

1) Mencari pemecahan masalah
2) Sadar adanya masalah
3) Perubahan dan penyesuaian
4) Evaluasi kinerja
5) Orientasi pada tugas
6) Kinerja meningkat
7) Motivasi kerja

Sedangkan dampak disfungsional/destruktif dari konflik organisasi antara lain:

1) Agresivitas individu
2) Muncul sikap otorian
3) Pertentangan yang berlarut-larut
4) Tindakan destruktif
5) Timbul rasa benci
6) Ego sektoral
7) Tujuan kelompok dianggap lebih penting daripada tujuan organisasi

[71] Wahyudi, *Manajemen Konflik dalam Organisasi Pedoman Praktis Bagi Pemimpin Visioner*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2011), 104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Tahapan-tahapan Konflik

Konflik terjadi tidak langsung, akan tetapi terjadinya melalui suatu proses atau tahapan. Hendrikcs dalam Wahyudi mengidentifikasi proses terjadinya konflik terdiri dari tiga tahap, diantaranya:[72]

1) Peristiwa sehari-hari

Peristiwa sehari-hari ditandai dengan adanya rasa jengkel, rasa tidak puas terhadap lingkungan kerja, yang mana perasaan ini muncul kemudian berlalu begitu saja lalu kemudian akan muncul kembali ketika ada suatu gangguan atau stimulus yang memantiknya.

2) Adanya tantangan

Adanya tantangan ditandai dengan adanya masalah yang melibatkan dua pihak yang saling berbeda persepsi terhadap masalah tersebut. Ketika terjadi masalah, masing-masing pihak menganggap bahwa pihaknya sudah sesuai dengan aturan organisasi, yang secara tidak langsung menganggap bahwa masalah tersebut adalah kesalahan dari pihak lain.

3) Timbulnya pertentangan

Pertentangan timbul ketika persepsi tersebut diwujudkan dalam bentuk perilaku seperti menyalahkan secara lisan pihak lain, menganggap bahwa suatu masalah akibat dari pihak lain yang tidak mengerjakan pekerjaan sesuatu aturan, dan bersikukuh

[72] Ibid., 18-19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan pendapatnya bahwa pihaknya sesuai dengan aturan, serta tetap teguh memegang pendapatnya yang cenderung membernarkan pihaknya dan menyalahkan pihak lain. darisinilah konflik organisasi itu berjalan semakin panas, jika tidak dikelola dengan baik maka akan menjadi konflik organisasi yang disfungsional, namun jika dikelola dengan baik akan menjadi konflik organisasi yang fungsional.

e. Penyebab Konflik Organisasi

Setiap konflik tentu ada penyebabnya, begitupun dengan konflik organisasi tentu ada penyebabnya. proses penyelesaian konflik organisasi tanpa menyentuh sumber konflik, tidak akan selesai, bisa jadi akan mengakibatkan konflik bertambah parah. Beberapa sumber penyebab konflik organisasi menurut Alo Liliweri:[73]

1) Konflik yang bersumber dari nilai, yakni perbedaan rasa percaya, keyakinan, dan ideologi.
2) Konflik yang bersumber karena kurang komunikasi.
3) Konflik yang bersumber dari pengambilan keputusan yang tidak adil.
4) Konflik yang bersumber karena ketidak cocokan peran dalam organisasi.
5) Konflik yang bersumber dari perbedaan keuntungan.

[73] Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik*, (Yogyakarta : PT LKiS Pelangi Aksara, 2005), 261-263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Konflik yang bersumber dari perubahan keseimbangan, baik karena alam atau mutasi/ rotasi dan promosi dalam berorganisasi.
7) Konflik yang belum terpecahkan, sehingga seperti api dalam sekam, yang setiap waktu dapat membara.[74]

Menurut Robbins, konflik organisasi muncul karena ada kondisi yang melatarbelakanginya (*antecedent conditions*). Kondisi tersebut, yang disebut juga sebagai sumber terjadinya konflik, terdiri dari tiga ketegori, yaitu: komunikasi, struktur, dan variabel pribadi.[75]

1) Komunikasi.

   Komunikasi yang buruk dalam organisasi, dalam arti komunikasi yang menimbulkan kesalahpahaman antara pihak-pihak dalam suatu organisasi yang terlibat, dapat menjadi sumber konflik. Suatu hasil penelitian menunjukkan bahwa kesulitan semantik, pertukaran informasi yang tidak cukup, dan gangguan dalam saluran komunikasi merupakan penghalang terhadap komunikasi dan menjadi kondisi anteseden untuk terciptanya konflik.
2) Struktur.

[74] Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik*, (Yogyakarta : PT LKiS Pelangi Aksara, 2005), 261-263.
[75] Stephen P. Robbins, *Teori Organisasi: Struktur, Desain, dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Alih Bahasa Jusuf Udaya, (Jakarta: Arcan, 1994), 431-433.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Istilah struktur dalam konteks ini digunakan dalam artian yang mencakup: ukuran (kelompok), derajat spesialisasi yang diberikan kepada anggota kelompok, kejelasan jurisdiksi (wilayah kerja), kecocokan antara tujuan anggota dengan tujuan kelompok, gaya kepemimpinan, sistem imbalan dan derajat ketergantungan antara kelompok. Penelitian menunjukkan bahwa ukuran kelompok dan derajat spesialisasi merupakan variabel yang mendorong terjadinya konflik. Makin besar kelompok dan makin khusus kegiatannya, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya konflik.

3) Variabel Pribadi. Sumber konflik lainnya yang potensial adalah faktor pribadi, yang meliputi: sistem nilai yang dimiliki tiap-tiap individu, karakteristik kepribadian yang menyebabkan individu memiliki keunikan (*idiosyncrasies*), yang mana keunikan ini berbeda dengan individu yang lain, sehingga tidak jarang menimbulkan pertentangan, benturan antara satu dengan yang lainnya. Kenyataan menunjukkan bahwa tipe kepribadian tertentu, misalnya, individu yang sangat otoriter, dogmatik, dan sombong, merupakan sumber konflik yang potensial. Jika salah satu dari kondisi tersebut terjadi dalam kelompok, dan para karyawan menyadari akan hal tersebut, maka muncullah persepsi bahwa di dalam kelompok terjadi konflik. Keadaan ini disebut dengan konflik yang dipersepsikan (*perceived conflict*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian jika individu terlibat secara emosional, dan mereka merasa cemas, tegang, frustrasi, atau muncul sikap bermusuhan, maka konflik berubah menjadi konflik yang dirasakan (*felt conflict*). Selanjutnya, konflik yang telah disadari dan dirasakan keberadaannya itu akan berubah menjadi konflik yang nyata, jika pihak-pihak yang terlibat mewujudkannya dalam bentuk perilaku. Misalnya, serangan secara verbal/lisan, ancaman kepada pihak lain, serangan fisik, huru-hara, pemogokan, dan sebagainya.

f. Metode-metode Menyelesaikan Konflik Organisasi

Ada beberapa metode untuk menyelesaikan konflik organisasi:[76]

1) Dominasi atau Supresi

Metode dominasi dalam menyelesaikan konflik organisasi dengan cara menekan konflik dan menciptakan suasana menang-kalah, dimana pihak yang kalah akhirnya tunduk pada otoritas yang lebih tinggi atau kekuatan yang lebih besar, hal ini menyebabkan pihak yang kalah merasa tidak puas, dan memendam sikap bermusuhan, hal ini akan menjadi konflik laten. Supresi atau dominasi terjadi melalui cara-cara:

a) Memaksakan (*Forcing*)

Cara menyelesaikan konflik dengan memaksakan kehendak salah satu pihak yang kuat agar dituruti oleh pihak yang

[76] J. Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 263-267.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lemah. Keputusan ini tanpa melihat atau mempertimbangkan keadaan pihak yang lain, sedangkan pihak yang lemah tidak ada kekuatan untuk melawan, sehingga tidak ada pilihan lain kecuali untuk mengikuti pihak yang kuat.

b) Meredakan (*Smoothing*)

Tindakan untuk menyelesaikan konflik dengan melakukan suatu diplomasi, dimana salah satu pihak membujuk pihak yang lain untuk mengalah, dengan kekuatan informasi yang dimiliki pihak yang kuat mendominasi dengan membujuk pihak lain agar kalah, mengikuti pendapatnya secara halus.

c) Menghindari (*Avoidance*)

Tindakan penyelesaian konflik dengan cara menghindari konflik tersebut, karena adanya informasi yang belum dipahami secara utuh, atau karena memang tidak mau menyelesaikan konflik secara langsung. Membiarkan konflik itu ada, dan kemudian berlanjut, karena menganggap bahwa konflik itu tidak berpengaruh apa-apa terhadap pihak yang kuat. Misalnya manajer yang menghindari bertemu karyawan yang ingin protes terhadap pemberian gaji yang minim.

d) Penyelesaian melalui suara terbanyak (*Majority Rule*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tindakan penyelesaian konflik dengan cara mengambil suara terbanyak, dimana suara terbanyak akan menang, sedangkan suara yang sedikit akan kalah.

2) Kompromis

Metode kompromis disebut sebagai metode mempertemukan kepentingan dua pihak yang saling berkonflik, dan mencoba mencari jalan keluar yang bisa diterima oleh kedua belah pihak, dimana masing-masing pihak dalam konflik yang ada dapat hidup dengannya.

Cara-cara kompromis antara lain dengan pemisahan (*separation*), adapula cara arbitrase (*arbitration*) yakni penyelesaian konflik dengan melibatkan pihak ketiga (biasanya seorang manajer dalam suatu perusahaan, atau pembina organisasi), ada pula penyelesaian melalui kembali kepada aturan yang telah ada, ada juga tindakan memberikan suap (*bribing*) kepada salah satu pihak yang berkonflik agar mengikuti kepentingan pihak lainnya.

3) Pemecahan problem secara integratif

Pemecahan masalah secara integratif merupakan bentuk penyelesaian konflik secara utuh dan menyeluruh, dimana konflik berusaha dicari sumber masalahnya kemudian berusaha dipertemukan/ dikonfrontasikan kepentingan tersebut, untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian dicarikan proses konsensus terbaik sebagai bentuk kesepakatan konflik bersama.

C. Takmir Masjid

Takmir masjid adalah organisasi yang mengurus seluruh kegiatan yang ada kaitannya dengan masjid, baik dalam membangun, merawat maupun memakmurkannya, termasuk usaha-usaha pembinaan remaja muslim di sekitar masjid.[77] Takmir masjid sebenarnya telah bermakna kepengurusan masjid, namun tidak salah bila kita menyebut "Pengurus Takmir Masjid".[78]

Untuk menjalankan fungsinya, takmir masjid membentuk struktur organisasi takmir masjid. Struktur organisasinya paling tidak terdiri dari Ketua, Sekretaris, Bendahara serta Bagian-bagian yang diperlukan. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi : *Idaroh* atau kegiatan administrasi masjid, misalkan pencatatan buku-buku perpustakaan, administrasi jumlah jamaah, dan lain-lain, *Imaroh* atau kegiatan-kegiatan masjid yang mengarah kepada pembinaan jamaah, seperti sholat jamaah 5 waktu, pengajian bapak-bapak, pengajian ibu-ibu, pembinaan remaja masjid, serta *Ri'ayah,* yaitu kegiatan masjid yang berkaitan dengan pembangunan fisik (sarana dan prasarana), misalkan perawatan kebersihan masjid, pengadaan dan perawatan alat pengeras suara masjid.[79]

---

[77] Andriana Pertiwi, "Peran Takmir Masjid dalam Meningkatkan Pendidikan Nonformal di Masjid al-Kautsar Gumpang Kartasura Sukoharjo", (Skripsi -- Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013), 4-5.
[78] Ponijo, *"Peran dan Fungsi Takmir Masjid*", http://bantul.kemenag.go.id/kemenag, diunduh pada hari Minggu, 5 Maret 2017 pukul 09:43 WIB.
[79] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Takmir masjid yang dijadikan sebagai fokus penelitian disini adalah takmir masjid ar-Rahman yang beralamatkan di jalan Wonokusumo Kidul nomer 27-A, Kelurahan Pegirian, Kecamatan Semampir, Surabaya. Khususnya masa kepengurusan tahun 2015-2016.

D. Komunikasi Dakwah Takmir Masjid Dalam Menyelesaikan Konflik Organisasi

Dalam menjalankan fungsinya, takmir masjid tentu tidak lepas dari dinamika, salah satunya adanya konflik organisasi. Konflik organisasi pada takmir masjid ini terjadi karena orang-orang didalamnya terdapat perbedaan nilai-nilai, kepentingan, keinginan yang tidak jarang perbedaan itu terjadi benturan. Konflik itu bisa terjadi antar anggota didalam organisasi, juga bisa terjadi antara anggota organisasi dengan diluar organisasi, bisa juga antar kelompok dalam satu organisasi, atau antar kelompok dengan organisasi berbeda.

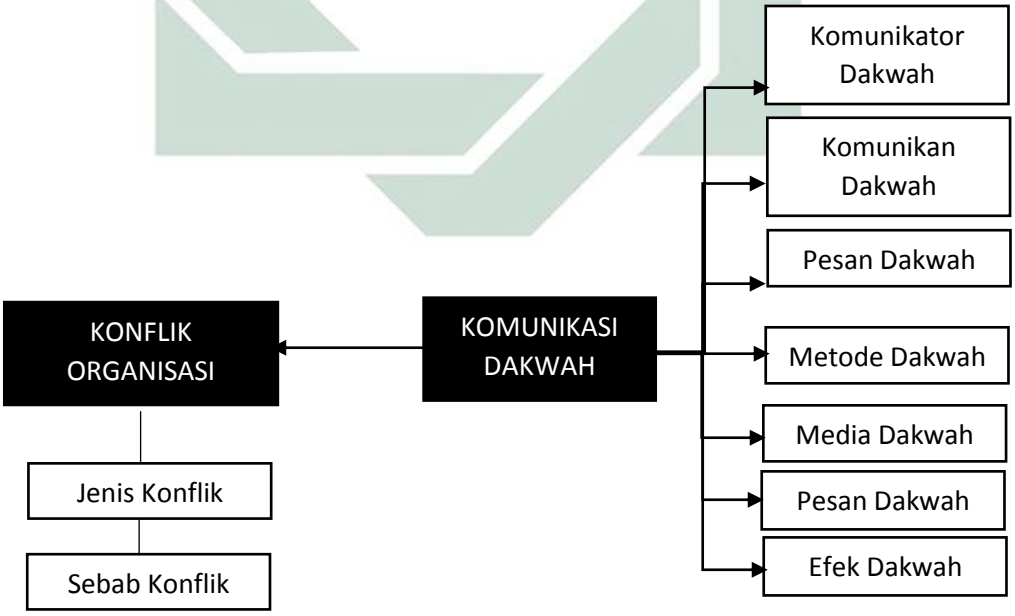
Dalam konflik organisasi yang terjadi tentunya mempunyai kekhasan yang berbeda dengan konflik organisasi yang lain, jenis konflik organisasi di takmir masjid tentunya tidak bisa disamakan dengan organisasi yang lain, karena organisasi takmir mempunyai kekhasan tersendiri, baik visi-misi, program, dan kepentingan orang-orang yang bergabung didalamnya.

Untuk menyelesaikan konflik organisasi takmir masjid, perlu dicari dulu apa yang melatarbelakangi konflik organisasi tersebut, apa saja faktor yang menyebabkannya, baru kemudian dilakukan upaya-upaya untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyelesaikan konflik tersebut. Salah satu kekhasan dalam penelitian ini adalah pola penyelesaiannya yang kemudian didekati dengan komunikasi dakwah, dimana dalam suatu komunikasi dakwah tentunya dalam menyelesaikan konflik menggunakan unsur-unsurnya kental dengan komunikasi, diantaranya adanya komunikator dakwah, komunikan dakwah, pesan dakwah, metode dan media dakwah, lingkungan, serta tujuan komunikasi dakwah yakni menyelesaikan konflik. kekhasan berikutnya adalah pesan komunikasi yang mendasarkan pada ajaran islam, metode yang digunakan komunikasi persuasif, ajakan kepada komunikan dakwah agar muncul saling kesepahaman akan sumber konflik yang kemudian mengajaknya untuk menyelesaikan konflik organisasi dengan baik.

E. Kerangka Konsep



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id