

memperhatikan siapa tokoh agama yang akan memberikan ceramah. Ketertarikan mereka kepada penceramah biasanya atas dasar isi dari ceramahnya yang banyak mengandung hikmah yang dapat diambil dari pesan dakwahnya, memiliki kharismatik, banyak mengetahui ilmu keagamaan ('*alim*). Ada tipe seorang da'i yang pada saat memberikan ceramah sama sekali tidak lucu, yang disampaikan cenderung monoton tetapi banyak digemari khususnya oleh masyarakat Madura, yaitu penceramah yang karismatik. Seolah masyarakat merasakan energi spiritual yang dipancarkan oleh penceramah tersebut, sehingga tak satupun jamaah yang tidak memperhatikan dari ceramah yang disampaikan. Disinilah kita dapat mengetahui bahwa seorang da'i harus memiliki kemampuan dalam memberikan pengaruh terhadap mad'u agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima bahkan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Sosok kiai kelahiran Desa Poreh kecamatan Lenteng kabupaten Sumenep Madura salah satunya yang menjadi penceramah favorit bagi masyarakat Madura khususnya. Hal ini ditandai dengan diundangnya beliau diberbagai macam daerah di Madura, bahkan sampai ke pulau-pulau yang ada di Madura dan banyaknya jam'ah yang datang pada saat acara pengajian *Tambena Ate* yang diselenggarakan di Desa Pore Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Madura.

Program pengajian *Tambena Ate* yang setiap malam jum'at manis dilaksanakan di desa Poreh, dan dihadiri oleh hingga ribuan jama'ah, program *Tambena Ate* ini diisi oleh Dr. K.H. Ahmad Imam Mawardi, MA dimana

1. Kekuasaan koersif (*coersive power*). Kekuasaan koersif menunjukkan kemampuan komunikator untuk mendatangkan ganjaran atau memberikan hukuman kepada komunike.
2. Kekuasaan keahlian (*expert power*). Kekuasaan ini berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki komunikator. Dosen memiliki kekuasaan keahlian, sehingga ia dapat menyeruh mahasiswanya menafsirkan suatu teori sesuai dengan pendapatnya.
3. Kekuasaan informasional (*informational power*). Kekuasaan ini berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki oleh komunikator. Ahli Komputer memiliki kekuasaan informasional ketika menyarankan kepada seorang pemimpin perusahaan untuk membeli komputer jenis tertentu.
4. Kekuasaan rujukan (*referent power*). Disini komunike menjadikan komunikator sebagai kerangka rujukan untuk menilai dirinya. Komunikator dikatakan memiliki kekuasaan rujukan bila ia berhasil menanamkan kekaguman pada komunike, sehingga seluruh prilakunya diteladani. Seorang Nabi dengan prilakunya yang menakjubkan dapat menyebabkan pengikut-pengikutnya meniru tingkah lakunya.
5. Kekuasaan legal (*legitimate power*). Kekuasaan ini berasal dari seperangkat peraturan atau norma yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan.

Departemen *Marketing, Food Beverage Service, Food Beverage Production, Minor Operation, Laundry and Dry Deaning, House Keeping, Front Office, Accounting, Personnel, Engineering, Administration, General*. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Secara parsial kredibilitas, daya tarik dan kewenangan berhubungan dengan etos kerja karyawan hotel. Setelah diuji ternyata kredibilitas sangat berhubungan dengan etos kerja daya tarik termasuk kategori yang tidak bermakna, berarti daya tarik tidak ada hubungannya dengan etos kerja. Sementara kewenangan pimpinan setelah diuji ternyata yang paling berpengaruh positif terhadap etos kerja, berarti kewenangan mempunyai hubungan yang sangat berpengaruh terhadap etos kerja karyawan hotel. Secara simultan ternyata kredibilitas dan kewenangan berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan hotel. Kedua variabel tersebut sangat berhubungan dengan etos kerja karyawan hotel, sedangkan daya tarik baik secara parsial maupun secara simultan tidak ada hubungannya dengan etos kerja karyawan hotel. Melihat kewenangan pimpinan pengaruhnya besar terhadap etos kerja karyawan, maka disarankan kepada pimpinan untuk menggunakan kewenangan tersebut dengan sebaikbaiknya dengan berpatokan kepada aturan yang telah baku, namun tidak bertindak semena-mena atau bahkan otoriter. Kalau sifat otoriter terjadi dikhawatirkan justru kewenangan ini akan menjadi *counter productive* bagi etos kerja karyawan.²⁴

²⁴ Rusmadi Awza, “*Kredibilitas, Daya Tarik, dan Kewenangan Pimpinan Sebagai Komunikator Terhadap Etos Kerja Karyawan*” Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 1, Maret 2012, 1-55.

Penelitian yang dilakukan oleh F. Nurfalah, L.Maya, Widiyanti, berjudul “*Pengaruh Kredibilitas Dan Kepribadian Dosen Dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon*” penelitian ini memiliki persamaan dengan yang dilakukan oleh Rusmadi Awza ingin mengetahui apakah kredibelitas memiliki unsur yang menungjung sebagai komunikator terhadap etos kerja, sementara penelitian ini pada terhadap etos belajar atau motivasi belajar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah “Penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari polpulasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis dan psikologis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, semakin baik kredibilitas dan kepribadian dosen dalam mengajar maka motivasi belajar mahasiswa juga akan meningkat. Dalam hal ini,seharusnya dosen dapat menciptakan iklim yang kondusif untuk belajar.Dosen juga harus menampilkan diri sebagai figur yang terampil dan bisa menjadi suri tauladan mahasiswanya, sehingga mahasiswa dapat berkembang secara optimal yang dan dimanifestasikan dengan kegiatan belajar yang efektif.²⁵

²⁵ F. Nurfalah, L.Maya, Widiyanti, berjudu, “*Pengaruh Kredibilitas dan Kepribadian Dosen Dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon*” Jurnal Komunikasi Pembangunan, Juni 2012, Vol.9, No.2.

