

## **POLA KOMUNIKASI LEMBAGA ASWAJA CENTER DALAM MENSUKSESKAN KEGIATAN PEKAN ASWAJA**

Rifqi Maulana Mahri, Yohandi

rifqimahar98@gmail.com, yohandi1986@gmail.com  
Fakultas Dakwah Universitas Ibrahimy Sukorejo Situbondo

### **Abstrak**

Lembaga Aswaja Center merupakan lembaga yang bergerak menangani kegiatan pengkaderan santri dalam materi ASWAJA (Ahlusunnah Wal Jama'ah). Lembaga ini berada dalam naungan Pengurus Pusat IKSASS Santri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Situbondo. Dalam setiap organisasi diperlukan komunikasi untuk menjalin interaksi antara pengurus atau pelaku organisasi. Komunikasi yang dilakukan secara inten dalam komunikasi menimbulkan suatu pola tertentu yang disebut dengan pola komunikasi organisasi. Bagaimana pola yang dilakukan pengurus lembaga aswaja center dalam menjalankan kegiatan pekan aswaja dan bagaimana deskripsi keberhasilannya? Dalam tulisan ini akan dijawab. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan diantaranya adalah teori tentang pola komunikasi organisasi milik Popi Ruliana dan teori keberhasilan program milik David C. Korten. Hasil penelitian menyebutkan bahwa lembaga Aswaja Center dalam mensukseskan kegiatan pekan aswaja menjalankan lima pola, antara lain pola komunikasi semua saluran, pola komunikasi bentuk rantai, pola komunikasi upward communication, pola komunikasi downward communication dan pola komunikasi lateral. Dan keberhasilan lembaga aswaja center dalam melaksanakan setiap kegiatan terlihat dari indikator kesesuaian antara program dengan pemanfaat.

**Kata Kunci:** Pola Komunikasi, Aswaja Center dan Pekan Aswaja

### **Abstract**

The Aswaja Center Institute is an institution engaged in handling the cadre activities of students in aswaja material (Ahlusunnah Wal Jama'ah). This institution is under the auspices of the Central Board of IKSASS Santri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Situbondo. In every organization, communication is needed to establish interaction between management or organizational actors. communication that is carried out intentionally in communication creates a certain pattern which is called the pattern of organizational communication. What is the pattern used by the management of the aswaja center in carrying out Aswaja week activities and what is the description of its success? In this paper will be answered. The methodology used in this research is descriptive qualitative. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. The theories used include Popi Ruliana's theory of organizational communication patterns and David C. Korten's theory of program success. The results of the study stated that the Aswaja Center institution in the success of Aswaja week activities carried out five patterns, including communication patterns for all channels, communication patterns in the form of chains, upward communication patterns, downward communication patterns, and lateral communication patterns. And the success of the Aswa-

ja Center in carrying out each activity can be seen from the suitability indicator between the program and the beneficiaries.

**Kata Kunci:** Communication Patterns and Aswaja Center and Aswaja Weekend

## Pendahuluan

Komunikasi tidak bisa dilepaskan dari tindakan, sikap, ucapan manusia, demikian pula dalam lingkungan organisasi. Seperti yang pernah dikatakan Liliweri, manusia selalu melaksanakan komunikasi dan mereka tidak dapat menghindari komunikasi.<sup>1</sup> Apapun yang dilakukan manusia dalam pertemuannya dengan manusia lain merupakan komunikasi dalam arti luasnya.

Komunikasi dapat diartikan sebagai kata benda (*noun*), *communication*, berarti: pertukaran simbol, pesan, dan informasi; proses pertukaran antar individu melalui simbol yang sama; seni untuk mengekspresikan gagasan; ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.<sup>2</sup> Dengan komunikasi, seseorang atau pemimpin organisasi mendapat informasi yang dibutuhkan demi mewujudkan tujuan organisasi. Potensi organisasi yang sehat dapat dilihat dari intensitas komunikasi antar pengurus dan dalam kaitannya memberikan pelayanan.

Komunikasi merupakan aktifitas paling menentukan dalam hubungan sosial, terlebih dalam kaitannya untuk perkembangan organisasi. Ketika intensitas komunikasi rendah, atau bahkan sangat jarang dapat dipastikan terjadi kerenggangan sosial, di sinilah komunikasi bagaikan harta yang tidak ternilai harganya, daripada apapun. Dengan komunikasi, seseorang bisa merasa rileks, saat suasana hati sedang kalut, bahkan komunikasi dapat dikatakan sebagai solusi terbaik dalam mengkonsolidasi pengurus dalam konteks organisasi.

Dalam pendekatan agama, komunikasi sempat disinggung dalam al-Qur'an, sebagai berikut:

الرَّحْمَنُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Artinya : “(Tuhan) yang Maha pemurah, yang telah mengajarkan Al Quran. Dia

menciptakan manusia. Mengajarnya pandai berbicara”.<sup>3</sup>

Ayat di atas mengisyaratkan komunikasi dapat memberikan seseorang pengetahuan, serta dengan pengetahuan tersebut, manusia berbicara (komunikasi). Dalam kebiasaan sehari-hari manusia berkomunikasi dalam bentuk simposium, musyawarah, dialogi (interpersonal), atau bahkan monolog (intrapersonal). Tetapi, dalam konteks organisasi, komunikasi dipergunakan untuk tukar pendapat dan pencarian solusi demi terwujudnya visi-misi organisasi. Dalam hal ini, komunikasi organisasi nampak lebih terstruktur, karena setiap individu disepakati terlebih dahulu, apa posisi dan fungsinya, seperti pemimpin rapat dan moderator dalam perencanaan program kegiatan.

Organisasi yang baik tentu memiliki kualitas komunikasi yang baik pula, karena manusia tidak akan mengetahui apa yang dibutuhkan lingkungannya tanpa melakukan komunikasi. Seperti Lasswell berkata: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”, yang artinya siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.<sup>4</sup> Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses penyampian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media yang menimbulkan efek (respon).<sup>5</sup> Teori Lasswell merupakan teori yang populer dan mudah dimengerti, teori Lasswell juga merupakan teori yang sesuai dalam penelitian kualitatif yang peneliti angkat.

Dalam al-Qur'an manusia diperintahkan Allah Swt untuk mengucapkan perkataan yang berkualitas serta mulia saat berkomunikasi, dalam Al-qur'an diisyaratkan menggunakan kata karima, berikut ayat tersebut:

1 Liliweri, Alo. 2002. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 3.

2 Suryanto. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Bandung: CV Pustaka Setia), 48.

3 Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia, 55:1-4.

4 Poppy Ruliana. 2014. *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 2.

5 *Ibid*, 3.

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِلَهًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا  
 إِمَّا يَنْتَلِعَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَيْهِمَا فَلَا تَقُنْ  
 لَهُمَا أَفًّا وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya : “maka jangan sekali-kali engkau mengatakan perkataan ‘ah’ dan jangan engkau membentak keduanya dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik”.<sup>6</sup>

Kandungan dalam ayat di atas, menghendaki agar manusia menggunakan perkataan yang baik antar manusia, terlebih terhadap kedua orang tua. Dalam konteks komunikasi organisasi ucapan yang baik (*qoulan karima*) saat berkomunikasi ditujukan untuk menciptakan hubungan yang baik dan harmonis. Ucapan yang kasar dan menyinggung, dapat menyebabkan permasalahan sosial antar pengurus yang berujung pada keengganan untuk saling mendukung dalam semangat persatuan untuk mewujudkan harapan luhur visi-misi organisasi.

Organisasi adalah bentuk kerjasama yang sistematis antara sejumlah orang untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Disebut dengan kerjasama, karena di dalamnya terbentuk jalinan, hubungan, relasi, dan komunikasi antara sejumlah orang yang mempunyai tugas dan fungsi yang sama atau yang berbeda-beda (subsistem) lalu membentuk sebuah sistem (berinterelasi satu sama lain) untuk memenuhi tujuan ideal dan konkret yang telah disepakati bersama.<sup>7</sup> Hubungan sosial antara satu individu dengan yang lainnya disatukan oleh organisasi dan membentuk jaringan sosial bagi anggota organisasi.

Dalam organisasi sosial bukan hanya kegiatan rutin seperti doa bersama atau membaca dzikir bersama, namun juga terdapat kajian dan semacam kegiatan pendidikan seperti yang dilakukan Lembaga Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo. Se-

hingga organisasi sosial dapat mempertahankan eksistensinya, lantaran telah memiliki calon-calon penerus gerakan organisasi, yang biasanya disebut kader.

Organisasi sosial merupakan organisasi yang mewadahi individu dalam bertukar pikiran, dan memiliki kesamaan dalam berpikir serta tidak berorientasi untuk mendapatkan laba sebagaimana organisasi politik atau organisasi bisnis. Organisasi sosial dipimpin oleh individu yang telah melalui tahapan-tahapan sehingga tumbuh sosok uswah yang dapat menyelesaikan masalah sosial serta aktor penguatan akidah agama. Dalam hal ini, Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo merupakan organisasi sosial di bawah naungan IKSASS, sebagai lembaga bidang pengembangan sumberdaya manusia.

Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo merupakan tindak lanjut dari forum diskusi yang bergerak sejak 2017 bertepatan dengan kepengurusan IKSASS periode tujuh. Satu tahun kemudian, diresmikan sebagai lembaga dengan nama Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo. Sebelum diresmikan, kegiatan diskusi aswaja masih dalam bentuk program kegiatan bidang pengembangan sumberdaya manusia, yang diikuti oleh beberapa pengurus dan anggota IKSASS, yang ditempatkan secara tidak menetap, kadang di kantor IKSASS pusat, di samping kantor IKSASS Alumni, taman, dan ruang terbuka lainnya.

Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo sebagai lembaga yang berusia empat tahun sejak diresmikan, telah memasuki periode tiga, struktur telah dirapikan, administrasi juga telah ditata, dengan rujukan Anggaran Dasar/ Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) pengurus pusat IKSASS dan Peraturan Organisasi (PO) yang terumuskan pada muktamar II.

Secara struktur, Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo terdapat syuriah dan tanfidziyah. konsep struktur ini mirip NU, syuriah sebagai pengawas, dan tanfidzi sebagai pelaksana. Syuriah terdapat

6 Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia, 17:23.

7 Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: PT Bumi Aksara.), 51.

satu ketua yang disebut rais, dan satu juru catat yang disebut katib, serta dibantu oleh dua orang anggota. Sedangkan dalam susunan tanfidzi terdapat ketua, wakil ketua I membidangi kaderisasi dan pengembangan sumberdaya manusia, wakil ketua II membidangi infokom dan ta'lif wan nasr, dan keagamaan. di bawah naungan tersebut terdapat sekretaris, bendahara serta anggota-anggota yang membantu masing-masing koordinator. Kepengurusan di atas merancang program kerja baik tahunan dan bulanan, setelah terlebih dahulu dikomunikasikan dengan pengurus pusat IKSASS, yang dikemas dalam kegiatan rapat kerja, baru kemudian lembaga merancang program kegiatan lembaga yang disesuaikan dengan hasil rapat kerja pusat IKSASS. Dalam hal ini, terdapat pola komunikasi yang dapat peneliti amati. terlebih pada periode ketiga terdapat beberapa kegiatan yang telah direalisasikan, baik kegiatan seremonial dan non-seremonial seperti diskusi rutin, membaca rotibul haddad bersama, dan qosidah al-Barzanji.

Perkembangan organisasi ini, salah satunya ditopang oleh kegiatan andalan yakni "Pekan Aswaja", kegiatan yang bertepatan dengan lahirnya organisasi afiliasi pondok pesantren, yaitu Nahdlatul Ulama (NU), yang didirikan pada tanggal 31 Januari 1926. Dalam pekan aswaja, juga tersematkan sub acara perayaan milad NU, seminar nasional dan regional, perlombaan baca kitab, dll, yang berkaitan dengan pengembangan akidah aswaja, program ini telah berjalan sejak setahun lalu tepatnya periode kedua atau kepengurusan 2020/2021. Memasuki periode ketiga, kegiatan pekan aswaja masih menjadi salah satu program andalan organisasi yang menjadi harapan besar pejuang bagi pengurus. Dalam periode ketiga tersebut Pekan Aswaja semakin dikembangkan seperti Bedah Buku Shalawat Nariyah, Sejarah dan Khasiatnya, Seminar Aswaja, dan Sekolah Aswaja.

Pekan Aswaja sebagai ikhtiar luhur syiar (akidah) agama, telah berjalan sejak 2021, dalam perealisasi program kegiatan

pekan aswaja, melibatkan banyak personil, pihak lembaga juga bekerja sama dengan lembaga Sanggar Seni Cermin, kepanitiaan bekerja keras dalam upaya Mensukseskan program tersebut. Mulai penentuan waktu, kegiatan seremonial dan non-seremonial yang merupakan sub-sub acara dalam kegiatan pekan aswaja. Panitia mengadakan rapat perencanaan, pra-pelaksanaan, hingga terjun ke lapangan (eksekusi kegiatan). Dalam upaya realisasi kegiatan, terjadi interaksi antar pengurus yang memiliki misi dan harapan yang sama untuk Mensukseskan kegiatan tahunan tersebut. Panitia sebagai eksekutor utama perealisasi kegiatan telah membentuk pola komunikasi tertentu dalam pengamatan peneliti.

Panitia bersama pengurus lembaga telah menghadirkan tokoh-tokoh aswaja seperti, KH. Idrus Romli (peneliti buku Wahabi Gagal Paham serta pegiat bahtsul masalah NU), Prof. Dr. Noor Harisudin, M.Fil.I (akademisi aswaja serta alumni Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo), Dr. Alfian Zahasfan, Lc., M. Si. (peneliti buku Shalawat Nariyah, Sejarah Dan Khasiatnya), KH. Lutfi Bashori (Pengasuh Pondok Pesantren Pendidikan Ilmu Qur'an, Malang) serta program Sekolah Aswaja (Diklat Keaswajaan). Kehadiran tokoh-tokoh aswaja diharapkan dapat memberikan energi penguatan akidah aswaja para santri selain pengajian-pengajian yang sudah ada di pesantren dan madrasah-madrasah.

Dari paparan di atas peneliti mengambil garis besar, Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo dalam merealisasikan kegiatan Pekan Aswaja menggunakan pola-pola komunikasi organisasi tertentu antar pengurus, sehingga menarik untuk menelaah lebih lanjut tentang pola komunikasi organisasi Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo dalam mensukseskan kegiatan pekan aswaja.

### **Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini, pene-

liti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam buku metode penelitian kualitatif yang dikarang oleh Lexy J. Moleong mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>8</sup>

Pendapat lain mendefinisikan metode penelitian kualitatif dengan metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan), dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.<sup>9</sup>

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena sosial yang terdapat di lingkungan santri, yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model gambar atau gambar fenomena tertentu. sehingga penelitian ini bersifat mendalam karena kedalaman data yang menjadi pertimbangan serta menusuk sasaran peneliti.

### Hasil Penelitian

Komunikasi dalam organisasi menjadi hal penting untuk mewujudkan visi organisasi. Menurut Redding dan Sanborn bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi ke bawah atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi ke atas atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau

komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program.<sup>10</sup>

Berikut paparan data dari penelitian pola komunikasi Lembaga Aswaja Center dalam mensukseskan kegiatan Pekan Aswaja.

#### 1. Bentuk Pola Komunikasi

Terdapat beberapa pola komunikasi organisasi dalam Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo antara lain:

##### a. Komunikasi dengan semua elemen

Di dalam lembaga aswaja center terdapat pimpinan tertinggi yaitu ketua tanfidziyah sebagai pelaksana lapangan. Jajaran dibawahnya adalah wakil ketua kemudian koordinator dan pengurus anggota. Pengurus Lembaga Aswaja Center dalam melakukan komunikasinya tanpa ada skat-skat atau tanpa adanya birokrasi yang ribet. Komunikasi yang dilakukan selalu cair antara bawahan dengan atasan. Dengan adanya ruang sharing ide setelah selesai melakukan rapat-rapat kegiatan.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan ketua lembaga aswaja center berikut ini:

*“prosesnya dirapatkan (bersama semua pengurus), program apa yang akan dilaksanakan satu tahun ke depan, dari masing-masing koordinator, seperti sekolah aswaja, pekan aswaja, seminar istimewa. Dalam penganggaran juga, disesuaikan kebutuhan kegiatan, dari masing-masing koordinator setelah saat rapat RAB (rancangan anggaran belanja), sharing ide gitulah”<sup>11</sup>*

8 Lexy J, Moleong. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 3.

9 Afrizal. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. (Depok: Rajawali Pers), 13.

10 Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. (Jakarta: PT. Grasindo), 11.

11 Wawancara dengan Muchin Ulya, tanggal 20 Mei

Dari pihak lain, koordinator kasasi kawan Afina Sasono, memiliki penjelasan yang sama dengan ketua, Afina Sasono menjelaskan :*“kita rapat dulu bersama seluruh pengurus, menyerap aspirasi, serta kita saling melengkapi antar pendapat”*

b. Pola Komunikasi Bentuk Rantai

Pola komunikasi bentuk rantai dalam organisasi Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo, terjadi saat penunjukkan ketua panitia kegiatan, berikut hasil wawancara dengan ketua lembaga: *“ya langsung menunjuk ketua panitia sesuai koordinator, secara otomatis anggota koordinator membantu dengan menjadi kepanitiaan inti, tapi koordinator bisa mengajukan pergantian sesuai prosedur”*<sup>12</sup>

c. Komunikasi Dari Atas Ke Bawah

Selain dua pola di atas terdapat juga arus komunikasi dari atas ke bawah (*Downward Communication*) dalam komunikasi organisasi Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo, berikut hasil wawancara: *“dalam mencari masa atau publikasi, untuk peserta selain pengurus lebih efisien dengan pengeras suara, jika menghubungi pengurus lebih efisien menggunakan surat, lebih-lebih menggunakan surat yang disebar ke kamar-kamar jika mampu”*<sup>13</sup>

Komunikasi ini merupakan saluran yang paling sering digunakan dalam sistem organisasi. Arus pengiriman pesan terjadi dari atasan kepada bawahan, biasanya digunakan untuk mengirim perintah, petunjuk, tujuan dan kebijakan pada anggota yang berada pada tingkat di bawahnya. Masalah utama pada arus komuni-

kasi ini adalah tidak adanya *feedback* dari bawahan, dengan kata lain hanya mempunyai satu arah saluran.<sup>14</sup>

d. Komunikasi dari Bawah ke Atas

Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo dalam bergerak merealisasikan program kegiatan juga menerapkan komunikasi dari bawah ke atas (*Upward Communication*). Dalam hal ini, terjadi saat evaluasi kegiatan seperti pada evaluasi kegiatan seminar istimewa. Para panitia diberikan waktu untuk memberikan kritik-saran demi perbaikan kegiatan selanjutnya, saran ini ditujukan kepada ketua panitia dan pengurus, khususnya pengurus harian sebagai pengawas panitia. Berikut hasil wawancara dengan pengurus Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo, Afina Sasono, Koordinator Kasasi: *“Setelah kegiatan ada evaluasi, panitia memberikan laporan dan kritik-saran, evaluasi juga dihadiri pengurus harian lembaga”*<sup>15</sup>

Panitia sebagai bawahan dalam struktur pelaksanaan program kegiatan mendapat ruang untuk berkomunikasi terhadap atas baik itu ketua panitia atau Pengurus Harian (ketua, wakil ketua, sekretaris, dan bendahara), disinilah komunikasi dari bawah ke atas. Hal ini juga penting sebagai bahan pertimbangan kegiatan selanjutnya.

e. Komunikasi Lateral

Pengurus Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo, khususnya dalam kepanitiaan, panitia menjadi tim lapangan dalam proses perealisasi program, lantaran posisi kepanitiaan yang setara seperti

2022, di Kantor IKSASS

12 Ibid, tanggal Mei 2022

13 Ibid, tanggal Mei 2022

14 Situmeang, Ilona V. Osiana. 2016. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Obyektif Dan Perspektif Subyektif*. (Yogyakarta: Ekuilibria)

15 Wawancara dengan Afina Sasono, tanggal 20 Mei 2022, di Kantor IKSASS

panitia bagian perlengkapan dengan publikasi kegiatan, tentu langsung berinteraksi untuk mempercepat kinerja. Kesetaraan posisi dalam panitia ini, telah sesuai dengan pengertian komunikasi lateral, hal ini juga diperkuat hasil wawancara penulis dengan ketua lembaga, Muchsin Ulya : *“ya biasanya panitia di lapangan yang langsung mengerjakan apa tugasnya, saling membantulah antar panitia, setelah tugas utamanya selesai”*<sup>16</sup>

Sesuai pengertian komunikasi lateral, komunikasi ini sering terjadi secara informal dan tidak terduga, komunikasi ini mempercepat pengambilan tindakan dalam suksesi program kegiatan. hal ini didukung dengan tidak adanya alat komunikasi seluler yang dengan leluasa dapat menghubungi atasan secara cepat dan mudah.

Komunikasi lateral juga dipergunakan antar ketua lembaga seperti ketua lembaga sanggar seni, dan bumi nusantara berikut hasil wawancara ketua tanfidziyah aswaja center salafiyah syafi'iyah sukorejo: *“kita (sesama ketua lembaga) berkomunikasi agar tidak ada kegiatan yang berbenturan dengan ketua lembaga lainnya”*<sup>17</sup>

## 2. Keberhasilan Organisasi Dalam Kegiatan Pekan Aswaja

Keberhasilan Lembaga Aswaja Center dalam melaksanakan setiap kegiatan terlihat dari beberapa indikator:

### a. Jumlah Kehadiran Peserta Yang Banyak

Jumlah partisipasi peserta menjadi salah satu tolok ukur suksesnya kegiatan, dalam kegiatan pekan aswaja peserta mencapai ratusan peserta yang memenuhi auditorium SMK

Ibrahimi 1 sebagaimana dikatan panitia: *“peserta dalam kegiatan bedah buku dan seminar keaswaja an diikuti ratusan peserta”*<sup>18</sup>

### b. Aktifnya Peserta Dalam Mengikuti Kegiatan

Peserta aktif menjadi salah satu tolok ukur kegiatan aswaja, terlebih peserta yang berpartisipasi dalam pembelian buku Shalawat Nariyah sejarah dan hasiatnya: *“Alhamdulillah seluruh buku pembelian buku Shalawat Nariyah sejarah dan Khasiatnya”*<sup>19</sup>

### c. Kehadiran Narasumber Yang Sesuai Rencana

Kehadiran narasumber atau penulis asli (kegiatan bedah buku shalawat nariyah) menjadi nilai tersendiri dalam kegiatan organisasi peserta akan antusias dengan hadirnya penulis, maka kegiatanpun dianggap sukses dalam hasil wawancara: *“dua acara seremonial pekan aswaja dihadiri oleh narasumber”*<sup>20</sup>

## Pembahasan

Penulis akan membahas hasil wawancara dengan pihak terkait mengenai Pola Komunikasi Organisasi Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Dalam Merealisasikan Program Kegiatan, penulis mengaitkan antara praktik yang dilakukan organisasi dengan teori, yang kemudian menghasilkan opini. Berikut adalah pembahasannya:

### 1. Pola Komunikasi Organisasi Lembaga Aswaja Center Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Dalam Merealisasikan Program Kegiatan

Penulis mendapatkan beberapa pola komunikasi organisasi lembaga aswaja center dari hasil wawancara, berikut pemaparannya;

16 Wawancara dengan Muchin Ulya, tanggal 20 Mei 2022, di Kantor IKSASS

17 Wawancara dengan Ketua Tanfidziyah, tanggal 20 Mei 2022, di Kantor IKSASS

18 Wawancara dengan Afina Sasono, tanggal 20 Mei 2022, di Kantor IKSASS

19 Ibid, tanggal 20 Mei 2022

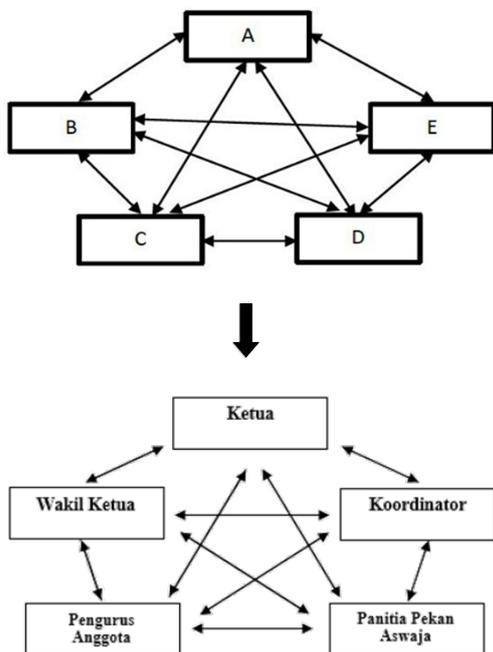
20 Wawancara dengan Muchin Ulya, tanggal 20 Mei 2022, di Kantor IKSASS

a. Pola Komunikasi Semua Saluran

Dari hasil wawancara di atas, dapat kita pahami pola semua saluran, terjadi saat rapat kerja perencanaan program dan rapat rencana anggaran belanja, semua pengurus dilibatkan baik pengurus harian dan koordinator beserta anggotanya, serta diberikan keleluasaan untuk pengajuan penganggaran, utamanya saat rapat rancangan anggaran belanja.

Terdapat kalimat "saling melengkapi antar pendapat" berarti terjadi interaksi antar peserta forum tidak terpaku pada ketua saja, atau pimpinan lainnya. Hal ini, mengarah pada bentuk komunikasi semua saluran.

Sebagaimana dikatakan bahwa dalam bentuk komunikasi semua saluran, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Bentuk komunikasi ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara maksimal.<sup>21</sup>



Dalam komunikasi pola semua saluran masing pengurus memiliki kesempatan yang sama dalam kaitan-

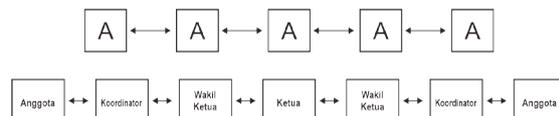
nya berkomunikasi dengan berbagai tingkatan pengurus baik ketua dengan koordinator dan sebaliknya, koordinator dengan wakil ketua dan sebaliknya, panitia dengan ketua dan sebaliknya, dan seterusnya.

b. Pola Komunikasi Organisasi Bentuk Rantai

Penyampaian ketua lembaga ini, mendukung pola komunikasi bentuk rantai yang memusatkan titik tengah (ketua) hingga sampai pada tingkatan kepengurusan paling bawah artinya terjadi urutan hirarki komunikator yang disesuaikan dengan prosedur organisasi.

Dalam hal ini, ketua lembaga langsung menunjuk ketua panitia kegiatan sesuai yang membidangi. Semisal kegiatan bidang kasasi, ketua lembaga langsung menunjukan ketua panitia dari bidang tersebut, sistem penunjukkan ketua panitia menyingkat proses pemilihan, sehingga rapat difokuskan dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan.

Sebagaimana hal tersebut tercermin dalam konsep pola rantai yang berbentuk gambar berikut ini:



c. Downward Communication

Interviewe dengan Ansorik memberikan penjelasan bagaimana upaya memobilisasi massa atau audien dengan menggunakan pengeras suara lebih efisien sedangkan untuk mengundang pengurus (internal) menggunakan surat lebih efisien sebagai himbuan untuk hadir. Hasil wawancara di atas mengarah pada pola komunikasi organisasi bentuk roda, dimana satu komunikator menyebarkan informasi atau pesan terhadap komunikan secara meluas, dari sini dapat dipahami komunikator tidak dapat langsung memberikan *feedback*, dalam hal ini, sesuai dengan konsep *downward*

21 Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Gramedia), 62.

*communication*. Penjelasan diatas memberikan gambaran sebagaimana ciri utama dalam arus komunikasi downward bahwa komunikasi hanya pada satu arah. Tidak adanya *feedback* dari bawahan, dengan kata lain hanya mempunyai satu arah saluran.<sup>22</sup>

Selain itu, komunikasi dari atas ke bawah terdapat dalam kegiatan pengajaran kitab “*mafahim antajibu antushohhah*” yang diajar oleh Ust. Khairuddin Habziz, M.HI, para peserta pengajaran nampak pasif tidak memberikan *feedback*, sedangkan komunikator, sang muallim aktif memberikan materi pengajaran, konsep ini dalam pesantren disebut sorogan.

Komunikasi ke bawah sebagai bentuk intruksi dari atasan terhadap anggota agar menjadi tindakan pasti di lapangan. Hal ini biasanya merupakan hasil rapat penting pengambilan kebijakan yang hanya diikuti para ketua atau pengurus harian organisasi.

Dalam hal ini, panitia menginformasikan peserta kegiatan melalui pengeras suara (toa), khususnya dalam kegiatan seremonial yang melibatkan banyak audien, hal ini dilakukan sebagai upaya memobilisasi peserta. Penulis mewawancarai wakil ketua II, saudara Ansorik, yang membawahi koordinator infokom, SDM, dan agama, dan telah merealisasikan program seminar istimewa, dengan sekitar hampir dua ratus peserta; serta merealisasikan program Pekan Aswaja dengan beberapa sub acara.

#### d. *Upward Communication*

Lembaga Lembaga Aswaja Center dalam menjalankan program pekan aswaja juga menggunakan *Upward communication*. Sebagaimana hasil temuan data dari hasil wawancara diatas bahwa bawahan diberikan ruang

untuk menyampaikan saran dan kritiknya kepada atasan. Sebagai salah satu cara untuk evaluasi pimpinan agar proses kegiatan kedepan berjalan dengan sesuai rencana. Sebagaimana dalam jenis *Upward Communication* itu sendiri yang salah satunya adalah sebagai ungkapan perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerja lainnya dan masalah lain yang serupa.

Pola *Upward Communication* dalam Al-qur'an terdapat dalam surah Al-Mujaadalah, ayat 1, berikut bunyi ayat tersebut:

قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا  
وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا إِنَّ  
اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ

*Artinya : Sesungguhnya, Allah telah mendengar perkataan wanita yang mengajukan gugatan kepada kamu tentang suaminya, dan mengadukan (halnya) kepada Allah. Dan, Allah mendengar soal-jawab antara kamu berdua. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (QS. Al-Mujaadalah).*

Ayat ini mengisahkan bagaimana seorang yang dipimpin memberikan sebuah bantuan padangan demi perbaikan kedepannya dan kebaikan bersama. Allah memberikan sebuah tata cara seorang pemimpin harus memberi ruang terhadap yang dipimpin menyampaikan pendapatnya serta usulan demi kebaikan. Demikian pula dengan organisasi terlebih organisasi yang menyatakan diri mengikuti ajaran Islam tentu ayat ini bisa diterapkan dengan semangat menghidupkan semangat al-jama'ah (persatuan umat Islam).

Komunikasi dari bawah ke atas dipergunakan untuk melaporkan informasi tertentu supaya pihak pemegang kebijakan bisa mengambil keputusan

22 Situmeang, Ilona V. Osiana. 2016. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Obyektif Dan Perspektif Subyektif*. (Yogyakarta: Ekuilibria)

secara cepat dan tepat. Komunikasi dari bawah memiliki keakuratan lebih baik daripada mengenai kondisi lapangan, hal ini dikarenakan bawahan bersentuhan langsung dengan keadaan partisipan di bawah seperti halnya massa calon peserta seminar dalam kegiatan Pekan Aswaja, khususnya kegiatan bedah buku Shalawat Nariyah.

Komunikasi dari bawah ke atas dipergunakan untuk melaporkan informasi tertentu supaya pihak pemegang kebijakan bisa mengambil keputusan secara cepat dan tepat. Komunikasi dari bawah memiliki keakuratan lebih baik daripada mengenai kondisi lapangan, hal ini dikarenakan bawahan bersentuhan langsung dengan keadaan partisipan di bawah seperti halnya massa calon peserta seminar dalam kegiatan Pekan Aswaja, khususnya kegiatan bedah buku Shalawat Nariyah.

e. *Lateral Communication*

Bentuk *Lateral Communication* juga digunakan dalam lembaga aswaja center ini. Dari data diatas menunjukkan bahwa walaupun setiap pengurus mempunyai tugas dan tanggung jawab yang telah diatur tetapi tidak menutup mata juga mereka saling komunikasi dan berhubungan dalam upaya saling membantu atara satu sama lain.

Sesuai pengertian komunikasi *lateral*, Komunikasi lateral adalah komunikasi yang terjadi di antara para anggota dari kelompok kerja yang sama, para anggota dari kelompok kerja pada level yang sama, para manajer pada level yang sama atau beberapa pekerja yang setara secara horizontal lainnya. Komunikasi lateral menghemat waktu dan memfasilitasi koordinasi. Sering kali, secara informal anggotanya menciptakan sirkuit pendek hierarkis secara vertikal dan mempercepat tindakan. Dari sudut pandang manajemen, komunikasi lateral dapat membuat

situasi menjadi lebih baik atau buruk.<sup>23</sup>

## 2. Keberhasilan Organisasi Dalam Kegiatan Pekan Aswaja

Keberhasilan Lembaga Aswaja Center dalam melaksanakan setiap kegiatan terlihat dari indikator jumlah kehadiran peserta yang banyak dalam istilah teori disebut dengan istilah **kesesuaian antara program dengan pemanfaat**.

Tawaran program kegiatan kajian aswaja yang dilakukan oleh lembaga Aswaja Center ini nampaknya sesuai dengan keinginan banyak santri. Utamanya para santri aktifis dalam keinginannya mendalami aqidah aswaja. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pemanfaat dalam hal ini peserta yang hadir dan mendaftarkan diri dalam kegiatan tersebut yakni ratusan mencapai 335 peserta. Selain itu dua narasumber hadir sebagaimana rencana awal dari panitia.

Hal ini sebagaimana dalam teorinya David C. Korten (1984 : 180) bahwa salah satu indikator keberhasilan program adalah kesesuaian antara program dengan pemanfaat, yaitu kesesuaian antara apa yang ditawarkan oleh program dengan apa yang dibutuhkan oleh kelompok sasaran (pemanfaat). Para peserta tidak hanya hadir akan tetapi aktif mengkaji materi yang dilihat dari habisnya pembelian buku yang menjadi kajian dan antusiasnya para peserta menyimak kajian.

## Simpulan

Dari hasil pembahasan terkait data-data yang telah terkumpulkan, dapat ditarik simpulan dalam tulisan ini bahwa :

1. Pola komunikasi dalam lembaga Aswaja Center dalam mensukseskan kegiatan pekan aswaja adalah terdapat lima pola, antara lain:
  - a. Pola komunikasi semua saluran
  - b. Pola komunikasi bentuk rantai

23 Poppy Ruliana. 2018. Koomunikasi Organisasi. (Rajawali Press: Depok), 88-89.

- c. Pola komunikasi upward communication
  - d. Pola komunikasi downward communication
  - e. Pola komunikasi lateral.
2. Keberhasilan lembaga aswaja center dalam melaksanakan setiap kegiatan terlihat dari indikator **kesesuaian antara program dengan pemanfaat.**

#### Daftar Pustaka

- Afrizal. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. (Depok: Rajawali Pers).
- Bahri Djamarah Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga*. (Jakarta: Rineka Cipta).
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. (Jakarta: KENCANA PRE-NAMEDIA GRUP).
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka).
- Edi, Suryadi. *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global*. (Bandung: Rosda Karya, 2018).
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. (Bandung: PT. Rosda Karya, 2004).
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Endang, Saifuddin Anshari. 1982. *Wawasan Islam Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam dan Umatnya*. (Jakarta: CV. Rajawali).
- H.A.W. Widjaja. 2001. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. (Jakarta: Universitas Terbuka).
- Hafied Cangara. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Hafied, Cangara. *Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2018).
- Hamidi. *Metode Penelitian Dan Teori Komunikasi*. (Malang: UMM Press, 2010).
- Hefni, Herjani. *Komunikasi Islam*. (Jakarta: Kencana, 2015)
- Ikbar, Yanuar, 2014. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. (Jakarta: PT Refika Aditma).
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. (Jakarta: Erlangga, 2005).
- Liliweri, Alo. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: PT Bumi Aksara,).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Rosda Karya, 2014).
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskripsi Kualitatif*. (Jakarta: Referensi).
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT. Rosda Karya).
- Musa Hubeis., Lindadati Kartika., Rarih Maria Dewi. 2012. *Komunikasi Profesional Perangkat Pengembangan Diri*. (Bogor: PT. Penerbit IPB Press).
- Pace & Faules. 2005. *Komunikasi Organisasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Poppy, Ruliana. 2014. *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. (Jakarta: PT. Grasindo).
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi, Konsep, & Aplikasinya*. (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010).
- Saifudin. *Pengelolaan Pembelajaran Teoritis dan Praktis*. (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018).
- Sampurno. *Manajemen Stratejik: Men-*

- ciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010).
- Samsul Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Amzah).
- Situmeang, Ilona V. Osiana. 2016. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Obyektif dan Perspektif Subyektif*. (Yogyakarta: Ekuilibria).
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi (jakata: PT. Rineka Cipta).
- Suryanto. 2017. *Pegantar Ilmu Komunikasi*. (Bandung: CV Pustaka Setia).
- Totok, Juroto. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. (Bandung: Rosda Karya), 25.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Gramedia).
- Yunus, Mahmud. *Kamus Arab Indonesia*. (Ciputat: PT. Mahmud Yunus Wa Dzurriyyah, 2007).
- Komunikasi. 2014).
- Eva Patriana. “Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Antara Pembimbing Kemasyarakatan Dan Keluarga Anak Pelaku Pidana Di Bapas Surakarta”. *Journal Of Rural And Development*. Vol. V No. 2 (Agustus 2014).

### **Jurnal**

- Arifin, Bustanol. “Strategi Komunikasi Dakwah Dai Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan”. (*Jurnal: Communicatus, Vol. 2, Nomor 2, 2018*).
- Pertama Sari, Feni., Alkhendra., Usman., Fransiska, Arina. “Strategi Komunikasi Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa”. (*Al Munir: Vol. 10 No. 1, Januari-Juni 2019*).
- Pertiwi, Dian. “Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Jumlah Debitur Di PT. BNI (Persero) TBK Kantor Cabang Padang”. (*JOM FISIP Vol. 6 Edisi I Januari – Juni 2019*).
- Zain, Nisful Laily. *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa*. (Jurnal Nomosleca Volume 3, Nomor 2, Oktober 2017).
- WahyuniHR. *Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan Dan Karyawan Dalam Membangun Kepuasan Kerja Di PT. Semen Tosa Kabupaten Pangkep*. (Skripsi--Makassar: Universitas Islam Negeri Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu