

KOMUNIKASI ORGANISASI PENDIDIKAN ISLAM

Dedi Sahputra Napitupulu

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Ittihadiyah Labuhanbatu Utara

Email: dedisahputranapitupulu@yahoo.com

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya komunikasi organisasi pendidikan Islam dengan menggunakan pendekatan kepustakaan dan literatur yang terkait dengan tema penelitian ini. Hasil analisis penulis menunjukkan bahwa komunikasi organisasi sangat diperlukan dalam menjalankan organisasi lembaga pendidikan Islam. Keberhasilan lembaga pendidikan Islam sangat ditentukan oleh faktor manajemen dan organisasi serta kemampuan komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh masing-masing *stake holders* dalam mengeban tugasnya. Komunikasi yang efektif dapat dilihat dari pelayanan terbaik dan manajemen sekolah, kualitas dan keunggulan lulusan sebagaimana harapan *stakeholders*, maka keterampilan komunikasi untuk para personil sekolah memang menjadi tugas manajer dan pemimpin sekolah untuk selalu ditingkatkan agar semakin jelas manfaat atau kontribusi keterampilan dan efektivitas komunikasi dalam mewujudkan pencapaian tujuan pendidikan di lembaga pendidikan Islam.

Kata kunci: Komunikasi, Organisasi, Pendidikan, Islam

Abstract

This article aims to determine the importance of communication of Islamic education organization using the literature and literary approach related to the theme of this research. The authors ' analysis results showed that organizational communication is indispensable in running an organization of Islamic educational institutions. The success of Islamic educational institutions is determined by the management and organization factor and interpersonal communication skills owned by each stake holders in carrying out their duties. Effective communication can be seen from the best service and school management, the quality and excellence of graduates as the expectations of stakeholders, the communication skills for school personnel is indeed the task of managers and school leaders To always be enhanced to make it clearer the benefits or contributions of communication skills and effectiveness in realizing the achievement of educational objectives in Islamic educational institutions.

Keywords: Communication, Organization, Education, Islam

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan pengalaman empirik di lapangan membuktikan bahwa keberhasilan sebuah lembaga pendidikan sangat ditentukan oleh faktor manajemen dan organisasi serta kemampuan komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh masing-masing *stake holders* dalam mengeban tugasnya. Kemampuan organisasi dan komunikasi tidak hanya diperlukan dalam mengurus lembaga pendidikan saja, akan tetapi dalam setiap aspek kehidupan. Sesungguhnya setiap hari, individu selalu memakai komunikasi dan organisasi dalam berbagai aktivitasnya. Sekali lagi, keberhasilan dalam melakukan aktivitas sehari-hari juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi dan organisasi.

Organisasi dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, Dimana antara satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Organisasi merupakan seni mengatur sesuatu, sedangkan komunikasi merupakan sarana untuk menyapaikan makmsud dari organisasi tadi. Agaknya kemampuan kepala sekolah/madrasah perlu memperhatikan dua aspek ini sehingga sebagai pimpinan, para manajer (kepala madrasah) mampu mengantarkan lembaga pendidikan Islam menjadi lembaga pendidikan yang unggul. Jika hari ini, lembaga pendidikan Islam agak tertinggal dari lembaga pendidikan lainnya, penulis berani tidak hanya berspekulasiakan tetapi sampai padataramn mkesimpulan bahwa penyebab utama dari ketertinggalan tersebut adalah ketidakmampuan mengorganisasi dan melakukan komunikasi yang efektif.

Dengan menggunakan analisis studi pustaka dengan menelusuri suber primer berupa buku dan jurnal, tulisan ini secara spesifik akan menguraikan tentang komunikasi organisasi pendidikan Islam dengan sub bab pembahasan yang meliputi pengertian komunikasi organisasi, fungsi kounikasi organisasi, pentingnya kounikasi organisasi dan kounikasi organisasi dalam pendidikan Islam menggunakan pendekatan Alquran dan Hadis. Melalui paparan ini, penulis menaruh harapan yang sangat besar kepada semua manajer (kepala madrasah) untuk dapat melakukan komunikasi organisasi lebih baik lagi pada lembaga yang mereka pimpin.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Definisi Komunikasi Organisasi

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi, dalam berbagai proses kehidupan proses interaksi merupakan sebuah keniscayaan. Karenanya memahami gaya komunikasi yang tepat dan menyenangkan sangat penting terutama dalam hal mengelola pendidikan. Biasanya keberhasilan sebuah lembaga pendidikan memiliki benang merah dengan ketetapan gaya komunikasi pimpinan dan kemampuan mengorganisasi bawahan.

Hubungan keniscayaan antara organisasi dan komunikasi dapat dipahami berdasarkan pandangan operasional maupun konseptual. Pandangan operasional terkait dengan prinsip-prinsip kerja organisasi, termasuk kerja organisasi dalam pencapaian tujuan organisasi, kewenangan manajemen dalam memengaruhi perilaku karyawan melalui koordinasi untuk pengintegrasian dan pengarahan kegiatan-kegiatan internal organisasi dan penyesuaian kegiatan-kegiatan eksternal agar adaptif dengan lingkungan demi efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan organisasi. (Nawawy, 2017:2).

Kata *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang biasa dipakai untuk menjelaskan kemampuan manusia memilih label dan simbol tertentu, atau menjelaskan hubungan diantara manusia dan hubungan manusia dengan dunia di sekeliling mereka. Jadi

communication menjelaskan *to union with or union together with* menjadi satu dengan atau bersama-sama dengan (Liliweri, 2011:31). Barelson dan Steiner sebagaimana yang dikutip oleh Syafaruddin (2015:260), menjelaskan bahwa komunikasi merupakan pemindahan informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan lainnya dengan menggunakan simbol, kata-kata, gambar, figur, dan grafik. Hal ini merupakan tindakan atau proses komunikasi yang biasanya disebut komunikasi.

Lebih lanjut Syafaruddin (2015:263) menjelaskan bahwa Komunikasi adalah pemindahan dan pemahaman atas pemberian arti. Suatu proses atas penekanan pemindahan makna, jika informasi atau gagasan tidak dikoversi, maka komunikasi tidak akan terjadi. Pembicara adalah orang yang menyiapkan informasi dan menyampaikannya untuk dipahami pendengar atau penerima pesan. Tantangan organisasi adalah bagaimana mengawasi aliran informasi jangan sampai tidak dikomunikasikan. Lebih penting lagi, komunikasi mencakup pemahaman terhadap makna. Untuk keberhasilan komunikasi, arti harus ditafsirkan dan dipahami.

Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk mengutuskan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. (Cangara, 2010:19). Dalam perspektif Islam komunikasi dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *al-ittsal* yang berasal dari kata *wasola* yang berarti sampaikan. (Kholil, 2007:1). seperti yang terdapat dalam Alquran surat Al-Qashas/28: 51


 وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

Artinya: “Dan Sesungguhnya telah Kami turunkan berturut-turut Perkataan ini (Alquran) kepada mereka agar mereka mendapat pelajaran”.

Sebagai sebuah ilmu, pada masa awal perkembangannya, komunikasi masih dipengaruhi oleh situasi lingkungan masyarakat yang melingkupinya. Komunikasi menjadi fenomena yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat, dan sebaliknya. (Syahputra, 2007:6).

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi adalah pemberian, pemindahan dan pertukaran gagasan, pengetahuan, informasi dan sejenisnya dengan mekanik, atau elektronik, tulisan atau signal tertentu. Proses komunikasi tersebut pemberian tanda dan perubahan makna dalam rangka usaha menciptakan pembagian pengertian/pemahaman. Untuk mencapai efektivitas komunikasi mensyaratkan penggunaan tatanan yang luas dari keterampilan intrapersonal dan interpersonal dalam proses mendengarkan, mengamati, berbicara, bertanya, menganalisis dan mengevaluasi. Setiap orang berkomunikasi disebabkan ada sesuatu yang diharapkan terjadi atau ada keinginan untuk mencapai kepuasan kebutuhan. Faktanya kebanyakan orang dalam bekerja dan kehidupannya berusaha untuk berkomunikasi dengan orang lain, apakah dengan menulis, membaca, berbicara atau mendengarkan.

2. Fungsi Komunikasi Organisasi

Salah satu prinsip terpenting dalam menentukan keberhasilan sebuah organisasi adalah kemampuan berkoordinasi antara atasan dan bawahan. (Mcgrat dan Bates, 2017:4). Secara sederhana, Saefullah (2007:9) menjelaskan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*);

2. Mendidik (*to educate*);
3. Menghibur (*to entertain*);
4. Perubahan sosial (*social change*).

Komunikasi organisasi menjadi alat paling strategis dalam menjalankan berbagai kegiatan organisasi sehingga tugas pokok dan fungsinya dapat terlaksana dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Gibs dan Hotgetts sebagaimana yang dikutip oleh Syafaruddin (2016:266) bahwa ada empat jenis komunikasi dalam organisasi dilihat dari penggunaan chanel maka proses informasi, yaitu terdiri dari:

1. Komunikasi dari atasan kepada bawahan (*downward communication*);
2. Komunikasi dari bawahan kepada pimpinan (*upward communication*);
3. Komunikasi Horizontal (komunikasi pada level yang sama dalam organisasi);
4. Komunikasi Diagonal (komunikasi individu dalam level dan bidang berbeda).

Downward Communication adalah komunikasi yang mengalir dari manajer kepada pegawai. Proses komunikasi ini digunakan untuk menginformasikan, bersifat langsung, berkoordinasi dan mengevaluasi pegawai. Ketika manajer menyusun sasaran kepada pegawai mereka maka digunakan mereka komunikasi dari atas ke bawah. Mereka juga menggunakan komunikasi dari atas ke bawah ketika membagi tugas kepada pegawai, memberi informasi tentang kebijakan dan prosedur organisasi, memaparkan masalah yang perlu mendapat perhatian atau mengevaluasi kinerja. Komunikasi dari atas ke bawah dapat dilaksanakan melalui metode komunikasi tertentu.

Adapun *upward communication* adalah komunikasi yang mengalir dari pegawai kepada manajer. Komunikasi ini menjaga manajer menyadari bagaimana perasaan pegawai atas pekerjaan mereka, teman kerjanya, dan organisasi secara umum. Para manajer juga melaksanakan komunikasi dari bawah ke atas untuk menerima gagasan-gagasan tentang bagaimana sesuatu pekerjaan, sarana dan prasarana, fasilitas, layanan dapat ditingkatkan. Sebagai contoh komunikasi dari bawah ke atas mencakup laporan kinerja yang disiapkan oleh pegawai, kotak sasaran, survei sikap pegawai, pelanggaran prosedur, diskusi pegawai dan manajer serta kegiatan kelompok informal di kalangan pegawai yang memiliki peluang untuk mendiskusikan masalah dengan manajer mereka atau yang mewakili manajemen puncak.

Lebih lanjut dijelaskannya bahwa berapa banyak komunikasi dari bawah ke atas dipergunakan sangat tergantung pada budaya organisasi. Jika para manajer telah menciptakan satu iklim dengan terpercaya dan rasa hormat serta menggunakan pengambilan keputusan partisipatif atau memberdayakan, maka komunikasi dari bawah ke atas dapat dipertimbangkan pelaksanaannya sebagai proses pegawai memberikan masukan dalam pengambilan keputusan. Dalam lingkungan yang strukturnya lebih tinggi dan otoriter maka komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) masih mendapat tempat meskipun terbatas.

Sedangkan komunikasi horizontal atau lateral adalah komunikasi yang berlangsung antara orang-orang dalam level dari hirarki yang sama dalam struktur formal. Dalam kompleksitas organisasi hal merupakan hal yang penting. Banyak yang menyebutnya, kegiatan ini sebagai komunikasi lateral yang dalam sistem informal.

Adapun yang dimaksud dengan komunikasi diagonal adalah komunikasi yang melintasi sekaligus berbagai bidang kerja dan level-level organisasi. Seorang analisis kredit adalah orang yang mengkomunikasikan secara langsung dengan manajer pemasaran regional tentang problem

pelanggan yang dicatat bidang berbeda dan level organisasi berbeda sejatinya menggunakan komunikasi diagonal. Sebab cara ini bisa lebih efisien dan cepat, komunikasi diagonal dapat menguntungkan. Peningkatan penggunaan e-mail sebagai fasilitas komunikasi diagonal. Pada banyak organisasi, pegawai tertentu dapat berkomunikasi dengan e-mail dengan pegawai yang lain, mempertimbangkan bidang kerja organisasi dalam level yang sama, komunikasinya bahkan sampai dengan manajer level lebih tinggi.

Komunikasi akan menjadi efektif apabila memperhatikan tujuh faktor berikut ini, yaitu:

1. Sasaran komunikasi harus diketahui secara pasti, dengan penunjukan individu menduduki suatu posisi. Hal ini harus diberitahukan kepada anggota-anggota organisasi disertai dengan bagan organisasi;
2. Sasaran komunikasi diusahakan sependek mungkin, sehingga semakin pendek jalur komunikasi akan semakin cepat sampai kepada penerima pesan dan akan semakin sedikit salah pengertian;
3. Mempunyai saluran formal, maksudnya ada orang yang melaporkan pesan kepada orang yang telah ditetapkan;
4. Harus melalui saluran yang lengkap. Misalnya komunikasi dari atas ke bawah harus melalui setiap tingkat hierarki organisasi. Hal ini supaya tidak terjadi komunikasi yang saling bertentangan karena ada bagian organisasi yang dilompati;
5. Sumber komunikasi harus dapat dipercaya. Oleh karena itu sumber komunikasi harus dari yang berkompeten;
6. Saluran komunikasi tidak boleh diselingi/ diganggu pada waktu komunikasi itu berlangsung;
7. Sumber komunikasi dalam organisasi harus jelas. (Asnawir, 2003:236).

3. Pentingnya Komunikasi Organisasi

Para manajer menghabiskan sekurangnya 80 % dari bekerjanya dalam keseharian adalah melakukan komunikasi langsung dengan orang lain. Dengan kata lain, 48 menit dalam setiap jam dihabiskan dalam pertemuan, telepon, komunikasi on line, bicara informal, ketika berjalan di sekitarnya. Adapun 20 % lainnya, biasanya waktu digunakan manajer duduk dan bekerja, kebanyakan juga komunikasi dalam bentuk membaca dan menulis. Bahkan Trump (2008:33) menghabiskan waktunya setiap 15 menit sekali untuk menelepon orang-orang penting yang menjadi mitra bisnisnya.

Nampak pada praktiknya para manajer merupakan juara komunikasi, karena para manajer mengumpulkan informasi dari di dalam dan di luar organisasi serta kemudian mendistribusikan informasi yang sesuai kepada orang lain yang memerlukannya. Para manajer berkomunikasi adalah bertujuan secara langsung untuk perhatian setiap orang, menuju visi, nilai dan sasaran yang diinginkan dari tim dan organisasi serta mempengaruhi orang untuk bekerja dengan satu cara mencapai sasaran. Para manajer memudahkan pembicaraan dengan strategi komunikasi terbuka, secara aktif mendengarkan orang lain menggunakan dialog praktis, menggunakan umpan balik pembelajaran dan perubahan.

Organisasi dan komunikasi merupakan dua hal yang penting bagi kehidupan manusia. Kedua hal itu juga mempunyai hubungan yang sangat erat antara satu dengan yang lain. (Lubis, 2016:231). Komunikasi efektif dalam era informasi bukan merupakan tugas yang mudah,

kurangnya motivasi pegawai, lebih rendah dari produktivitas yang diinginkan, dan ketidakharmonisan diantara supervisor dan bawahannya seringkali terjadi akibat kurangnya dan miskinnya komunikasi. Meskipun banyak dari kita melakukan apa yang dapat dengan terbaik, peluang kita untuk belajar bagaimana komunikator menjadi lebih baik adalah tidak cukup.

Pentingnya komunikasi efektif bagi para manajer tidak dapat diabaikan atas alasan tertentu. Dalam banyak hal setiap manajer selalu terlibat dengan komunikasi. Tidak hanya dalam satu kegiatan, tetapi pada semua kegiatan. Seorang manajer tidak dapat membuat keputusan tanpa informasi. Karena itu informasi harus dikomunikasikan. Satu keputusan dibuat, maka komunikasi harus disediakan. Dengan kata lain, tidak ada keputusan yang dapat dibuat, jika tidak ada gagasan terbaik, sasaran yang terbaik dan kreatif. Rencana terbaik, atau rancang ulang pekerjaan terbaik, tidak dapat disiapkan tanpa komunikasi. Sejatinya sangat diperlukan untuk membuat komunikasi yang berlangsung baik komunikasi interpersonal yang merupakan proses komunikasi antara dua orang atau lebih, dan sekaligus komunikasi organisasi yang menjadi pola-pola, jaringan kerja, dan sistem komunikasi dalam satu organisasi. Kedua jenis komunikasi tersebut sama pentingnya bagi para manajer.

Sebelum komunikasi berlangsung, sasaran diungkapkan sebagai satu pesan yang ditafsirkan dan harus diwujudkan. Hal itu terjadi antara sumber dan pengirim informasi dan penerima pesan. Pesan adalah konversi terhadap bentuk symbol (disebut *decoding*) dan dikirim dengan cara menggunakan beberapa media (*channel*) kepada penerima pesan, sebagai orang yang menerjemahkan pesan dari pengirim pesan (*decoding*). Hasil penerjemahan arti dari seseorang kepada orang lain. Sebagaimana digambarkan dalam gambar di atas sebagaimana elemen dari proses komunikasi. Hal yang penting juga adalah dimungkinkan adalah gangguan, atau kebisingan yang ada ketika terjadinya proses pengiriman dan penafsiran makna informasi, karena itu semua gangguan harus dieliminir dengan sebaikbaiknya agar pesan yang disampaikan pengirim pesan kepada penerima pesan dapat dipahami secara benar (*exactly*) sebagaimana dimaksudkan pengirim pesan.

Setiap manajer atau pemimpin memerlukan untuk mengkomunikasikan kepada pegawai tentang kebijakan baru organisasi tentang program peningkatan mutu layanan dan mutu produk organisasi, kebijakan dan program tentang pengembangan pegawai pada tahun tertentu untuk meningkatkan komitmen kerja pegawai dalam merespon peluang pasar sehingga motivasi kerja dan loyalitas organisasi semakin meningkat. Begitu pula perlu dikomunikasikan mengenai peluang peningkatan anggaran kepada pegawai agar dapat memaksimalkan pencapaian efektivitas individu, kelompok/unit dan organisasi dalam mengantisipasi kebutuhan pasar atas produk baru yang dihasilkan.

Selain hal di atas, pentingnya komunikasi juga mempengaruhi peluang hidup dalam situasi kerja, atau wawancara kerja. Pentingnya interaksi atau keterampilan interpersonal pada tempat kerja adalah sering menekankan dan mengarah kepada peningkatan koresponden dalam pelatihan, seminar, workshop dan publikasi yang focus atas keterampilan ini, melintasi cakupannya yang sangat luas dari organisasi. (Hartly, 1999:1).

Dalam pengalaman empiris banyak orang pada berbagai konteks komunikasi interpersonal dapat berlangsung dan diamati. Sebagaimana halnya komunikasi orang tua dengan anak, komunikasi dengan teman kerja, komunikasi dengan para pelajar, komunikasi dengan teman dekat atau partner, komunikasi suami dengan isteri. Komunikasi orang tua dengan anak,

sekaligus komunikasi ayah dengan ibu, ayah dan ibu dengan anak juga melakukan komunikasi. Keharmonisan keluarga adalah dipengaruhi komunikasi ayah dan ibu dengan putra dan putrinya. (Hartly, 1999:4).

Apalah artinya sebuah organisasi jika tidak berjalan secara efektif, kemampuan komunikasi pemimpin ikut menentukan efisiensi dan efektivitas suatu organisasi. (Hafidhuddin dan Tanjung, 2019:10). Pemimpin yang baik, akan mampu mendelegasikan tugas dan wewenang kepada bawahannya, sehingga bawahan mampu melakukan sesuatu secara kreatif tanpa harus terus-menerus melaporkan kepada atasan.

4. Komunikasi Organisasi Dalam Pendidikan Islam

Islam adalah agama universal yang ajaran-ajarannya berlaku pada semua tempat dan sepanjang zaman. Sebagai agama wahyu, Islam mengatur seluruh aspek kehidupan duniawi dan ukhrowi. Ajarannya mencakup seluruh aspek kehidupan individu, keluarga, masyarakat dan bangsa, baik tentang akidah, ibadah, akhlak dan mu'amalah. Bahkan kuantitas dan kualitas kehidupan di dunia akan menentukan tempat dan corak kehidupan di akhirat. Karena itu, Islam merupakan ajaran yang menjadi rahmat bagi sekalian alam (*rahmatan lil 'alamin*), menciptakan keselamatan, ketentraman dan kebahagiaan bagi semua makhluk Tuhan di alam semesta ini.

Komunikasi termasuk salah satu kata kunci bagi manusia untuk mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan interaksi sosial, dan mengembangkan kepribadiannya. Para pakar komunikasi sepakat dengan para psikolog bahwa kegagalan komunikasi berakibat fatal baik secara individual maupun sosial. (Kholil dan Lubis, 2017:19). Secara individual, kegagalan komunikasi menimbulkan frustrasi, demoralisasi, alienasi, dan penyakit-penyakit jiwa lainnya. Sedangkan secara sosial, kegagalan komunikasi menghambat saling pengertian, kerja sama toleransi, dan merintangi kegiatan pelaksanaan norma-norma sosial.

Salah satu proses komunikasi dalam alqur'an adalah berdialog. Ada beberapa etika berdialog dalam alqur'an, yaitu:

1. Bersih niat dan bertujuan mencari kebenaran (QS. Hud/11: 88);
2. Memperhatikan dan mendengarkan lawan bicara dengan baik (QS. Thoha/ 20: 65);
3. Bersikap adil, objektif dan proporsional (QS. Ali-Imran/3: 13-14; Al-Maidah/ 5: 8; As-saba'/34: 24);
4. Berbekal Ilmu dan argumentasi yang kuat (QS. Al-Haj/22: 3; Al-Isra'/17: 36);
5. Menggunakan retorika yang jelas dan singkat (QS. An-Nisa'/4: 46) Memilih kata-kata yang baik, lemah lembut dan tidak keras kepala (QS.Taha/ 20: 43-44; An Naziat/79: 18-19);
6. Berangkat dari *common platform* (titik persamaan) (QS.Ali-Imran/3: 64);
7. Menghormati lawan bicara dan tidak merencangkannya (QS.Al-An'am/6: 108; Al Hujrat/49: 11);
8. Menghindari fanatisme berlebihan (QS.Al-Baqarah/2: 170). (Syafaruddin, 2016:266).

Rasulullah adalah manusia hebat, selain hebat dan piawai dalam merancang strategi, beliau juga memiliki kompetensi dalam mentransfer informasi dan ilmu pengetahuan kepada orang lain. Kepiawaian yang dimaksud adalah keterampilan berkomunikasi sehingga orang lain mudah mencerna keinginannya. Orang hebat adalah orang yang pandai berkomunikasi dengan bahasa yang lugas, jelas, dan sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan.

Paling tidak terdapat 2 pertimbangan mendasar yang patut diperhatikan untuk menjawab mengapa komunikasi pendidikan itu penting. *Pertama*, dunia pendidikan sangat membutuhkan sebuah pemahaman yang holistik, komprehensif, mendasar dan sistematis tentang pemanfaatan komunikasi dalam implementasi kegiatan belajar-mengajar. Tanpa ruh komunikasi yang baik, maka pendidikan akan kehilangan cara dan orientasi dalam membangun kualitas output yang diharapkan. Dalam konteks ini, komunikasi pendidikan bisa disejajarkan dengan metodologi pengajaran, manajemen pendidikan dan lain-lain.

Dalam interaksi sehari-hari di dunia pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besar aktifitas guru maupun dosen di ruang kelas adalah kegiatan komunikasi baik verbal maupun non verbal. Oleh karenanya, hasil buruk penerimaan materi oleh para siswa maupun mahasiswa belum tentu karena guru atau dosennya yang salah kaprah, bisa jadi justru karena metode komunikasi mereka yang sangat buruk di depan anak-anak didik. *Kedua*, komunikasi pendidikan akan menunjukkan arah dari proses konstruksi sosial atas realitas pendidikan. (Nawawy, 2017:59).

Dalam praktiknya di sekolah, madrasah dan pesantren proses komunikasi pendidikan mencakup dimensi yang sangat luas. Komunikasi tersebut dapat berlangsung secara verbal, non verbal dan komunikasi menggunakan media. Begitu pula, komunikasi dalam organisasi pendidikan dapat bersifat internal dan eksternal, serta formal maupun informal. Komunikasi dalam organisasi hanya mungkin terlaksana dengan baik, jika kepala sekolah, wakil kepala sekolah, kepala tatausaha, wali kelas, komite sekolah, dan guru-guru memahami tatanan komunikasi yang efektif untuk memastikan bahwa tujuan organisasi pendidikan dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Kepala sekolah melakukan komunikasi organisasi dengan wakil, staf dan guru dalam berbagai kegiatan yang secara formal diatur dan menjadi panduan dalam dan melalui kegiatan-kegiatan, yaitu:

1. Mengumpulkan data dan informasi untuk membuat keputusan, perencanaan dan menetapkan anggaran sekolah, atau rencana anggaran dan pendapatan sekolah/madrasah (RAPBS/M);
2. Menyusun, menyampaikan dan melembagakan visi, misi, tujuan dan sasaran sekolah pada berbagai dokumen, terbitan yang dilakukan institusi;
3. Mengkomunikasikan dan membagi tugas kepada wakil kepala sekolah, staf, wali kelas dan guru-guru dan komite sekolah;
4. Menyampaikan visi, misi dan tujuan serta pengarahan dan pembinaan dalam berbagai upacara dan pelaksanaan program serta kegiatan;
5. Menyampaikan visi, misi, tujuan, sasaran dalam rapat kerja untuk menetapkan rencana sekolah, jangka pendek, menengah dan jangka panjang;
6. Melakukan komunikasi, dialog dan diskusi untuk pemecahan masalah dan pengambilan keputusan dalam kegiatan rapat pimpinan sekolah, rapat kerja, evaluasi, koordinasi, dan rapat panitia, dan atau rapat unit dan rapat Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP).

Sejatinya kegiatan pendidikan adalah proses komunikasi antara guru dengan anak didik dalam lingkup kegiatan yang luas. Di satu sisi guru atau pendidik yang berperan mendidik anak melalui penyampaian pesan-pesan berupa materi atau isi pelajaran dengan menggunakan berbagai metode agar isi pesan sampai kepada anak didik untuk dapat mengubah perilakunya

kepada yang lebih baik. Dalam konteks ini perubahan perilaku diindikasikan dengan bertambahnya pengetahuan anak, dari tidak mengetahui sesuatu menjadi tahu, kemudian dari tidak mau melakukan sesuatu yang baik berubah menjadi mau melakukan yang baik, dan dari tidak bisa melakukan satu perbuatan berubah menjadi bisa melakukan perbuatan yang baik sebagai bukti anak terampil melakukan satu perbuatan yang diinginkan sesuai tujuan pembelajarannya.

Fakta ditemukan di lapangan bahwa banyak pimpinan madrasah, belum memahami pentingnya kualitas komunikasi dalam organisasi pendidikan. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa perhatian terhadap pentingnya komunikasi belum merupakan bahagian penting yang berkontribusi positif dalam pengembangan madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam. (Abidah dan Kartika, 2017:2).

Dengan komunikasi efektif di lembaga pendidikan Islam, khususnya yang terlihat dari pelayanan terbaik pihak manajemen sekolah, kualitas dan keunggulan lulusan sebagaimana harapan *stake holders*, maka keterampilan komunikasi untuk para personil sekolah memang menjadi tugas manajer dan pemimpin sekolah untuk selalu ditingkatkan agar semakin jelas manfaat atau kontribusi keterampilan dan efektivitas komunikasi dalam mewujudkan pencapaian tujuan pendidikan di lembaga pendidikan Islam, baik di sekolah agama Islam, madrasah dan pesantren.

Komunikasi dalam organisasi pendidikan dapat berlangsung kapan saja yang melibatkan orang-orang yang berada dalam organisasi itu, baik atasan, bawahan atau unsur pimpinan dan unsur bawahan, antara guru dan siswa di sekolah, maupun antara siswa dengan siswa lainnya, maupun antara guru dan orang tua murid dan lain sebagainya.

C. KESIMPULAN

Komunikasi merupakan pemberian, pemindahan dan pertukaran gagasan, pengetahuan, informasi dan sejenisnya dengan mekanik, atau elektronik, tulisan atau signal tertentu. Proses komunikasi tersebut pemberian tanda dan pengubahan makna dalam rangka usaha menciptakan pembagian pengertian/pemahaman. Dalam konteks organisasi, komunikasi merupakan jantung dari organisasi yang berperan sebagai penentu efektif atau tidaknya sebuah organisasi.

Pentingnya komunikasi efektif bagi para manajer tidak dapat diabaikan atas alasan tertentu. Dalam banyak hal setiap manajer selalu terlibat dengan komunikasi. Tidak hanya dalam satu kegiatan, tetapi pada semua kegiatan. Seorang manajer tidak dapat membuat keputusan tanpa informasi.

Melalui komunikasi yang efektif pada lembaga pendidikan Islam, khususnya yang terlihat dari pelayanan terbaik pihak manajemen sekolah, kualitas dan keunggulan lulusan sebagaimana harapan *stakeholders*, maka keterampilan komunikasi untuk para personil sekolah memang menjadi tugas manajer dan pemimpin sekolah untuk selalu ditingkatkan agar semakin jelas manfaat atau kontribusi keterampilan dan efektivitas komunikasi dalam mewujudkan pencapaian tujuan pendidikan di lembaga pendidikan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah dan Ika Kartika (2017). *Model dan Penerapan Komunikasi Organisasi Pendidikan Islam*. *Hijri*, 6(1), 1-13.
- Asnawir (2003). *Dasar-Dasar Administrasi Pendidikan*. Padang: IAIN IB Press.
- Cangara, Hafied (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung (2019). *Pengantar Manajemen Syariah*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hartly, Peter (1999). *Interpersonal Communication*. London: Routledge.
- Kholil, Syukur. (2007). *Komunikasi Islam*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Kholil, Syukur dan Abdi Lubis (2017). *Kapita Selekta Komunikasi Islam: Perspektif Sosisal Budaya dan Agama*. Medan: Perdana Publishing.
- Liliweri, Alo (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lubis, Ali Musa (2016). Organisasi, Komunikasi, dan Manajemen Pendidikan Islam. *An-Nahdhah*, 10 (2).
- Mcgrath, James and Bob Bates (2017). *The Little Book of Big Management: Theories and How to Use Them*. UK: Pearson
- Nawawy, Fory Armin. (2017). *Komunikasi dan Organisasi Pendidikan*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Saefullah, Ujang. (2007). *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syafaruddin (2016). *Manajemen Organisasi Pendidikan: Perspektif Sains dan Islam*. Medan: Perdana Publishing.
- Syahputra, Iswandi (2007). *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Trump, Donal J. (2008). *Seni Bernegosiasi*, Terj. Michael Wong. Jakarta: Mitra Media.