
PERANAN MEDIA KOMUNIKASI DAN KETERBUKAAN INFORMASI DALAM MENGEMBANGKAN ORGANISASI MUHAMMADIYAH DI JAMBI

Oleh:

*)Yunie Rahayu

*)Ahmad Soleh

**)Dosen STIE Muhammadiyah Jambi

Abstrak

Media dalam organisasi adalah berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan oleh suatu organisasi dalam menjalin komunikasi dengan publik, yaitu publik internal dan publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuan. Secara umum penggunaan media dalam kegiatan organisasi yaitu membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk dan jasa, menjalin komunikasi berkesinambungan, meningkatkan kepercayaan publik dan meningkatkan citra baik organisasi.

Kondisi organisasi Muhammadiyah di Jambi berdasarkan pengamatan tidak berkembang dengan baik. Sepinya pemberitaan dan sulitnya informasi tentang organisasi Muhammadiyah menjadi salah satu penyebabnya.

Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian pada Organisasi Muhammadiyah di Jambi, dengan tujuan untuk melihat kondisi media komunikasi yang digunakan oleh organisasi Muhammadiyah serta sulitnya akses informasi tentang organisasi Muhammadiyah yang dirasakan oleh masyarakat Jambi. Diharapkan ditemukan media komunikasi yang ideal yang dapat digunakan oleh organisasi Muhammadiyah di Jambi serta strategi yang diterapkan untuk dapat membuka informasi yang seluas-luasnya kepada masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi, Media Komunikasi, Keterbukaan Informasi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia berperan sebagai anggota organisasi yang saling berbagi informasi. Informasi adalah media komunikasi yang menjembatani efektifnya berorganisasi. Komunikasi organisasi pimpinan dalam sebuah organisasi merupakan hal utama bagi keefektifan kinerja anggota. Anggota organisasi tidak akan dapat mencapai sebuah kekompakan dalam *teamwork* bila pimpinan gagal mengomunikasikan visi misi organisasi.

Sebuah organisasi terbentuk karena beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Organisasi yang dianggap baik adalah organisasi yang dapat diakui keberadaannya oleh masyarakat karena memberikan kontribusi nyata, misalnya; pengambilan sumber daya manusia dalam masyarakat sebagai anggota-anggotanya sehingga menekan angka pengangguran.

Organisasi Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi terbesar di Indonesia juga memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Kontribusinya dapat dilihat dari pendirian sarana pendidikan, sosial, keagamaan, dan politik. Setiap pelaksanaan kegiatan Muhammadiyah selalu didukung oleh ribuan anggotanya.

Hal ini bertolak belakang dengan organisasi Muhammadiyah di Jambi. Organisasi Muhammadiyah di Jambi cenderung stagnan dan tidak mengalami kemajuan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan sedikit sekali yang diketahui masyarakat luas. Penggunaan media komunikasi sepertinya kurang dioptimalkan

Atas dasar permasalahan diatas maka sangat perlu dilakukan penelitian mengenai permasalahan dalam media komunikasi yang digunakan sehingga dapat diperoleh media komunikasi yang tepat digunakan agar dapat berperan dalam mengembangkan Organisasi Muhammadiyah Jambi. tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi media komunikasi yang paling tepat dalam pengembangan organisasi dan akses informasi yang paling mudah di pahami masyarat atau anggota dalam penyampaian dakwahnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Sejarah Organisasi Muhammadiyah

Muhammadiyah didirikan di Kampung Kauman Yogyakarta, pada tanggal 8 Dzulhijjah 1330 H/18 Nopember 1912 oleh seorang yang bernama Muhammad Darwis, kemudian dikenal dengan KHA Dahlan. Beliau adalah pegawai kesultanan Kraton Yogyakarta sebagai seorang Khatib dan sebagai pedagang. Melihat keadaan umat Islam pada waktu itu dalam keadaan jumud, beku dan penuh dengan amalan-amalan yang bersifat mistik, beliau tergerak hatinya untuk mengajak mereka kembali kepada ajaran Islam yang sebenarnya berdasarkan Qur`an dan Hadist.

Visi dan Misi Muhammadiyah

Visi Muhammadiyah sebagai gerakan Islam yang berlandaskan Al-Qur`an dan As-Sunnah dengan watak tajdid yang dimilikinya senantiasa istiqomah dan aktif dalam melaksanakan dakwah Islam amar ma`ruf nahi munkar di semua bidang dalam upaya mewujudkan Islam sebagai rahmatan lil`alamin menuju terciptanya/terwujudnya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.

Misi Muhammadiyah sebagai gerakan Islam, dakwah amar ma`ruf nahi munkar memiliki misi yaitu :

-
- a. Menegakkan keyakinan tauhid yang murni sesuai dengan ajaran Allah SWT yang dibawa oleh para Rasul sejak Nabi Adam as. hingga Nabi Muhammad saw.
 - b. Memahami agama dengan menggunakan akal fikiran sesuai dengan jiwa ajaran Islam untuk menjawab dan menyelesaikan persoalan-persoalan kehidupan
 - c. Menyebar luaskan ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an sebagai kitab Allah terakhir dan Sunnah Rasul untuk pedoman hidup umat manusia.
 - d. Mewujudkan amalan-amalan Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat.

1.1.2 Faktor Internal dan Eksternal Lahirnya Muhammadiyah

1. Faktor obyektif yang bersifat Internal
 - a. Kelemahan dan praktek ajaran Islam.
 - b. Kelemahan Lembaga Pendidikan Islam
2. Faktor Objektif yang Bersifat Eksternal
 - a. Kristenisasi
 - b. Kolonialisme Belanda
 - c. Gerakan Pembaharuan Timur Tengah

Sejarah dan Perkembangan Muhammadiyah di Jambi

Dalam sejarah tercatat bahwa Muhammadiyah telah masuk ke Propinsi Jambi pada tahun 1939 dan berdiri sebagai organisasi pada tahun 1940. Kemudian pada tahun 1969, Muhammadiyah Jambi telah mampu mendirikan dan membina Perguruan Tinggi berkat adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Perguruan Tinggi tersebut diberi nama Fakultas Ilmu Agama Dakwah (FIAD), dengan status terdaftar melalui Surat Keputusan Dirjen Bimas Islam Departemen Agama Republik Indonesia Nomor D/d/I/PTA/3/91/102/70 tanggal 26 januari 1970. Fakultas ini telah berhasil menamatkan beberapa Sarjana Muda melalui Ujian Negara di IAIN Raden Fatah Palembang. Setelah mengalami kevakuman lebih kurang 8 tahun, Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Propinsi Jambi melalui Surat Keputusan Majelis Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan Nomor : E-1/82/MPPK/85 Tanggal 15 Agustus 1983, dibentuklah Badan Pembina Perguruan Tinggi Muhammadiyah Jambi dengan tugas pokok disamping memfungsikan kembali Fakultas Agama Jurusan dakwah, diharapkan pula mendirikan Perguruan Tinggi yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah Jambi.

Dengan penuh keyakinan dan pengorbanan, akhirnya pada tanggal 10 september 1985 badan pendiri berhasil mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah maupun Sekolah Tinggi Ilmu

Dakwah Muhammadiyah Jambi mengalami penurunan jumlah mahasiswa yang mendaftar. Dengan memperhatikan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 159 tahun 1995 tentang Pedoman Pendirian Perguruan Tinggi Islam Swasta, maka badan penyelenggara Ketua Sekolah Tinggi tersebut melalui Surat Keputusan Nomor III.B/I.b/27.1996 tanggal 1 Rabi'ul awal 1416 H/17 Juli 1996 memutuskan untuk menyatukan (Merger) antara Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah dan Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah "menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Muhammadiyah Jambi" dengan dua jurusan yaitu:

1. Pendidikan Agama Islam (PAI)
2. Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Sehubungan dengan itu dalam kaitannya untuk berperan aktif mencerdaskan kehidupan bangsa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mengantisipasi kebutuhan masyarakat, bermaksud melakukan ekspansi dengan mendirikan satuan Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan Pendidikan Umum, yakni Akademi Keuangan dan Perbankan (AKUBANK), karena sejak didirikannya Perguruan Tinggi

Muhammadiyah Jambi, Hanya terdapat Fakultas Dakwah, Fakultas Tarbiyah dan Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kerinci.

Komunikasi

Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi dalam organisasi adalah komunikasi di suatu organisasi yang dilakukan pimpinan, baik dengan para karyawan maupun dengan kha layak yang ada kaitannya dengan organisasi, dalam rangka pembinaan kerja sama yang serasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi (Effendy,1989). Sendjaja (1994) menyatakan fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

1. *Fungsi informatif*. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

1. *Fungsi regulatif*. Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu: a. Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga memberi perintah atau intruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya. b. Berkaitan

dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

1. *Fungsi persuasif*. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

2. *Fungsi integratif*. Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu: a. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, newsletter) dan laporan kemajuan organisasi. b. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Hubungan Organisasi dengan Media

1. Pengertian

Media dalam ilmu komunikasi dapat diartikan sebagai (a) saluran, (b) sarana penghubung, dan (c) Alat-alat komunikasi. Media dalam organisasi adalah berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan oleh suatu organisasi dalam menjalin komunikasi dengan publik, yaitu publik internal dan publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuan.

2. Tujuan Penggunaan Media

Secara umum penggunaan media dalam kegiatan organisasi mempunyai beberapa tujuan:

- a. Membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk dan jasa
- b. Menjalinkan komunikasi berkesi-nambungan
- c. Meningkatkan kepercayaan publik
- d. Meningkatkan citra baik organisasi

3. Macam Media

Untuk mendukung tujuan tersebut, dalam hal ini dikenal berbagai macam media yang dapat digunakan dalam kegiatan organisasi. Secara garis besar media tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- Media cetak, termasuk di dalamnya adalah *house journal*, surat kabar, majalah, dan sebagainya;
- *Broadcasting media*, termasuk di dalamnya adalah radio, televisi;
- *Special event* (kegiatan-kegiatan khusus);
- Media luar ruang, termasuk di dalamnya spanduk, papan reklame, poster, dan lain-lain.

Di bawah ini akan dijelaskan mengenai masing-masing media.

1. Media Cetak

a. *House Journal*, adalah suatu “pem-beritaan untuk kalangan sendiri” (*Private Publication*) yang dibe-dakan dari *commercial perss*. Ada beberapa nama untuk *house journal* seperti bulletin, berita atau koran. Di negara-negara berkembang *house journal* membantu melengkapi pers komersial, jenis-jenis *house journal* adalah :

(a) Majalah, (b) *Newsletter*, (c) Koran, (d) Majalah dinding

b. Surat Kabar

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai macam bentuk, yang perlu diperhatikan dalam merencanakan dan membuat surat kabar adalah frekuensi terbit, ukuran dan sirkulasi. Kekuatan dan kelemahan surat kabar adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan surat kabar

- a. Surat kabar dapat men-jangkau daerah-daerah per-kotaan sesuai dengan cakupan pasarnya (*Market Coverage*)
- b. Menyangkut kebiasaan konsumen membawa surat kabar sebagai referensi untuk memilih barang (*Catalog Value*)
- c. Konsumen memandang surat kabar memuat hal-hal yang actual yang perlu segera diketahui oleh banyak Pembacanya (*Posi-tive Consumer Attitudes*)
- d. Mengutamakan pesan-pesan yang bersifat visual, berita-berita tertulis, gambar-gambar, foto dengan warna dan tata letak yang khusus

2. Kelemahan surat kabar

- a. Sekalipun jangkauannya bersifat masaal, surat kabar dibaca orang dalam waktu singkat dan biasanya hanya sekali dibaca, selain itu surat kabar juga cepat basi (*Short Life Span*)

-
- b. Isi yang dipaksakan di halaman surat kabar yang tidak punya manajemen redaksi dan tata letak yang baik bisa mengacaukan mata dan daya serap membaca (*Clutter*)
 - c. Sekalipun surat kabar mempunyai sirkulasi yang luas, beberapa kelompok pasar tertentu tetap tidak dapat dilayani dengan baik (*Limited Coverage of Certain group*)

c. Majalah

Berbeda dengan surat kabar, majalah lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu. Setiap majalah umumnya mempunyai pembaca lebih sedikit dibandingkan dengan surat kabar, namun memiliki pasar yang lebih mengelompok.

- Kekuatan majalah
 - a. Publik sasaran, majalah dapat menjangkau segmen pasar tertentu yang terspe-sialisasi
 - b. *Long life span*, memiliki usia edar lebih panjang
 - c. Kualitas visual, lebih menarik karena kertas maupun cetakannya ber-kualitas, terutama beri-tanya
 - d. Promosi penjualan, sebagai media yang efektif untuk menyiarkan pesan iklan, cenderung ke promosi penjualan, seperti kupon, contoh produk, kartu-kartu petunjuk
- Kelemahan majalah
 - a. Biaya tinggi karena majalah pada umumnya meng-gunakan kertas kualitas baik dan eksemplar terba-tas, ini menyebabkan biaya produksi lebih tinggi
 - b. Distribusi, banyak majalah yang peredarannya lambat sehingga hanya menumpuk di toko-toko. Hal ini terja-di jika sesuatu majalah tidak memiliki jaringan dis-tribusi yang tepat. Khusus untuk daerah-daerah pedalaman harga bisa ber-tambah mahal karena biaya pengiriman yang tinggi

Menurut H. Frazier Moore, 2004, pemilihan media massa yang sesuai dengan sasaran publik sangat penting dalam tahap persiapan dan penyebaran berita. Disamping media berita yang cukup potensial perlu untuk dipertimbangkan media-media publisitas yang lain yang dipandang ampuh untuk melakukan kegiatan komunikasi. Media-media tersebut antara lain :

1. Radio

Siaran radio mempunyai kemampuan menjangkau pendengar diseluruh penjuru tanah air tanpa kesulitan karena letak geografis maupun jarak.

- Keunggulan siaran radio
 - a. Siaran radio mempunyai kekuatan mengutarakan gagasan atau pendapat secara sederhana dan langsung

-
- b. Teks siaran radio sangat luwes, karena mudah dikoreksi ditambah atau ditulis kembali sebelum siaran
 - c. Radio sudah mempunyai publik khusus

- Kelemahan siaran radio

- a. Uraian dialog dan isi materinya kurang bervariasi
- b. Fakta-fakta tidak bisa dijabarkan selengkapnya, karena selain harus sederhana, isi siaran juga harus disusun singkat
- c. Melelahkan, karena perhatian pendengar harus dipusatkan pada suara atau satu pokok acara selama waktu tertentu
- d. Hanya bisa didengar dan sekali hanya saat itu (audio)

2. Siaran Televisi

Kegunaan siaran televisi untuk menyebarkan informasi dan berita

- Keuntungan televisi sebagai media massa

- a. Siaran yang dipancarkan menjangkau seluruh lapisan masyarakat
- b. Punya daya tarik khusus sebagai media “pandang-dengar” (*audio-visual*)

- Kelemahan televisi sebagai media massa

- a. Biaya relatif mahal
- b. Komunikasi satu arah
- c. Sebagai media audio visual, namun relatif dalam pandangan yang cepat
- d. Daya beli cukup mahal

3. Berita

Berita adalah fakta, opini, pesan, informasi yang mengandung nilai-nilai yang diumumkan, diinformasikan yang menarik perhatian setiap orang. Unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam pembuatan berita antara lain unsure waktu, jarak, letak, minat pembaca, minat manusia.

4. Surat Kabar

Surat kabar dibaca oleh segala lapisan masyarakat. Bahasanya harus sederhana dan mudah dipahami, gaya bahasa harus menarik dan tidak berbelit-belit, susunannya kalimatnya harus tepat dan mudah ditangkap. Dalam menguraikan cerita haruslah mudah dibaca dan dimengerti.

5. Jurnalistik

Jurnalis adalah suatu bentuk kegiatan, sedangkan pers adalah media untuk menyalurkan kegiatan tersebut. Misalnya, memberi informasi, menginterpasikan, membimbing atau mendidik, dan menghibur

Metode Penelitian

Tempat Dan Waktu Penelitian

lokasi penelitian dilakukan di lingkungan kampus STIE Muhammadiyah Jambi dan Organisasi Muhammadiyah Jambi. Dengan populasi 50 yang terdiri dari pengurus dan anggota organisasi muhammadiyah.

Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode dokumentasi dan kuisioner yang dilakukan dengan interview dan wawancara secara langsung pada responden, dengan menggunakan pertanyaan yang telah disesuaikan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan lebih menerangkan hasil penelitian dalam bentuk tabulasi dan deskripsi.

Hasil Pembahasan

Hasil analisis data yang diperoleh dari hasil survei menunjukkan bahwa Anggota yang tergabung dalam organisasi muhammadiyah menunjukkan keaktifan mereka dari jumlah responden hanya sebanyak 40 persen bergabung dan aktif dalam kegiatan organisasimuhammadiyah.

Selanjutnya hasil survei juga menunjukkan bahwa responden yang menjadi anggota organisasi muhammadiyah memperoleh informasi pertama kali mengenai organisasi muhammadiyah masih dadisarkan pada informasi dari teman atau saudara selanjutnya dari media cetak, informasi dari orang tua dan lainnya.

Sebanyak 44 persen para responden tertarik atau masuk menjadi anggota organisasi muhammadiyah karena faktor lainnya (ikatan kerja, atau kewajiban untuk ikut organisasi, tidak enak dan sebagainya). Sementara responden yang masuk dan bergabung pada organisasi muhammadiyah atas dasar ajaran agama, rasa kekeluargaan dan prestise masing masing hanya 30 perse, 20 persen dan 6 persen.

Dari jumlah responden yang ada sebanyak 76 persen merupakan anggota organisasi muhammadiyah dengan lama menjadi anggota lebih dari 4 tahun, selanjutnya sebanyak 4 persen merupakan anggota organisasi selama 3 tahun dan sisanya merupakan anggota organisasi muhammadiyah yang lebih dari 5 tahun

Hasil analisis menunjukkan bahwa rasa kekeluargaan yang ada dalam organisasi muhammadiyah menjadi alasan utama para anggota bertahan dalam organisasi ini yang selanjutnya ajaran agama sebanyak 30 persen, kenyamanan dan ketenangan sebanyak 20 persen.

Peran media komunikasi dalam pengembangan organisasi muhammadiyah

Media komunikasi yang paling efektif dalam mengembangkan dan berdakwah pada organisasi muhammadiyah adalah diskusi secara langsung, yang terbentuk dalam pertemuan atau pengajian, yang didasarkan atas dasar hasil survei yang menunjukkan sebesar 50 persen. Yang menjadi alasan bahwa cara diskusi ini sangat mudah dipahami dalam pengembangan organisasi muhammadiyah karena masyarakat yang tertarik dan yang mempunyai rasa ingin tau lebih dapat secara jelas mendapat penjelasan dengan jelas tegas dan tepat sehingga mereka merasa puas dengan apa yang mereka ketahui dan menciptakan keyakinan untuk menjadi anggota organisasi muhammadiyah.

Sementara untuk media sosial dan ceramah yang bersifat pasif hanya sebesar 16 dan 24 persen saja. Hal ini terjadi karena masih kurang percayanya masyarakat dalam menerima ajaran yang bersifat pasif dan dalam bentuk informasi saja tanpa dilakukan klasifikasi secara langsung. Mengingat banyaknya organisasi organisasi islam yang terkadang justru menyesatkan mereka.

Dari 16 persen responden yang berpendapat bahwa dengan cara media sosial lebih mudah untuk dipahami dalam penyampaian organisasi maka sebanyak 85 persen memilih grup Whatsap menjadi media yang paling mudah untuk dakwah mengingat kemudahan dan efisensi dalam dakwah, sementara sebanyak 15 persen menyatakan melalui facebook.

Dalam pengembanan dakwah dan organisasim muhammadiyah msih didominasi melalui metode ceramah dan metode lainnya ini ditunjukkan dalam hasil survei sebanyak 90 persen cara penyampaian informasi yang dilakukan pengurus masih dalam benntuk ceramah sementara metode lainnya hanya sebnyak 10 persen.

Kemudahan dalam hal memperoleh informasi dar para pengurus organisasi terkait dakwah yang disampaikan pada organisasi muhammadiyah masih belum sepenuhnya mudah, hal ini terjadi karena beberapa faktor diantaranya belum adanya forum diskusi yang setiap hari melayani dan memberikan informasi terkait dakwah yang disiarkan pada masyarakat umum, kedua forum diskusi tersebut masih bersifat terstruktur dimana waktu dan tempatnya masih ditentukan. Selanjutnya sebagian responden juga mengatakan masih cukup sulit untuk memperoleh informasi yang mereka inginkan terkait dakwah yang diajarkan organisasi muhammadiyah karena masih kesulitan untuk menentukan waktu pertemuan.

Hasil survei menunjukkan bahwa cara komunikasi yang paling tepat dalam pengembangan organisasi adalah dengan menggabungkan dua metode yaitu dengan metode

ceramah/komunikasi secara langsung dan juga menggunakan medsos. Hal ini diperkuat dengan hasil survei yang menunjukkan 70 persen responden mengatakan bahwa cara ini adalah cara yang paling tepat dalam pengembangan organisasi muhammadiyah.

Dalam hal transparansi atas informasi yang ada baik dalam pengembangan organisasi maupun dakwah yang disampaikan masih dalam kelompok cukup transparan berdasarkan survei sebanyak 64 persen responden, sementara responden yang berpendapat penyampaian informasi yang transparan sebanyak 24 persen dan yang sangat transparan hanya sebesar 8 persen. Artinya dalam penyampaian informasi terkait dakwah masih belum benar benar transparan sehingga perlu dibenahi. Terkait hal tersebut masih sering terjadi mis informasi antara pengurus yang satu dengan yang lain dalam penyampaian informasi dan dakwah yang dilakukan sehingga sering membuat salah pemahaman bagi para anggota yang masih awam.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Media komunikasi yang paling efektif dalam mengembangkan dan berdakwah pada organisasi muhammadiyah adalah diskusidan tanya jawab secara langsung dalam bentuk pertemuan, pengajian dan forum diskusi.
2. Dalam penggunaan Media sosial, media sosial yang paling mudah untuk dipahami dalam penyampaian dakwah organisasi muhammadiyah adalah Whatsap mengingat kemudahan dan efisiensi dan hampir seluruh kalangan masyarakat dapat mengerti.
3. Metode dalam pengembangan dakwah pada organisasi muhammadiyah masih didominasi dengan metode ceramah dalam bentuk pasif.
4. Dalam hal kemudahan memperoleh informasi masih cukup sulit karena masih sering terjadi ketidakcocokan waktu antara pelaksanaan dakwah dan waktu para anggota, dan belum terbentuknya forum diskusi yang siap melayani permasalahan setiap saat.
5. Cara komunikasi yang paling tepat dalam pengembangan organisasi adalah dengan menggabungkan dua metode yaitu dengan metode ceramah/komunikasi secara langsung dan juga menggunakan medsos.
6. Dalam hal transparansi atas informasi yang ada baik dalam pengembangan organisasi maupun dakwah yang disampaikan masih dalam kelompok cukup transparan berdasarkan survei sebanyak 64 persen responden pada kategori kelompok tersebut.

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mempercepat dalam mengembangkan dan dakwah pada organisasi muhammadiyah adalah:

1. Untuk meningkatkan peran komunikasi tersebut maka pengurus organisasi muhammadiyah harus lebih meningkatkan intensitas dalam berkomunikasi secara timbal balik dan interpersonal dengan seluruh anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.
2. Membentuk suatu wadah diskusi dalam berbagai hal yang terkait dalam organisasi muhammadiyah baik visi, misi, pengembangan organisasi maupun dakwahnya yang dapat menjawab segala permasalahan dan para anggota dan masyarakat umum.
3. Dalam penyampaian dakwah atau komunikasi para pengurus juga harus memahami terlebih dahulu kultur, tingkat pemahaman dan kemampuan nalar dari calon anggota atau anggota yang ikut dalam organisasi tersebut. Sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih cepat diterima dan dicerna dengan baik, jelas dan benar.

Referensi

- Effendy, Uchjana Onong. 1992. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Efendi, M. 2010. Peranan Internet Sebagai Media Komunikasi. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol.4. No.1
- Khoiri, Nur. 2011. Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial. <http://nurkhoirionline.blogspot.com>.
- Nurrohim (Hn), Anatan, (Ln). 2009. Efektivitas Komunikasi Dalam Organisasi Jurnal Manajemen, Vol.7, No.4. Hal 1 - 9
- Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta : Lkis
- Prima, Sertika. Pengaruh Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial dan Budaya. <http://sertikaprimaesampr.wordpress.com>
- Purnama (NP). Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya. Hal. 851-857.
- Rahmanto, (AFR). 2014. Pernan Komunikasi Dalam Suatu Organisasi. Jurnal Komunikasi. Vol 1 No.2. Hal. 59 - 75
- Rumanti, Assumpta Maria Sr. 2002. Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik, Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.

-
- Ruslan, Rosandy. 2002. Etika Kehumasan : Konsep dan Aplikasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sedyaningsih (SS), Rachman, (ASR), Rusli, (YR). 2013. Analisis Model Komunikasi Pembentukan Konsep Keluarga Sejahtera di Indonesia (Studi Terhadap Sosialisasi Program BKKBN Kota Depok dan Kota Bogor). Jurnal Organisasi & Manajemen. Vol.9. No.2. Halaman 145 – 161.
- Setyani, (NIS), Hartjanjo, (SH), Amal, (NNA). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Twitter, Facebook, dan Blog Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Akademi Berbagi Surakarta). Jurnal Komunikasi.
- Supratman, (Lps) Dan Zulfikar, (Mhz). 2016. Studi Kasus Tentang Model Komunikasi Organisasi Penyelia Dalam Membangun Teamwork Di Divisi Broadband & Digital Sales PT Telkomsel Branch Ambon, Indonesia. Jurnal Sositologi. Vol. 15, No 2, Agustus 2016 hal 213-220
- Zamroni, (MZ). 2009. Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Dampaknya dalam Kehidupan. Jurnal Dakwah. Vol X. No 2. Hal. 195-211.