

PERENCANAAN KOMUNIKASI DALAM MANAJEMEN ORGANISASI DAKWAH

Miftakhuddin

STAI Luqman al Hakim Surabaya

miftah66@gmail.com

Abstrak

Perencanaan merupakan suatu kegiatan yang mutlak perlu dilakukan, baik oleh peribadi, kelompok maupun organisasi. Perencanaan juga pada hakekatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta diorganisasikan untuk memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada bagi pencapaian tujuan tertentu. Karenanya sebuah perencanaan harus dilakukan jauh sebelum kegiatan dilaksanakan, khususnya bagi organisasi.

Untuk itu sebuah perencanaan, apalagi tentang perencanaan komunikasi suatu organisasi akan memiliki peran strategis dalam mencapai tujuan komunikasi bila melakukan tahapan-tahapan berikut ; memahami hakekat perencanaan komunikasi, pendekatan perencanaan, dan langkah-langkah kegiatan komunikasi. Bila melakukan beberapa tahapan tersebut tujuan dari komunikasi yang dibangun akan bisa dicapai dengan efektif dan efisien.. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan proses manajemen dalam organisasi dakwah. manajemen dakwah adalah suatu proses merencanakan tugas, mengelompokkan, menghimpun, dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok tugas yang disusun, dan kemudian menggerakkannya kearah pencapaian tujuan dakwah. Dengan melaksanakan proses manajemen dakwah dapat semakin berhasil dan berpengaruh lebih luas.

Key Word : Perencanaan komunikasi, organisasi dakwah, manajemen organisasi dakwah

PENDAHULUAN

Menurut bahasa kata “rencana” mengandung pengertian rancangan, buram (rangka sesuatu yang akan dikerjakan), laporan pemberitaan, acara, program, artikel, makalah, maksud dan niat¹. Definisi lain menjelaskan bahwa rencana adalah rekaan tentang sesuatu yang akan dikerjakan². Sedangkan perencanaan artinya proses, cara perbuatan merencanakan (merancangkan, menyusun konsep).

Pada hakekatnya, hampir semua orang melakukan perencanaan, dan perencanaan dilakukan berdasarkan alasan-alasan. Di sini akan dikemukakan beberapa pendapat tentang arti dan fungsi

¹ (KBBI, Departemen Pendidikan Nasional, Balai Pustaka, Jkt. Edisi. III 2002)

² (Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer, edisi pertama, Drs. Peter Salim, dkk, jkt. 1991)

perencanaan. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, maka perencanaan adalah perumusan tujuan usaha, prosedur, metode dan jadwal pelaksanaannya; di dalamnya termasuk ramalan tentang kondisi di masa yang akan datang dan perkiraan akibat dari rencana terhadap kondisi tersebut³.

Perencanaan adalah penentuan tujuan yang akan dicapai atau yang akan dilakukan, bagaimana, bilamana dan oleh siapa⁴. Dalam buku *Planning for Economic Development* dijelaskan bahwa perencanaan adalah : “*A plan provides guidelines for policy through the translation of these general objectives into physical target and specific tools for particular economic and social activities*”.

Perencanaan merupakan suatu proses yang kontinu yang meliputi rencana dan pelaksanaan, yang kontinu tersebut perlu terdapat unsur-unsur : a). Mempunyai ciri-ciri yang berorientasi kepada pelaksanaan di masa mendatang. b). Proses yang kontinuitas dan fleksibilitas. c). Mengusahakan perencanaan dapat seoperasional mungkin dalam mencapai tujuan. d). Adanya sistem pelaporan dan evaluasi dalam proses perencanaan.

Perencanaan dalam suatu kegiatan adalah sangat penting, karena perencanaan akan memberi efek baik pada pelaksanaan maupun pengawasan. Suatu perencanaan merupakan langkah pertama dalam usaha mencapai suatu kegiatan. Para ahli memberikan definisi perencanaan satu sama lain berbeda namun mereka dapat menyetujui bahwa perencanaan pada hakekatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta diorganisasikan untuk memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada bagi pencapaian tujuan tertentu⁵.

Planning (perencanaan) adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang daripada hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan⁶. Perencanaan diartikan sebagai usaha sadar untuk memikirkan alternatif-alternatif yang mungkin dapat dicapai pada masa depan, menguji alternatif tersebut dan memilih alternatif yang dikehendaki agar dapat ditentukan pula bagaimana mencapainya⁷. Perencanaan suatu proses yang menetapkan lebih dahulu kegiatan-kegiatan yang harus dilaksanakan, prosedur dan metode pelaksanaan untuk mencapai tujuan organisasi atau bagian dari organisasi selama periode waktu tertentu⁸. Dengan melihat pengertian-pengertian tersebut di atas, maka secara umum dapat diambil

³ Firman B. Aji, (et al), *Perencanaan dan Evaluasi*, Bumi Aksara, Jakarta, 1990, hal. 24

⁴ Ibid

⁵ Suparto M. ; *Administrasi Perencanaan Pembangunan Nasional*. Jakarta, Puditkat Depdikbud, 1982

⁶ Siagian. S.P ; *filsafat Administrasi*, Gunung Agung, Jakarta. 1977

⁷ Depdikbud. *Perencanaan pendidikan*, 1981

⁸ Kamarudin; *ensiklopedi manajemen*, Bandung, 1979

pengertian perencanaan sebagai berikut ; perencanaan adalah suatu kegiatan dalam organisasi dalam rangka usaha mencapai suatu tujuan.

Banyak lagi pendapat yang dikemukakan mengenai perencanaan atau fungsi perencanaan, namun kesemuanya mengandung beberapa unsur tertentu yang menjadi dasar pemikiran. Unsur-unsur tersebut adalah ; tujuan yang ingin dicapai, sumber yang tersedia, baik berupa dana, tenaga, metode maupun peralatan dll jadwal kerja untuk menggunakan sumber tadi guna mencapai tujuan yang ditetapkan.

Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari adanya perencanaan diantaranya ; terhindarnya pemborosan waktu, uang dan tenaga, dimungkinkannya dilakukan pilihan dari berbagai alternatif tindakan, dimungkinkannya perubahan-perubahan yang perlu pada waktunya, dimungkinkannya evaluasi terhadap tindakan yang dilaksanakan karena tujuan dan cara mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Walaupun perencanaan memiliki banyak manfaat namun juga terdapat kelemahan. Kelemahan-kelemahan perencanaan antara lain ; pertama, merupakan hipotesis yang masih harus dibuktikan kebenarannya, karena perencanaan baru merupakan ramalan-ramalan sehingga tidak dapat dipastikan apakah pelaksanaan rencana tadi dapat dilakukan sesuai rencana. Kedua, Memerlukan waktu dan biaya, sebab rencana yang baik adalah yang telah diertimbangkan masak-masak dengan menggunakan waktu dan biaya yan mungkin cukup besar.

Disamping itu pengertian perencanaan dapat dilihat dari berbagai jenis tergantung dari sudut mana perencanaan itu ditinjau. Menurut Firman B. Aji ada tiga jenis pembagian perencanaan yaitu perencanaan ditinjau dari segi waktu, perencanaan ditinjau dari segi wilayah dan perencanaan ditinjau dari sudut hirarki.

Pertama, perencanaan ditinjau dari segi waktu dibagi menjadi ; perencanaan jangka pendek, perencanaan jangka menengah dibagi dua yaitu rencana jangka menengah yang kaku (*fixed plan*) dan rencana jangka menengah yang berkesinambungan (*rolling plan*).

Kedua, perencanaan ditinjau dari segi wilayah dibagi dua bagian. Perencanaan nasional dan perencanaan daerah. Perencanaan daerah dibagi dua perencanaan daerah perkotaan dan perencanaan daerah pedesaan.

Ketiga, perencanaan ditinjau dari sudut hirarki atau tingkatan yaitu perencanaan tingkat sektor, tingkat program dan tingkat proyek.

PEMBAHASAN

Hakekat Perencanaan Komunikasi

Perencanaan Komunikasi seperti didefinisikan oleh *Development Support Communication Service* (DSCS), pelayanan komunikasi pendukung pembangunan. dikutip eddie C.Y. Kuo (1996 : 80). Hal ini perlu dilakukan bagi pelaksanaan proyek-proyek pembangunan yang efektif dan efisien. Selain untuk pelaksanaan kegiatan perencanaan pembangunan perencanaan komunikasi juga perlu dilakukan untuk setiap kegiatan yang ada di setiap organisasi atau lembaga⁹.

Apapun bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan suatu perusahaan atau organisasi akan memperoleh hasil yang kurang efektif bila tidak dibarengi dengan perencanaan komunikasi yang baik. Membuat perencanaan sebelum melakukan aktivitas komunikasi akan sangat membantu suatu organisasi dalam mencapai target keberhasilan pesan komunikasi yang disampaikan.

Dalam kegiatan komunikasi masalah utamanya ialah mempertahankan pendapat dari komunikator dengan khalayak melalui penyampaian pesan. Pesan inilah yang kemudian direncanakan sedemikian rupa sehingga mampu mencapai khalayak dan menghasilkan kesamaan pendapat atau pengertian antara komunikator dengan khalayak.

Organisasi Dakwah

Menurut Drs. M. Manullang, organisasi dalam arti dinamis adalah suatu proses penetapan dan pembagian pekerjaan yang akan dilakukan, pembatasan tugas-tugas atau tanggung jawab serta wewenang dan penetapan hubungan-hubungan antara unsur-unsur organisasi, sehingga memungkinkan orang-orang dapat bekerja bersama seefektif mungkin untuk pencapaian tujuan.

Organisasi dalam arti statis adalah setiap gabungan yang bergerak ke arah tujuan bersama, dengan istilah populer adalah struktur organisasi atau bagan organisasi. Jadi organisasi dalam arti dinamis disebut pengorganisasian, dalam arti statis disebut organisasi.

Terdapat beberapa teori dan perspektif mengenai organisasi, ada yang cocok sama satu sama lain, dan ada pula yang berbeda. Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, terpimpin dan terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya (uang, material, mesin, metode, lingkungan), sarana-parasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara

⁹ *Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi* (Pengalaman Singapura), Eddie C.Y, dkk. PT. Pustaka. LP3ES. Jkt cet.1 1996
Volume IX Nomor 2
Maret – Agustus 2021

efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi.¹⁰

Menurut para ahli terdapat beberapa pengertian organisasi sebagai berikut.

1. Stoner mengatakan bahwa organisasi adalah suatu pola hubungan-hubungan yang melalui mana orang-orang di bawah pengarahan atasan mengejar tujuan bersama.¹¹
2. James D. Mooney mengemukakan bahwa organisasi adalah bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai tujuan bersama.¹²
3. Chester I. Bernard berpendapat bahwa organisasi adalah merupakan suatu sistem aktivitas kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.¹³
4. Stephen P. Robbins menyatakan bahwa Organisasi adalah kesatuan (entity) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan se-buah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.¹⁴

Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh 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 disekitarnya, karena memberikan kontribusi seperti; pengambilan sumber daya manusia dalam masyarakat sebagai anggota-anggotanya sehingga menekan angka pengangguran.¹⁵

Orang-orang yang ada di dalam suatu organisasi mempunyai suatu keterkaitan yang terus menerus. Rasa keterkaitan ini, bukan berarti keanggotaan seumur hidup. Akan tetapi sebaliknya, organisasi menghadapi perubahan yang konstan di dalam keanggotaan mereka, meskipun pada saat mereka menjadi anggota, orang-orang dalam organisasi berpartisipasi secara relatif teratur.

Sementara berkenaan dengan organisasi, Islam memandangnya sebagai suatu wadah sebagaimana komunitas dan masyarakat yang lebih luas yang hanya akan terjadi bilamana terdapat

¹⁰ Stephen P.Robbins. *Teori Organisasi Struktur, Desain, dan Aplikasi*, (Jakarta: Arcan: 1994), hlm.4

¹¹ Keith Davis, *Human Relations at Work*, (New York, San Francisco, Toronto, London: 1962).Hlm.15-19

¹² D, Ratna Wilis. 1996. *Teori-Teori Belajar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.Hlm. 56

¹³ Horton, Paul B. dan Chester L. Hunt. 1984. *Sociology*. Edisi keenam. International Student Edition.

¹⁴ Stephen P.Robbins. *Teori Organisasi Struktur, Desain, dan Aplikasi*, (Jakarta: Arcan: 1994), hlm.4

¹⁵ Keith Davis, *Human Relations at Work*, (New York, San Francisco, Toronto, London: 1962).Hlm.15-19

interaksi di antara anggotanya. Interaksi ini pun hanya dimungkinkan bila terdapat kesamaan masalah di dalamnya. Interaksi antar anggota ini ditandai oleh tiga unsur, yakni adanya kesamaan pemikiran dan perasaan tentang masalah tersebut yang dibingkai dalam satu koridor aturan yang sama. Dengan berbasis pada perspektif Islam, maka interaksi yang berjalan mestilah interaksi yang Islami. Interaksi yang didalamnya terjalin kesamaan pemikiran, perasaan dalam satu aturan main yang sama, yakni Islam. Bila tidak, maka keterasingan antar elemen anggota akan menjadi suatu keniscayaan.

Pengertian Dakwah

Pengertian dakwah bila ditinjau dari segi etimologi atau asal kata dapat dijelaskan bahwa perkataan dakwah berasal dari bahasa arab. Bera-sal dari *fi'il* (kata kerja)(*da'a, yad'u, da'watan*) memiliki arti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu.³

Di samping kata dakwah me-miliki arti seperti di atas, dalam ayat-ayat Al-Qur'an dan hadist Rosulullah SAW yang berkaitan dengan dakwah antara lain, dakwah memiliki arti sebagai berikut:

1. Dakwah yang artinya do'a atau permohonan

Pengertian ini berdasar pada Al-Qur'an Surat Al-Baqoroh:186 yang artinya:

"Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah) Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu dalam kebenaran.

2. Dakwah yang artinya undangan

Hal ini pula berdasarkan pada hadist yang diriwayatkan oleh imam muslim

"Datangilah undangan apabila engkau diundang" (HR.Muslim)

3. Dakwah yang artinya menyeru

"Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga) dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus"
QS.Yunus:25

4. Dakwah yang artinya mengajak

*"Yusuf Berkata, "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku (Qs.Yusuf:33)."*⁴

Sedang menurut istilah, banyak tokoh yang mengartikan tentang dakwah dalam mendefinisikannya, diantaranya:

1. Menurut M. Natsir

Beliau berpendapat bahwa dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat ma-nusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *amar ma'ruf nabi mungkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dari perikehidupan bernegara.

2. Menurut Prof.H.M. Toha Yahya Umar MA

Dakwah yaitu mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

Dari beberapa definisi dan pengertian diatas, maka jelaslah bahwa dakwah mengandung beberapa aspek antara lain:

- a. Mencakup semua aktifitas manusia muslim
- b. Ada kesadaran dan tanggung jawab terhadap diri, orang lain dan terhadap Allah SWT.
- c. Mengandung perubahan yang semakin sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT.

Dengan demikian dapat dirumuskan pengertian dakwah adalah semua aktifitas umat Islam di dalam berusaha merubah situasi kepada suatu situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT, dengan disertai kesadaran dan tanggung jawab baik terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan terhadap Allah SWT.

Sementara berkenaan dengan organisasi, Islam memandangnya sebagai suatu wadah sebagaimana komunitas dan masyarakat yang lebih luas yang hanya akan terjadi bilamana terdapat interaksi di antara anggotanya. Interaksi ini pun hanya dimungkinkan bila terdapat kesamaan masalah di dalamnya. Interaksi antar anggota ini ditandai oleh tiga unsur, yakni adanya kesamaan pemikiran dan perasaan tentang masalah tersebut yang dibingkai dalam satu koridor aturan yang sama. Dengan berbasis pada perspektif Islam, maka interaksi yang berjalan mestilah interaksi yang Islami. Interaksi yang didalamnya terjalin kesamaan pemikiran, perasaan dalam satu aturan main yang sama, yakni Islam. Bila tidak, maka keterasingan antar elemen anggota akan

menjadi suatu keniscayaan.

Dalam organisasi dakwah, masalah yang dimaksud adalah keberlangsungan dakwah itu sendiri. Guna mewujudkan interaksi yang tepat dan optimal, maka masalah ini memberikan prasyarat yang harus dimiliki oleh sebuah organisasi dakwah. Prasyarat itu – sebagaimana disarikan dari Syekh Taqiyuddin An Nabahani dalam Kitab Takatul Hizby (1954) – adalah bahwa;

1. Organisasi dakwah haruslah berdiri atas dan dibentuk untuk mengusung satu fikroh yang jernih dan jelas, yakni Islam

Serulah (manusia) kep Sementara berkenaan dengan organisasi, Islam memandangnya sebagai suatu wadah sebagaimana komunitas dan masyarakat yang lebih luas yang hanya akan terjadi bilamana terdapat interaksi di antara anggotanya. Interaksi ini pun hanya dimungkinkan bila terdapat kesamaan masalah di dalamnya. Interaksi antar anggota ini ditandai oleh tiga unsur, yakni adanya kesamaan pemikiran dan perasaan tentang masalah tersebut yang dibingkai dalam satu koridor aturan yang sama. Dengan berbasis pada perspektif Islam, maka interaksi yang berjalan mestilah interaksi yang Islami. Interaksi yang didalamnya terjalin kesamaan pemikiran, perasaan dalam satu aturan main yang sama, yakni Islam. Bila tidak, maka keterasingan antar elemen anggota akan menjadi suatu keniscayaan.

ada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantablah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An Nabl: 125)

2. Metodologi dakwah yang diterapkan organisasi dakwah mestilah sesuai dengan thoriqoh Rasulullah SAW.
3. Sejalan dengan dakwah, maka sifat keanggotaannya pun haruslah terbuka hanya bagi umat Islam; dan
4. Ikatan antar anggota haruslah dibangun atas dasar *mabda'* Islam.

Manajemen Organisasi Dakwah

Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Organisasi Dakwah

Prinsip-prinsip dasar yang perlu ada pada setia organisasi dan mana jemen dakwah, antara lain sebagai berikut;

1. Prinsip Konsolidasi

Prinsip ini mengadung makna bahwa setiap organisasi dakwah harus selalu dalam

keadaan mantap dan stabil, jauh dan konflik, dan terhindar dari perpecahan, baik lahiriah maupun batiniah.

2. Prinsip Koordinasi

Prinsip ini berarti organisasi dakwah harus mampu memperhatikan kesatuan gerak dalam satu komando. Ketertiban dan ke-teraturannya merupakan ciri khasnya, karena prinsip koordina-si mengisyaratkan betapapun banyaknya pembagian kelompok kerja dan jauhnya rentang kendali dalam medan yang luas, na-mun denyut nadinya tetap satu dan senapas.

3. Prinsip Tajdid

Prinsip ini memberi pesan bahwa organisasi dakwah harus sela-lu tampil prima dan energik, penuh vitalitas dan inovatif. Perso-nal-personalnya harus cerdas dan pintar membaca kemajuan za-man, menyentuh segala bidang dan senantiasa menjadi jati diri- nya. Tapi semua itu tetap dalam konteks perpaduan iman, ilmu dan amal. Hai orang- orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis!", Maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu!", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang- orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.(QS. Al-Mujadalah: 11).

4. Prinsip Pendanaan dan Kaderisasi

Prinsip ini mengingatkan bahwa setiap organisasi dakwah berusaha mendapatkan dukungan dana yang realistik dan diusahakan secara mandiri dan sumber-sumber yang halal dan tidak me ngikat. Di samping itu, organisasi dakwah dengan manajemen yang baik juga harus menyiapkan kader yang andal dan profesi-onal, sehingga tidak terjadi kevakuman gerak dari waktu ke waktu. Kader yang dimaksudkanharus terdiri dari tenaga- tenaga yang beriman dan bertakwa, berilmu, berakhlak, dan bermental jihad.

“Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu,(QS. Al-Ma’arij (70): 24 “Muhammad itu adalah utusan Allah dan orang-orang yang bersama dengan Dia adalah keras terhadap orang-orang kafir, tetapi berkasih sayang sesama mereka. kamu Lihat mereka ruku' dan sujud mencari karunia Allah dan keridhaan-Nya, tanda-tanda mereka

tampak pada muka mereka dari bekas sujud. Demikianlah sifat-sifat mereka dalam Taurat dan sifat-sifat mereka dalam Injil, Yaitu seperti tanaman yang mengeluarkan tunasnya Maka tunas itu menjadikan tanaman itu kuat lalu menjadi besarlah Dia dan tegak Lurus di atas pokoknya; tanaman itu menyenangkan hati penanam-penanamnya karena Allah hendak menjengkelkan hati orang-orang kafir (dengan kekuatan orang-orang mukmin). Allah menjanjikan kepada orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh di antara mereka ampunan dan pahala yang besar”. QS. Al-Fath (48): 29)

5. Prinsip Komunikasi

Prinsip ini memberikan arah bahwa setiap organisasi dakwah, pengelolaannya harus komunikatif dan persuasif, karena dakwah sifatnya mengajak bukan mengejek, dakwah itu harus sejuk dan mengikat. Meskipun esensi dakwah menyampaikan kebenaran dan kebenaran itu kadangkala keras dan pahit, namun dalam penyampaian tetap diuntut bijaksana dan dengan bahasa komunikasi menega, sehingga betapapun pahitnya, umat tidak antipati melainkan tetap dapat menerima dan memahami dengan akal yang sehat. *“Yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal.”* (QS. Az-Zumar (39): 18)

6. Prinsip Tasyir dan Taisir

Kegiatan dakwah harus dilaksanakan dengan prinsip menggem-birakan dan mudah. Menggem-birakan berarti ada nilai yang membawa hati menjadi senang dan tenang, membuka cakrawala dan wawasan yang mencairkan jalan keluar dari kesulitan. Dakwah tidak terasa sebagai suatu yang memberatkan, tapi justru menarik untuk diikuti dan perlu dibantu. Mudah berarti tidak saja dari sudut pemahaman pesan atau materi dakwah tapi juga dari sudut pelaksanaan dan pengamalan pesan-pesan dakwah yang disampaikan. *“Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahu?”*. (QS. Saba' (34): 28)

7. Prinsip Integral dan Komprehensif

Prinsip ini mengingatkan kepada kita bahwa pelaksanaan kegiatan dakwah tidak hanya terpusat di masjid dan lembaga-lembaga keagamaan semata, akan tetapi harus terintegrasi dalam kehidupan umat dan menyentuh kebutuhan yang menyeluruh dari segenap strata sosial masyarakat, baik birokrat atau penguasa mau pun lapisan elite ekonomi dan masyarakat marginal. “Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.” (QS. Al-Anbiya’b(21): 107).

8. Prinsip Penelitian dan Pengembangan

Kompleksitas permasalahan umat harus menjadi kajian dakwah yang mendalam, karena dakwah akan gagal bila saja sudut pandang hanya terpusat pada satu sisi saja, sementara komunitas masyarakat lainnya terabaikan. Atas dasar tersebut Rasulullah dalam berdakwah senantiasa berupaya mendatangi kantong-kantong masyarakat dari berbagai bidang status dan rakyat jelata. Hal itu terlihat dari safari dakwah Rasulullah dan surat-surat yang dikirimkannya kepada para raja-raja yang belum Islam di zamannya. Semua rekaman sejarah dan dokumen itu harus diikuti dengan penelitian dan pengkajian yang serius, sehingga sejarah masa lalu dapat dijadikan jembatan yang berharga untuk melanjutkan rencana dakwah masa depan yang panjang (QS. Al-Kahfi: 13 dan 14 serta QS. Ar-Rahman: 33)

9. Prinsip sabar dan Istiqomah

Bersaing dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, sering membuat dakwah menemui jalan buntu bahkan melelahkan. Kelelahan tanpa menyadari dapat menghilangkan kesabaran dan merusak nilai-nilai istiqomah. Di saat-saat seperti itulah prinsip sabar dan istiqomah perlu di-segarkan untuk diaktualisasikan melalui berbagai kegiatan dakwah. Nilai-nilai sabar dan istiqomah yang digerakkan dengan landasan iman dan takwah dapat melahirkan semangat dan potensi rohani yang menjadikan dakwah sebagai kebutuhan umat. “Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan Kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, Maka Malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu". (QS. Fushshilat: 30).

Perencanaan dalam Organisasi Dakwah

Perencanaan adalah proses memutuskan tujuan-tujuan apa yang akan dikejar pada suatu jangka waktu yang akan datang dan apa yang akan dilakukan agar tujuan-tujuan itu dapat tercapai. Sebagian orang berfikir tentang perencanaan dalam arti yang lebih sempit dari memutuskan jalan apakah yang akan diambil untuk kegiatan-kegiatan.¹⁶

Secara alami, perencanaan itu merupakan bagian dari *Sunnatullah*, yaitu dengan melihat bagaimana Allah SWT menciptakan alam semesta dengan hak dan perencanaan yang matang disertai dengan tujuan yang jelas.¹⁷ Hal ini sebagaimana firman Allah dalam surat Sad: 27

“Dan kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa-apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah.”

Perencanaan (*takhtibih*) merupakan starting point dari aktifitas manajerial. Karena bagaimanapun sempurnanya suatu aktifitas manajemen tetap membutuhkan perencanaan. Perencanaan merupakan langkah awal sebuah kegiatan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait agar memperoleh hasil yang optimal. Alasannya, bahwa tanpa adanya rencana, maka tidak ada dasar untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu dalam rangka usaha mencapai tujuan. Jadi rencana memiliki peranan yang signifikan, ia merupakan dasar dan titik tolak dari kegiatan pelaksanaan selanjutnya. Maka perencanaan merupakan sebuah keharusan dalam proses dakwah

Proses perencanaan dakwah merupakan tindakan yang sistematis yang dapat membantu mengidentifikasi cara-cara yang lebih baik untuk mencapai sebuah sasaran dakwah. Rencana aktifitas cenderung menghasilkan pikiran-pikiran yang lebih akurat mengenai waktu yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah strategi, dengan demikian menghasilkan *deadli-nes* yang lebih realistis untuk melaksanakan proyek-proyek dan mencapai sasaran.¹⁸

Kegiatan dalam proses perencanaan dakwah ini dapat berupa: *Pertama*, mengetahui peta sosiologis medan dakwah. Termasuk di dalamnya mengetahui

¹⁶ George R. Terry dan Leslie W. Rue, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005) Hlm. 43-44

¹⁷ Gordon B. Dafis, *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: PT Pustaka Binaman Presindo, 1984), hlm. 118

¹⁸ Gary Yukl. *Leadership in Organisasi*, (Jakarta: Perhallinda, 1994), hlm 67

kondisi umum masyarakat, potensi ekonomi, pranata sosial, organisasi sosial, kesadaran lingkungan, khazanah tradisi, praktik ritus, khazanah mitos, norma dan tatakrama, pranata hukum, kepemimpinan, kontrol sosial, dan tantangan yang dihadapi.

Adapun relevansi antara peta sosiologis dengan perencanaan dakwah ini sebagai *social setting*, yang kemudian berguna sebagai semacam rambu pemandu jalan atau pijakan penopang bagi para da'i untuk berdakwah secara efektif dan efisien. Penguasaan peta sosiologis ini pun memiliki relevansi dan signifikansi penting.

Dalam hal merencanakan materi yang disampaikan, seorang da'i dituntut menyesuaikan kondisi objektif medan dakwah, baik berkenaan dengan kondisi sosial statik maupun dinamikanya.¹⁹

Kedua, Mengetahui Karakteristik Masyarakat. Mengetahui watak sasaran dakwah memiliki relevansi dan signifikansi penting dalam menyusun perencanaan dakwah. Mengetahui karakteristik masyarakat sasaran dakwah, termasuk di dalamnya mengetahui pandangan hidup masyarakat, Indeks Pembangunan Manusia (*Human Development Index*), watak etnik, relasi antaretnik, budaya luhur, kepribadian, interaksi sosial, gaya hidup, etos kerja, sistem pembagian tugas dan sistem kerjasama.

Benarlah apa yang digarisbawahi Rasulullah, "*Ajak bicaralah orang-orang sesuai dengan kemampuan tingkat pemikiran mereka.*" Ini merupakan salah satu prinsip penting dakwah antarbudaya. Menurut Aminah al-Shawy, Abdul Aziz Syarif dan Abdul Lathif Hamzah, hal itu menentukan kualitas komunikasi efektif yang dibangun sang da'i, baik pada tataran *ittishal* (komunikasi antarpersonal), *syakshi*, *ittisal jama'I* (komunikasi *public*)

Ketiga, Menentukan materi dakwah. Dalam menentukan materi dakwah ini, para pelaku dakwah dapat menyesuaikannya dengan moment-moment atau model-model dakwah yang dihadapinya. Dalam dataran silabus dakwah, model-model pengembangan dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam empat model.

- 1) Model dakwah yang berorientasi pada substansi atau isi ajaran Islam yang biasa disampaikan dalam bentuk dakwah berseri. Inti materi dari model ini

¹⁹ ABD.Rosyad Shaleh, Manajemen Da'wah Islam, Bulan Bintang, Jakarta, 1993

adalah mengacu pada substansi ajaran Islam sebagai pesan dakwah dan pendidikan. Mereka mesti membatasi dirinya pada kon-teks dakwah, bukan pendidikan. Dengan demikian materi ajaran Islam yang disampaikan dalam ibadah, misalnya, lebih merupakan *appeal* (seruan) bukan *kaifiyat* (tata cara) untuk beribadah.

Tujuan dakwah model ini adalah menarik (mendakwahi) umat un-tuk rajin beribadah, bukan untuk mengajari mereka mengetahui tata cara beribadah. Bilapun seorang da'i dituntut untuk menyampaikan persoalan kaifiyat, hendaknya disampaikan dengan pendekatan dakwah, bukan pen-didikan, agar pesan-pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif.

- 2) model dakwah yang berorientasi pada latar waktu dan ruang yang mengikuti hari-hari besar yang disebut dengan dakwah momentum. Materi dakwah yang disampaikan pada dakwah momentum adalah segi ajaran Islam yang sesuai dengan momentum yang berkaitan. Untuk se-mua *events* tersebut, Islam memiliki pesan-pesan khas dan universal yang bisa ditawarkan untuk kemaslahatan dan keselamatan manusia. Para da'i seyogyanya menyampaikan pesan-pesan Islam sesuai momentum yang pas. Dan mereka semestinya membahas ajaran Islam secara adil dan proporsional menurut penjelasan wahyu dan tidak terjebak pada sikap apologetik apalagi etnosentrik.
- 3) model dakwah insidental. Model ini disiapkan untuk khutbah, ceramah, taushiyah, atau siraman rohani Islam yang biasa diselenggarakan pada peristiwa-peristiwa insidental. Termasuk dalam dakwah model ini antara lain dakwah syukuran khitanan, walimahan pernikahan, kehamilan dan kelahiran, syukuran haji, syukuran nikmat, syukuran kerja, dll.
Materi yang dikembangkan pada model dakwah insidental ini tentu saja, segi ajaran Islam yang sejalan dengan fokus perhatian pada peristiwa yang menyertainya. *Mad'u* dalam model dakwah ini akan sangat bervariasi sesuai dengan peristiwa itu sendiri. Oleh karena itu, materi yang disiapkan dituntut secara spesifik sejalan dengan karakteristik *mad'u* yang turut berpartisipasi.
- 4) model dakwah independen. Model dakwah ini bersifat netral karena tidak dipengaruhi apapun termasuk bebas dari kondisi ruang dan situasi waktu.

Materi yang dikembangkan dalam model dakwah ini ber sifat serba masuk dan serba cocok. Model dakwah independent dapat diper gunakan sebagai “persediaan” mubaligh dalam rangka berjaga-jaga jika ia didaulat untuk bertabligh secara *impromptu*.

Pengorganisasian Dakwah

Pengorganisasian adalah seluruh proses pengelompokkan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Definisi tersebut menunjukkan, bahwa pengorganisasian merupakan langkah pertama ke arah pelaksanaan rencana yang telah tersusun sebelumnya. Dengan demikian, adalah suatu hal yang logis, apabila pengorganisasian dalam sebuah kegiatan akan menghasilkan sebuah organisasi yang dapat sebagai kesatuan yang kuat.²⁰

Pengorganisasian atau *al-thanzhim* dalam pandangan Islam bukan semata-mata merupakan wadah, akan tetapi lebih menekankan bagaimana pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis. Sebagaimana diilustrasikan dalam surat ash-Shaff: 4 “*Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam baris-an yang teratur seakan-akan seperti bangunan yang tersusun kokoh*”.

Dan hadist dari Nabi Muhammad SAW, “*Allah sangat menyukai jika seseorang melakukan perbuatan terutama dilakukan dengan itqam (kesungguhan dan keseri-usan)*” (HR. Thabrani)

Pada proses pengorganisasian inilah akan menghasilkan sebuah rumusan struktur organisasi dan pendelegasian wewenang dan tanggung jawab. Islam sangat perhatian dalam memandang tanggung jawab dan wewenang sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah.²¹

Dalam penyebarannya, Islam banyak melalui dakwah, dengan melalui dakwah Islam menyebar sampai ke penjuru dunia. Keberhasilan dalam melaksanakan dakwah tidak lepas dari subjek dakwah itu sendiri dalam menyusun sebuah strategi. Selama ini dakwah dilakukan hanya sebatas menyampaikan materi saja. Apakah diterima atau

²⁰ Ahmad Fadli, *Organisasi dan Adminisrasi*, (Kediri: Manhalun Nasyiin Press, 2002), hlm. 20

²¹ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. Hlm. 117-118

tidaknya adalah urusan belakangan. Sebenarnya dakwah akan mendekati sebuah keberhasilan apabila mempunyai strategi yang matang. Strategi yang matang akan terwujud apabila disusun melalui sebuah sistem yang terstruktur, dan dalam hal ini berada di sebuah badan organisasi. Organisasi akan menyusun sebuah strategi dalam menjalankan misi dakwahnya. Dalam hal ini perlu disusun upaya penting yang terkait dengan strategi pengorganisasian dakwah.

1. Penentuan Tujuan

Penentuan tujuan, sebagai dasar utama untuk penyusunan organisasi, harus dirumuskan secara jelas dan lengkap. Mengenai bidang, ruang lingkup sasaran, keahlian dan/atau keterampilan serta peralatan yang diperlukan.

2. Perumusan tugas pokok

Tugas pokok adalah sasaran yang dibebankan kepada organisasi untuk dicapai. Pada umumnya, bertambah besar organisasi yang harus disusun bertambah umum pula tugas pokok yang dapat dirumuskan. Sebaliknya, makin kecil organisasi, makin kecil dan terbatas tugas pokoknya.

3. Pembagian Tugas

Pembagian tugas merupakan suatu hal yang memudahkan pencapaian sasaran. Pembagian tugas harus jelas, jika tidak akan mudah menimbulkan kekacauan dalam pelaksanaannya. Oleh sebab itu, berdasarkan prinsip di atas, pembagian tugas dapat dirumuskan sebagai berikut: 1) Bagian Penyiaran Islam, 2) Bagian Pendidikan, 3) Bagian Pembinaan Kesejahteraan Masyarakat, 4) Bagian Pembinaan Ekonomi, 5) Bagian Pembinaan Ilmu Pengetahuan Dan Kebudayaan, 6) Bagian Penerbitan dan Pustaka, 7) Biro Penelitian, 8) Biro Tata Usaha, 9) Biro Logistik, 10) Biro Kader, 11)

4. Penetapan

Penetapan di sini berkaitan erat dengan jalinan hubungan (komunikasi). Komunikasi yang terjalin antara pimpinan dakwah, bagian-bagian, dan seksi-seksi. Karena komunikasi merupakan cara yang akurat dan efektif dalam menyampaikan gagasan, fakta, pikiran, perasaan, dan nilai kepada orang lain. Begitu juga, komunikasi adalah suatu jembatan arti (mempunyai makna) di antara orang-orang sehingga mereka dapat berbagi hal-hal yang mereka rasakan dan ketahui.

Kenapa harus komunikasi? Karena organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi. Apabila tidak ada komunikasi, niscaya pemimpin dakwah tidak akan mengetahui apa yang dilakukan seksi-seksinya, dan begitu juga seksi-seksi yang lain tidak akan mengetahui apa yang dilakukan rekan kerjanya. Apabila komunikasi efektif, ia dapat mendo-rong timbulnya prestasi lebih baik dan suatu kepuasan.

Langkah-Langkah Pengorganisasian Dakwah

Abd. Rosyad Shaleh dalam bukunya *Manajemen Dakwah Islam*, mengatakan bah-wa langkah-langkah pengorganisasian dalam pelaksanaan dakwah sebagai berikut:

1. Membagi-bagi dan menggolongkan tindakan-tindakan dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu,
2. Menentukan dan merumuskan tugas dari masing-masing kesa-tuan, serta menempatkan pelaksana atau da'i untuk melaksana-kan tugas tersebut,
3. Memberikan wewenang kepada masing-masing pelaksana
4. Menetapkan jalinan hubungan²²

Pengorganisasian erat hubungannya dengan pengaturan struktur melalui penentuan kegiatan untuk mencapai tujuan, walaupun struktur itu bukan merupakan tujuan. Oleh karena itu, *organizing* dakwah sudah barang tentu disesuaikan dengan bidang garapan dakwah serta lokasi pewilayahan.

Apabila pengorganisasian sebagaimana disebutkan di atas, merupakan wadah dan kerangka struktur yang relatif tetap, maka sisi lain dari pengorganisasian juga memperhatikan hubungan berlakunya tata kerja menurut struktur sehingga masing- masing pelaku mempunyai hubungan formal, baik sebagai atasan, bawahan, atau sesama sejawat dengan kewajiban dan tanggung jawab yang telah ditetapkan. Hubungan timbal balik antara orang-orang dalam organisasi itu merupakan proses dinamis dalam kegiat-an organisasi untuk mencapai tujuan.

Dalam kaitannya dengan hal yang dikemukakan di atas, Zaini Muchtaram mengatakan bahwa, kualitas hubungan antara para pelaku organisasi, lebih-lebih

²² Shaleh, Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977
Volume IX Nomor 2
Maret – Agustus 2021

organisasi dakwah, tidak selamanya bersifat formal tetapi juga informal, dalam bentuk perilaku pribadi yang bersifat emosional dan kadang-kadang juga irrasional. Oleh karena itu menjadi suatu seni bagi pimpinan organisasi untuk mengatur keseimbangan antara hubungan formal dengan informal di antara para pelaku organisasi demi keberhasilan yang ingin dicapai.²³

Langkah-langkah pengorganisasian dakwah adalah:

1. Penentuan Spesialisasi Kerja
2. Departementalisasi Dakwah
3. Menentukan Rantai Komando
4. Rentang Kendali
5. Sentralisasi dan Desentralisasi
6. Menformalisasi Dakwah
7. Penentuan Strategi dan Struktur Dakwah
8. Penyelenggaraan dan Desain Organisasi Dakwah

Evaluasi Dakwah

Penyelenggaraan dakwah dikatakan dapat berjalan dengan baik dan efektif, bilamana tugas-tugas dakwah yang telah diserahkan kepada para pelaksana itu benar-benar dilaksanakan serta pelaksanaannya sesuai dengan rencana dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan. Untuk mengetahui apakah tugas-tugas dakwah dilaksanakan oleh para pelaksana, bagaimana tugas itu dilaksanakan, sudah sampai sejauh mana pelaksanaannya, apakah tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan, dan sebagainya, maka di perlukan adanya evaluasi kegiatan dakwah²⁴

Dengan pengertian lain, evaluasi dakwah adalah meningkatkan pengertian manajerial dakwah dalam sebuah program formal yang mendorong para manajer atau pemimpin dakwah untuk mengamati perilaku anggotanya, lewat pengamatan yang lebih mendalam yang dapat dihasilkan melalui saling pengertian diantara kedua belah pihak. Evaluasi menjadi sangat penting karena dapat menjamin keselamatan pelaksanaan dan perjalanan dakwah. Di samping itu, evaluasi juga penting untuk mengetahui positif dan negatifnya pelaksanaan, sehingga dapat

²³ Zaini Muchtaram, *Dasar-Dasar manajemen Dakwah* (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996, Cet. II) Hlm. 12

²⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta, 2009

memanfaatkan yang positif dan meninggalkan yang negatif. Selain dapat menghasilkan pengalaman praktis dan empiris yang dapat dipandang sebagai aset dakwah dan harakah yang harus diwariskan kepada generasi untuk dijadikan sebuah pelajaran.

Secara spesifik tujuan dari evaluasi dakwah itu adalah: a. Untuk mengidentifikasi sumber daya da'i yang potensial dalam sebuah spesifikasi pekerjaan manajerial. b. Untuk menentukan kebutuhan pelatihan dan pengembangan bagi individu dan kelompok dalam sebuah lembaga atau organisasi. c. Untuk mengidentifikasi para anggota yang akan dipromosikan dalam penempatan posisi tertentu. Adapun hasil dari evaluasi itu diperoleh dari: a. Motivasi. b. Promosi c. Mutasi atau pemberhentian anggota. d. Dukungan finansial e. Kesadaran yang meningkat dari tugas dan persoalan bawahan. f. Pengertian bawahan yang meningkat mengenai pandangan manajerial tentang hasil karya. g. Mengidentifikasi kebutuhan akan pelatihan dan pengembangan. h. Mengevaluasi efektivitas dari keputusan seleksi dan penempatan. i. Pemindahan. j. Perencanaan sumber daya manusia, dan k. Peringatan dan hukuman.

Sementara itu kriteria yang digunakan dalam evaluasi ini adalah seluruh proses evaluasi sudah dibakukan dan disusun seobjektif mungkin. Evaluasi yang dilakukan sedapat mungkin berhubungan dengan bidang pekerjaan yang bersangkutan, sehingga dapat menghasilkan sebuah analisis pekerjaan formal yang mendalam bagi semua posisi secara seksama. Evaluasi dilakukan secara bebas oleh lebih dari satu orang bagi setiap karyawan yang akan dinilai, dan para penilai harus mampu secara terus menerus mengamati mereka.

Dengan memperhatikan kriteria-kriteria tersebut, maka proses evaluasi dakwah akan berjalan dengan lancar, sehingga dapat meminimalisir penyimpangan-penyimpangan dakwah atau target yang tidak tercapai. Sebagai tambahan dalam pembahasan ini akan dijelaskan tentang bagaimana cara mengevaluasi pada tahap perencanaan. Ini sangat penting mengingat pada tahap ini merupakan langkah awal yang harus dievaluasi secara dini mengenai kekurangan-kekurangannya. Sebelum organisasi dakwah melangkah pada langka selanjutnya, maka diperlukan sebuah evaluasi dalam perencanaan. Karena evaluasi harus dilakukan dalam perencanaan dakwah, baik di tahap awal, tengah, dan akhir.

Pada tahap analisis diperlukan sebuah evaluasi, materi yang akan disampaikan, metode, media, dan lain sebagainya yang menunjang aktifitas dakwah selalu dibutuhkan sebuah evaluasi. Evaluasi tersebut harus dapat menjawab, apakah program dakwah yang akan dijalankan bisa maksimal atau tidak, sesuai dengan kebutuhan umat atau tidak, dan lain sebagainya. Karena

sebuah perencanaan berawal dari sebuah analisis kebutuhan, kemampuan, kekuatan, serta kelemahan dalam menyusun langkah kerja.

Hasil dari evaluasi tersebut diharapkan menjadi feedback yang kuat, sehingga segala perencanaan yang dilakukan memang betul-betul matang. Karena sebuah perencanaan yang matang akan mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan dan kemudia berusaha mencari solusi untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut. Kematangan sebuah perencanaan itu terlihat setelah dilakukan evaluasi. Evaluasi terhadap berbagai perencanaan dapat dilakukan dengan melakukan berbagai uji indikator yang telah dipersiapkan dan diantisipasi sebelumnya. Tujuan evaluasi atas perencanaan dakwah agar perencanaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuannya.

SIMPULAN

Dari beberapa uraian tentang perencanaan komunikasi organisasi di atas mulai dari hakekat perencanaan komunikasi, berbagai pendekatan dalam perencanaan komunikasi, langkah-langkah kegiatan dalam merealisasikan pendekatan. Semua elemen-elemen penting yang dijadikan pedoman dalam membuat perencanaan, proses perencanaan, dan hasil dari perencanaan yang telah ditentukan dalam perencanaan komunikasi suatu organisasi. Setelah memahami dengan baik tentang perencanaan komunikasi pada sebuah organisasi, maka hasil yang ingin dicapai sebelumnya bisa terlaksana secara efektif dan efisien.

Dakwah adalah salah satu komponen penting dalam Islam. Dakwah memegang peran penting bagi tersebarnya Islam ke seluruh penjuru dunia. Perkembangan umat islam dan juga penduduk dunia menuntut proses dakwah juga dilakukan pengembangan- pengemabngan sesuai kondisi zaman. Salah satunya adalah berkembangnya organisasi- organisasi dakwah. Untuk menunjang keberhasilan proses dakwah oleh organisasi dakwah tersebut perlu kiranya dilakukan proses manajemen dalam organisasi dakwah dan evaluasi (menilai sejauh mana keberhasilan proses dakwah yang telah dilakukan dan mengambil feedback untuk perbaikan di masa yang akan datang).

Dengan pelaksanaan manajemen dalam organisasi dakwah ini, diharapkan impact proses dakwah semakin besar dan terasa dalam masyarakat. Sehingga, islam sebagai rahmatan lil alamain dalam bentuk perwujudan peradaban islam akan segera tercapai. Di sisi lain, kelemahan-kelemahan dalam prosesnya dapat segera diantisipasi dan dilakukan perbaikan.

Setelah memahami dengan baik tentang perencanaan komunikasi pada sebuah organisasi, maka hasil yang ingin dicapai sebelumnya bisa terlaksana secara efektif dan efisien. Hal ini berlaku dalam semua bentuk organisasi baik yang bergerak di bidang jasa maupun produk yang bernaung di bawah pemerintah maupun swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda, Slamet Muhaimin, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Usaha Nasional 1994)
- Abdullah, Dzikron, *Metodologi Dakwah, Diklat Kuliah*, (Semarang: F.Dakwah IAIN Walisonggo, 1988)
- Achmad, Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. (Yogyakarta: Prima Duta, 1983). Alam, Datuk Tombak, *Kunci Sukses Penerangan dan Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990)
- Aji, Firman B., *Perencanaan dan Evaluasi (Suatu Sistem Untuk Proyek Pembangunan)*, Bumi Aksara, Jakarta, cet. 3 1990
- Al-Banna, Hasan, "*Risalah Pergerakan Ikhwanul Muslimin (Buku ke-1)*", Cetakan ke-12, 2005, Era Intermedia, Solo.
- Ali, H. Mahrus, *Membongkar kebohongan buku kyai NU menggugat*
- Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Amzah), 2009
- Anshari, Endang Saefuddin, *wawasan Islam; pokok-pokok pikiran tentang Islam dan umatnya* (Bandung: Pustaka Salman ITB, 1983)
- Dafis, Gordon B., *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: PT Pustaka Binaman Presindo, 1984)
- Davis, Keith, *Human Relations at Work*, (New York, San Francisco, Toronto, London: 1962)
- Eddy Kuo (et.al), *Communication Policy and planing in Singapura*, 1983. cet. 1 diterjemahkan dengan judul "Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi ; Pengalaman Singapura, penerjemah Nirwono, Jakarta, LP3ES, 1994
- Fadli, Ahmad, *Organisasi dan Administrasi*, (Kediri: Manhalun Nasyiin Press, 2002) Handoko,
- T. Hani, Dr., MBA. dan Reksohadiprodo Sukanto, Dr. M.Com., 1996.
Organisasi Perusahaan. Edisi kedua, Yogyakarta : BPF
- Harits, A. Busyairi, *Dakwah Kontekstual Sebuah Refleksi Pemikiran Islam Kontemporer*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006)
- Hasyim, Sholeh, *Spirit berIslam*, Semarang: Pustaka Nuun. 2010.
- Hilal, Syamsu, *Gerakan Dakwah Islam di Indonesia karangan* (Jakarta: Pustaka Tarbiatuna, 2003)
- Horton, Paul B. dan Chester L. Hunt. 1984, *Sociology*, Edisi keenam. International Student

- Edition. Tokyo: Mc.Graw-Hill Book Company Inc.
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2010)
- Ilyas, Yunahar, *Kuliah Akhlaq*. Yogyakarta, LPPI-UMY. 2007
- John Ingleson, *Jalan ke Pengasingan* (Jakarta: PL3ES, 1983)
- Kayo, Khatib Pahlawan, *kepemimpinan Islam & dakwah*, Amzah, Jakarta
- _____, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2007)
- KBBI, Departemen Pendidikan Nasional, Balai Pustaka, Jkt. Edisi. III 2002
- Mahmuddin, *Manajemen Dakwah Rasulullah*, Restu Ilahi, Jakarta, 2004
- Mannan, Abdul, *Budaya Organisasi Dakwah*, (Jakarta: Madina Pustaka)
- Muchtaram, Zaini, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah* (Yogjakarta: Al-Amin Press, 1996, Cet. II)
- Muhammad, Abdurrahman, *Kepemimpinan Syura*, Surabaya: Optima , 2010.
- Muhyiddin, Asep dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*. (Bandung, Pustaka Setia, 2002)
- Munir, M., Wahyu Ilaihi, *Manajemen dakwah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012
- Mut'ah bin surtan alashimi, *beda salaf dengan salafi*, mandala71-73
- Natsir, M., "*Dakwah dan Tujuan*" dalam serial media *Dakwah*, Dewan Dakwah Islamiah Indonesia, No. 28
- Middleton, John. *Approaches to Communication Planning*, Paris. Unesco
- Noer, Deliar, *Gerakan Modern Islam di Indonesia 1900-1945* (Jakarta: LP3ES, 1980)
- Pasha, Kamil Musthafa dan Darban, Ahmad Adaby, *Mubammadiyah sebagai Gerakan Islam dalam Perspektif Historis dan Idiologis*.
- Rais, Amin, *Cakrawala Islam*, (Bandung: Mizan, 1991, Cet. III)
- Robbins, Stephen P., *Teori Organisasi Struktur, Desain, dan Aplikasi*, (Jakarta: Arcan: 1994)
- Salbu, Manshur, *Mencetak kader*, Surabaya: Suara Hidayatullah Publishing, 2009.
- Shaleh, ABD. Rosyad, *Manajemen Da'wah Islam*, Bulan Bintang, Jakarta, 1993
- Shaleh, Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977
- Siagian, Sondang P., *Peranan Staf dalam Manajemen*. (Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 1996)

- Siagian, Sondang, *Filsafat Administrasi*, (Jakarta: Gunung Aung, 1996)
- Siagian, Sondang, *Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi* (Jakarta: Haji Masagung, Cet. IV, 1989)
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi. 1976. *Understanding Practice and Analysis*. New York: Random House
- Sule, Erni Tisnawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*. (Jakarta:Prenada Media, 2006)
- Syamakh, Amer, (2011). *Al-Ikhwān Al Muslimun*. Era AdicitraIntermedia.ISBN 978-602-8237-90-1.
- Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlās, 1986)
- Taufiq, Mohammad, *Quran in The Word Ver1.2.0*,
- Terry, George R. dan Leslie, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2005)
- Terry, George R., *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2006)
- Thaba, Abdul aziz, *Islam dan Negara dalam Pilar Orde Baru* (Jakarta: GIP, 1996) dalam buku *Gerakan Dakwah di Indonesia* editor Ir. Syamsu Hilal (Jakarta: Pustaka Tarbiatuna,)
- Wilis, D. Ratna. 1996. *Teori-Teori Belajar*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Yukl, Gary, *Leadership in Organisasi*, (Jakarta: Perhallinda, 1994) Majalah Sabili, No.17 TH.

XIII 9 Maret 2006 / 9 Shaf