

HAKEKAT PERENCANAAN KOMUNIKASI ISLAM 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.

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (message), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (how), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan).

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. Adapun hakekat perencanaan merupakan langkah awal sebuah kegiatan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait agar memperoleh hasil yang optimal. Bila melakukan perencanaan 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 menggerakannya kearah pencapaian tujuan dakwah. Dengan melaksanakan proses manajemen dakwah dapat semakin berhasil dan berpengaruh lebih luas.

Key Word : hakekat perencanaan, komunikasi islam, manajemen, organisasi dakwah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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.

Dalam dunia yang semakin terhubung secara global, komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran ajaran agama. Di sinilah pentingnya perencanaan komunikasi dalam konteks dakwah Islam. Tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan konsep hakekat perencanaan, komunikasi Islam, manajemen, organisasi dakwah secara ilmiah dan sistematis.

Menurut Erly Suandy perencanaan adalah sebuah proses dalam menentukan tujuan organisasi dan juga menyajikan secara jelas dengan berbagai strategi, taktik, dan operasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan utama organisasi secara keseluruhan.¹ Dalam konteks organisasi dakwah, perencanaan mencakup penentuan strategi komunikasi yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan.

¹ Hendrik, Pengertian Perencanaan: Jenis-jenis, Fungsi, dan Karakteristik, <https://www.gramedia.com/literasi/perencanaan/>.

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (message), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (how), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan). Pesan-pesan keislaman keislaman yang disampaikan tersebut disebut sebagai dakwah. Dakwah adalah pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia mengikuti Islam². Tujuan utama komunikasi Islam adalah untuk mendakwahkan ajaran Islam dengan cara yang hikmah dan mauidzah hasanah (nasihat yang baik).

Perencanaan komunikasi Islam adalah proses strategis yang dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif. Ini melibatkan analisis situasi, penentuan tujuan dakwah, identifikasi audiens, pengembangan pesan yang relevan, dan pemilihan media komunikasi yang tepat. Proses ini juga melibatkan evaluasi dan pengukuran efektivitas komunikasi untuk memastikan bahwa tujuan dakwah tercapai.

Menurut Harsey dan Blanchard, manajemen adalah proses bekerja sama antara individu dan kelompok beserta sumber daya lainnya, dalam mencapai tujuan organisasi. Proses ini dimaknai sebagai fungsi dan aktivitas yang dilaksanakan oleh pemimpin dan para anggotanya dalam bekerja sama agar tujuan organisasi dapat tercapai.³ Ini mencakup fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Dalam konteks organisasi dakwah, manajemen yang baik diperlukan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan dakwah dapat berjalan dengan efisien dan efektif.

Menurut James D. Mooney, Organisasi ialah suatu bentuk perserikatan orang atau sekelompok manusia untuk mencapai tujuan bersama yang telah di sepakati.⁴ Dalam organisasi dakwah, struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas sangat penting untuk memastikan bahwa semua aspek dakwah dapat dilakukan secara terkoordinasi dan terarah.

² Ahmad Ghulusy. *ad-Da'watul Islamiyah*, (Kairo: Darul Kijab.1987), hal. 9

³ Kenya Swawikanti, *Mengenal Manajemen: Pengertian, Tujuan, Unsur, dan Fungsinya*, <https://www.brainacademy.id/blog/pengertian-manajemen-unsur-dan-fungsinya>.

⁴ MI Nor Rahman, *Pengertian Organisasi : Manfaat, Tujuan, Ciri-ciri, Unsur dan Konsepnya*, <https://minorrahman.sch.id/blog/pengertian-organisasi-manfaat-tujuan-ciri-ciri-unsur-dan-konsepnya>.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk menyerukan serta menyampaikan pada perorangan manusia serta seluruh umat mengenai pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia. Seruan tersebut meliputi amar ma'ruf nahi munkar dengan berbagai macam media serta cara yang diperbolehkan akhlak serta membimbing manusia untuk mendapatkan pengalaman dalam peri kehidupan perseorangan, membangun rumah tangga, bernegara serta bermasyarakat.⁵ Dakwah bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam, meningkatkan pemahaman agama, dan membimbing umat untuk hidup sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti ceramah, kajian, publikasi tulisan, dan penggunaan media digital.

Manajemen organisasi dakwah adalah proses pengelolaan sumber daya dan kegiatan dakwah secara efektif dan efisien. Ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi program dakwah. Manajemen yang baik dalam organisasi dakwah memastikan bahwa pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan dan kondisi audiens.

⁵ Yufi Cantika, Pengertian Dakwah: Ketentuan, Tujuan dan Jenis-jenisnya, <https://www.gamedia.com/literasi/dakwah>.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Perencanaan Komunikasi

2.1.1 Perencanaan

Perencanaan adalah suatu rangkaian persiapan tindakan untuk mencapai tujuan. Perencanaan merupakan pedoman, garis besar, atau petunjuk yang harus dituruti jika menginginkan hasil yang baik. Dalam menyusun sebuah rencana, hal pertama yang harus dilakukan adalah, Anda harus memusatkan pikiran kepada apa yang ingin dikerjakan, tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang untuk organisasi serta memutuskan alat apa yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Anda harus meramalkan sejauh mana kemungkinan tersebut dapat dicapai, baik dilihat dari aspek ekonomi, social, maupun lingkungan politik tempat organisasi berorganisasi serta dihubungkan dengan sumber-sumber yang ada untuk mewujudkan rencana tersebut.

Menurut George R. Terry perencanaan adalah: “planning is the selecting and relating of fact and the making and using of assumption regarding the future in the visualization and formulating of proposed activities believed necessary to achieve desired result”. Menurut Wilson, perencanaan merupakan salah satu proses lain, atau merubah suatu keadaan untuk mencapai maksud yang dituju oleh perencanaan atau oleh orang/badan yang di wakili oleh perencanaan itu. Perencanaan itu meliputi : Analisis, kebijakan dan rancangan. Ciri-ciri pokok dari perencanaan umum mencakup serangkaian tindakan berurutan yang ditunjukan pada pemecahan persoalan-persoalan pada masa datang dan semua perencanaan mencakup suatu proses yang berurutan yang dapat di wujudkan sebagai konsep dalam sejumlah tahapan.⁶

Definisi perencanaan dikemukakan oleh Erly Suandy (2001:2) sebagai berikut: Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan (mengartikulasikan) dengan jelas strategi-strategi (program), taktik-taktik (tata cara pelaksanaan program) dan operasi (tindakan) yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan

⁶ Taufiqurokhman, Konsep dan Kajian Ilmu Perencanaan, Fakultas ISIP Univesitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, Jakarta, 2008, hlm. 4.

secara menyeluruh. Definisi perencanaan tersebut menjelaskan bahwa perencanaan merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan secara menyeluruh.⁷

Syarat-syarat perencanaan yang baik:

1. Logis, masuk akal
2. Realistik, nyata
3. Sederhana
4. Sistematis dan ilmiah
5. Obyektif
6. Fleksibel
7. Manfaat
8. Optimasi dan efisiensi

Definis perencanaan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan menggunakan aspek yakni:

1. Penentuan tujuan yang akan dicapai
2. Memilih dan menentukan cara yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan atas dasar alternatif yang dipilih
3. Usaha-usaha atau langkah langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan atas dasar alternatif yang dipilih

Selain aspek tersebut, perencanaan juga mempunyai manfaat bagi organisasi dakwah sebagai berikut:

1. Dengan adanya perencanaan, maka pelaksanaan kegiatan dakwah dapat diusahakan berjalan dengan efektif dan efisien
2. Dapat mengatakan bahwa tujuan yang telah ditetapkan tersebut dapat dicapai dan dapat dilakukan koreksi atas penyimpangan-penyimpangan yang timbul seawal mungkin
3. Dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam berdakwah yang timbul dengan mengatasi hambatan dan ancaman yang ada
4. Dapat menghindari adanya kegiatan pertumbuhan dan perubahan yang tidak terarah dan terkontrol

⁷ Ibid. hlm. 4

Fungsi perencanaan:

1. Perencanaan sebagai Pengarah
2. Perencanaan sebagai Minimalisasi Ketidakpastian
3. Perencanaan sebagai Minimalisasi Pemborosan Sumber Daya
4. Perencanaan sebagai Penetapan Standar dalam Pengawasan Kualitas

Fungsi perencanaan pada dasarnya adalah suatu proses pengambilan keputusan sehubungan dengan hasil yang diinginkan, dengan penggunaan sumber daya dan pembentukan suatu sistem komunikasi yang memungkinkan pelaporan dan pengendalian hasil akhir serta perbandingan hasil-hasil tersebut dengan rencana yang di buat. Banyak kegunaan dari pembuatan perencanaan yakni terciptanya efisiensi dan efektivitas pelaksanaan kegiatan perusahaan atau sebuah organisasi, dapat melakukan koreksi atas penyimpangan sedini mungkin, mengidentifikasi hambatan-hambatan yang timbul menghindari kegiatan, pertumbuhan dan perubahan yang tidak terarah dan terkontrol.

2.1.2 Komunikasi Islam

1. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa inggris communication. Di antara arti komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.⁸ Komunikasi juga diartikan sebagai cara untuk mengomunikasikan ide dengan pihak lain, baik dengan berbincang-bincang, berpidato, menulis, maupun melakukan korespondensi.⁹

Dalam bahasa Arab, komunikasi sering menggunakan istilah *tawashul* dan *ittishal*. Dr. Halah al Jamal mengatakan bahwa komunikasi adalah upaya manusia untuk menampilkan hubungan yang terbaik dengan pencipta-Nya, dengan dirinya, dan dengan sesama manusia.¹⁰

Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan

⁸ Websters New Collegiate ictionary edisi tahun 1977

⁹ The New American Webster Dictionary, hlm 148, (New York: A signet Book)

¹⁰ Halah Abdul 'Al al-Jamal, Fann al-tawashul fi al-islam, Cet. 1, 2008, hlm. 11.

yang dimaksud dapat dipahami. Terjadinya hubungan dan kontak antara dua orang atau lebih juga dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sudah disebut Komunikasi.¹¹

2. Definisi Islam

Kata Islam dalam buku al-Ta'rifat karya al-Jurjani diartikan sebagai kerendahan dan ketunukan terhadap apa yang dikabarkan oleh Rasulullah SAW.¹² Makna Islam menurut al-Jurjani ini mengacu kepada makna bahasa. Abdul Karim Zaidan dalam Ushul al-Dakwah memaparkan banyak sekali definisi tentang Islam. Di antara definisi Islam menurut beliau:

1. Islam adalah bersyahadat bahwa tiada illah selain Allah dan Muhammad adalah Rasulullah, mendirikan shalat, menunaikan zakat, berpuasa Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji, sebagaimana yang terdapat dalam Haits Jibril.
2. Islam adalah kerendahan, penyerahan diri, dan ketundukan kepada Allah Robbul 'Alamin. Ketundukan ini disyaratkan harus dalam bentuk pilihan bukan karena terpaksa, yaitu ketundukan kepada Allah di segala bidang.
3. Islam adalah sistem umum dan peraturan lengkap tentang urusan kehidupan, serta panduan meniti kehidupan dan segala konsekuensi dari penerimaan atau penolakan terhadap ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW dari Allah SWT.
4. Islam adalah kumpulan seluruh nilai yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan kepada seluruh manusia, baik hukum akidah, akhlak, ibadah, muamalat, serta berita-berita yang disebutkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.
5. Islam adalah jawaban yang benar dan tepat untuk menjawab tiga pertanyaan prinsip yang selalu menyibukkan akal manusia dan selalu muncul dalam pikiran mereka sepanjang masa: 1. Dari mana kita berasal? Kita berasal dari Allah yang menciptakan manusia dari dua perpaduan utama yaitu jasad dan ruh, 2. Untuk apa kita hadir di muka bumi ini? Tujuan utama hidup manusia di muka bumi ini adalah untuk beribadah kepada Allah SWT, 3. Dan ke mana tempat kembali? Setelah kehidupan dunia ada kehidupan abadi di akhirat, dan manusia akan menempati salah satu dari dua tempat

¹¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, 2008).

¹² Ali bin Muhammad bin Ali al-Zain al-Syarif Al-Jurjani, Al-Ta'rifat, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1403-1983), hlm. 23.

yang disediakan untuk mereka, yaitu surga buat yang beriman dan beramal saleh selama di dunia, dan neraka untuk yang kufur dan melanggar aturan-aturan Allah.

6. Islam adalah ruh yang sebenarnya bagi manusia, cahata dalam meniti jalan, obat segala penyakit, dan jalan yang lurus yang akan memberikan keselamatan bagi pengikutnya.

3. Makna Komunikasi Islam

Komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun di atas prinsip-prinsip Islam yang memiliki ruh kedamaian, keramahan, dan keselamatan.

Komunikasi Islam juga Komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri, dengan Sang Pencipta, serta dengan sesama untuk menghadirkan kedamaian, keramahan, dan keselamatan buat diri dan lingkungan dengan cara tunduk dengan perintah Allah dan Rasul-Nya.

Tindakan apapun dalam komunikasi yang membuat hati seseorang menjadi rusak atau hati orang menjadi sakit atau luka bertentangan dengan ruh komunikasi dalam Islam.

4. Fungsi Komunikasi Islam

1. Informasi
2. Memberikan Keyakinan
3. Mengingatnkan
4. Memberikan Motivasi
5. Menjalin hubungan Sosial
6. Memberikan Bimbingan
7. Memberikan kepuasan spiritual
8. Menghibur

2.1.3 Perencanaan Komunikasi

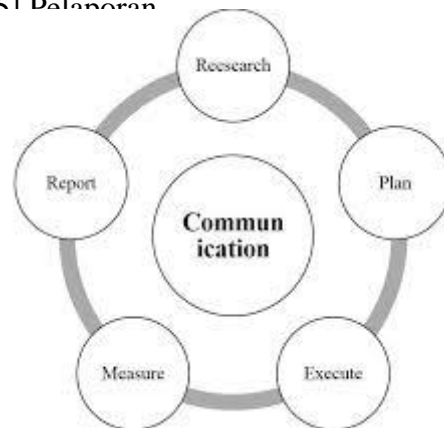
Perencanaan Komunikasi merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan komunikasi sosial, utamanya untuk memperkenalkan atau memasarkan produk. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen-elemen komunikasi dalam suatu organisasi, dapat ditemukan beberapa hal yang dapat merupakan masalah dalam perencanaan komunikasi. Menurut

Wahyudi (2010) sebuah perencanaan komunikasi harus cermat dan tepat dalam menentukan siapa berbicara apa pada siapa melalui apa.

Tahapan perencanaan komunikasi pada dasarnya terdiri dari: (1) tahap identifikasi masalah komunikasi, (2) tahap perumusan tujuan komunikasi, (3) tahap penetapan rencana strategik, (4) tahap penetapan rencana operasional, (5) tahap penyusunan rencana evaluasi, dan (6) tahap merencanakan rekomendasi. Tahapan-tahapan tersebut harus dilakukan satu persatu secara berurutan, tidak boleh meloncat-loncat.

Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah

Model perencanaan komunikasi lima langkah terdiri dari [1] Penelitian [2] Perencanaan [3] Pelaksanaan [4] Evaluasi [5] Pelaporan



a. Penelitian

Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui masalah yang dihadapi suatu lembaga atau instansi. Masalah bisa berupa wabah penyakit yang menyerang sekelompok masyarakat, penurunan penjualan, ketidakpercayaan instansi terhadap instansi lain dan lain sebagainya.

b. Perencanaan

Perencanaan adalah tindakan yang akan diambil setelah hasil penelitian diperoleh. Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi. Dengan demikian diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber, pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pembagian stiker kepada

target sasaran, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas di lokasi yang menjadi target sasaran.

d. Pengukuran

Pengukuran dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah daya exposure media yang digunakan telah mencapai target sasaran, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan

e. Pelaporan

Pelaporan adalah tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika dalam laporan hasil yang positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya.

2.1.4. Hakikat 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 lembaga¹³.

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.

¹³ *Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi* (Pengalaman Singapura), Eddie C.Y, dkk. PT. Pustaka. LP3ES. Jkt cet.1 1996

Hakikat perencanaan komunikasi dapat dilihat dalam konteks:

1. Perencanaan komunikasi sebagai proses, menggunakan dua isu pokok yakni:
 - a. Perencanaan itu sendiri sebagai penerapan teori
 - b. Perencanaan itu sendiri sebagai proses, dimana teori digunakan untuk mendapatkan alternative di dalam mengorganisir fungsi-fungsi perencanaan.
2. Perencanaan komunikasi sebagai sistem, yakni komunikasi harus dilihat sebagai bagian integral dari suatu perencanaan nasional yang kedudukannya sama dengan perencanaan sektor lain.
3. Perencanaan komunikasi sebagai alih teknologi dipandang sebagai sesuatu yang misterius. Webster meragukan perencanaan komunikasi dapat membuat royeksi penggunaan teknologi dimasa depan karena perubahan ICT (Information, communication dan technology) sangat cepat dan drastics. Sejauh mana program-program komunikasi dapat dilaksanakan dengan tetap memperhitungkan tingkat efisien dan benvitas yang menguntungkan.
4. perencanaan Komunikasi sebagai evaluasi untuk mendapatkan hasil yang efektif dari pelaksanaan program. Terutama untuk melakukan revisi atau perubahan jika dalam proses pelaksanaannya tidak sesuai dengan garis kerja yang telah ditetapkan.

2.2 Manajemen Organisasi Dakwah

2.2.1 Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Istilah Manajemen (*management*) telah diartikan oleh berbagai pihak dengan perspektif yang berbeda, misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi, dan sebagainya. Menurut Harsey dan Blanchard, manajemen adalah proses bekerja sama antara individu dan kelompok beserta sumber daya lainnya, dalam mencapai tujuan organisasi. Proses ini dimaknai sebagai

fungsi dan aktivitas yang dilaksanakan oleh pemimpin dan para anggotanya dalam bekerja sama agar tujuan organisasi dapat tercapai.¹⁴

Yang dimaksud manajemen disini adalah suatu usaha untuk mengembangkan dan memimpin suatu tim kerjasama atau kelompok orang dalam satu organisasi untuk menangani, mengembangkan, membawa, mengelola suatu lembaga baik pendidikan, pembinaan atau yang lainnya.

Manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit. Sebagaimana menurut para ahli, pentingnya sebuah manajemen diterapkan di dalam sebuah organisasi, karena pada dasarnya kemampuan manusia itu terbatas (fisik, pengetahuan, waktu, dan perhatian) sedangkan kebutuhannya tidak terbatas. Usaha untuk memenuhi kebutuhan dan terbatasnya kemampuan dalam melakukan pekerjaan mendorong manusia membagi pekerjaan, tugas dan tanggung jawab. Dengan adanya pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab ini maka pekerjaan yang berat dan sulit akan dapat diselesaikan dengan baik serta tujuan dapat tercapai.

2. Unsur-unsur Manajemen

Dalam perspektif yang luas, manajemen adalah suatu proses pengaturan, dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerjasama para anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam perspektif ini ada sejumlah unsur pokok yang membentuk kegiatan manajemen, yaitu: unsur manusia (men), bahan-bahan (materials), mesin (machines) metode (methods), uang (money) dan pasar (market). Keenam unsur ini memiliki fungsi masing-masing dan saling berinteraksi dalam mencapai tujuan organisasi terutama proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.¹⁵ Unsur-unsur tersebut sebagai berikut:

a. *Man* (Manusia)

¹⁴ Kenya Swawikanti, Mengenal Manajemen: Pengertian, Tujuan, Unsur, dan Fungsinya, <https://www.brainacademy.id/blog/pengertian-manajemen-unsur-dan-fungsinya>.

¹⁵ Ahmad Syarifuddin, (2005). Mendidik Anak Membaca, Menulis, dan Mencintai Al-Qur'an. Jakarta: Gema Insani, hlm. 42-43.

Manusia memegang peran krusial dalam menjalankan berbagai aktivitas, sebab mereka adalah pelaksana utama dari setiap rencana yang dibuat. Tanpa kehadiran manusia, seorang manajer tidak akan mampu mencapai target yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, manajer atau pemimpin bertugas untuk mencapai hasil atau tujuan dengan mengarahkan dan bekerja sama dengan orang lain.

b. *Money* (Uang)

Uang berperan sebagai alat manajemen yang harus dikelola dengan bijak untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif, tanpa perlu mengeluarkan biaya yang berlebihan. Pengelolaan uang yang efisien memastikan bahwa tujuan dapat tercapai tanpa memerlukan dana yang lebih besar daripada yang seharusnya.

c. *Material* (Bahan)

Material dalam manajemen merujuk pada sumber daya, baik berupa bahan fisik maupun data dan informasi, yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya ini digunakan untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen dan membantu pimpinan dalam proses pengambilan keputusan.

d. *Machines* (Mesin)

Mesin adalah alat yang digunakan untuk melaksanakan berbagai kegiatan manajemen dengan bantuan teknologi. Mesin ini mempermudah dan mempercepat proses kerja, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional dalam organisasi.

e. *Methods* (Metode)

Metode atau cara dapat diartikan sebagai alat manajemen yang penting, karena pencapaian tujuan memerlukan pendekatan yang efektif dan efisien. Metode-metode yang digunakan harus disesuaikan dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya, agar dapat mencapai sasaran dengan tepat.

f. *Market* (Pasar)

Pasar adalah salah satu sarana manajemen penting, terutama bagi perusahaan atau organisasi yang bertujuan mencari laba. Pasar berfungsi sebagai tempat untuk mendistribusikan barang-barang yang telah diproduksi, memungkinkan perusahaan menjual produk mereka dan memperoleh keuntungan.

3. Fungsi Manajemen

Menurut Henry Fayol, fungsi manajemen merupakan multiproses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi sumber daya manusia (SDM) dan dupikasi manajemen.

1. Perencanaan (*Planning*)

Sebuah fungsi manajemen yang meliputinya pendefisian sasaran, penetapannya strategi untuk dapat mencapainya sasaran, dan pengembangan rencana kerjanya untuk mengelola aktivitas-aktivitasnya.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Sebuah fungsi manajemen yang melibatkannya tindakan-tindakan penataan dan pengaturannya berbagai aktivitas kerja secara terstruktur demi mencapai sasarnya organisasi.

3. Kepemimpinan (*Leading*)

Sebuah fungsi manajemen yang melibatkannya interaksinya dengan orang-orang lain untuk mencapainya suatu sasaran organisasinya.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Sebuah fungsi manajemen yang melibatkannya tindakan-tindakan pengawasan, penilaian, dan koreksi terhadap kinerja seseorang dan hasil pekerjaannya.¹⁶

2.2.2 Organisasi

1. Pengertian Organisasi

Organisasi adalah wadah tempat penyelenggaraan kerja. Organisasi adalah suatu system struktur yang mengakomodasikan orang-orang yang mempunyai fungsi dan tugas masing-masing, dan dikoordinasikan untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relative dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relative terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama.

¹⁶ Anugrah Dwi, Unsur Manajemen Dalam Fungsi Manajemen, <https://feb.umsu.ac.id/unsur-manajemen-dalam-fungsi-manajemen>.

- a. Kesatuan sosial , berarti bahwa unit itu terdiri dari orang, atau kelompok orang yang berinteraksi satu sama lain.
- b. Dikoordinasi secara sadar, ini mengandung pengertian manajemen.
- c. Batasan yang dapat diidentifikasi, yaitu kurun waktu tertentu, agar kita dapat membedakan antara anggota dan bukan anggota.
- d. Suatu Tujuan, tujuan tersebut biasanya tidak dapat dicapai oleh individu-individu yang bekerja sendiri, melainkan tujuan tersebut dapat dicapai secara bersama atau kelompok orang.¹⁷

2. Misi dan Tujuan Organisasi¹⁸

- a. Misi, adalah suatu pernyataan umum dan abadi tentang maksud organisasi. Misi suatu organisasi adalah maksud khas dan mendasar yang membedakan organisasi dari organisasi-organisasi lain dan mengidentifikasi ruang lingkup operasi dalam al produk dan pasar.
- b. Tujuan Organisasi, adalah sebagai suatu pernyataan tentang keadaan yang diinginkan di mana organisasi bermaksud untuk merealisasikan dan sebagai pernyataan tentang keadaan di waktu yang akan datang , di mana organisasi merupakan pernyataan tentang keadaan atau situasi yang tidak terdapat sekarang, tetapi dimaksudkan untuk mencapai di waktu yang akan datang melalui kegiatan-kegiatan organisasi.

3. Tujuan Organisasi

Konsep tujuan organisasi mempunyai beberapa fungsi yang bervariasi menurut waktu dan keadaan, fungsi tersebut adalah:¹⁹

- a. Pedoman bagi kegiatan, yaitu sebagai pedoman bagi kegiatan, pengarahan dan penyaluran usaha-usaha dan kegiatan-kegiatan para anggota organisasi. Dalam hal ini, fungsi tujuan memberikan arah dan pemusatan kegiatan organisasi mengenai apa yang “harus” dan “harus tidak” dilakukan.

¹⁷ Ishak Husin, Teori Organisasi, Jurnal Gerbang STMIK Bani Saleh, Vol. 12 No. 2 2022, hlm. 56

¹⁸ Ibid, hlm. 57

¹⁹ Ibid, hlm. 57

- b. Sumber legitimasi, tujuan merupakan sumber legitimasi bagi suatu organisasi melalui pembenaran kegiatankegiatannya, disamping keberadaannya dikalangan kelompok.
- c. Standar pelaksanaan, bila tujuan dinyatakan secara jelas dan dapat dipahami, hal ini akan memberikan standar langsung bagi penilaian pelaksanaan kegiatan organisasi.
- d. Sumber motivasi, tujuan organisasi dapat berfungsi sebagai sumber motivasi dan identifikasi karyawan yang penting. Dalam kenyataannya tujuan organisasi sering memberikan insentif bagi para anggota.
- e. Dasar rasional pengorganisasian, dinyatakan secara sederhana, tujuan organisasi merupakan suatu dasar perancangan organisasi. Tujuan organisasi dan truktur organisasi berinteraksi dalam kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, pola penggunaan sumberdaya, dan implementasi berbagai unsure perancangan organisasi.

2.2.3 Dakwah

Dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan aktivitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT. Dan Rasulullah SWT. Adapun bentuk usaha tersebut hendaklah meliputi:²⁰

1. Mengajak manusia untuk beriman, bertaqwa serta menaati segala perintah Allah SWT dan Rasul.
2. Dengan melaksanakan amar makruf, nahi mungkar.
3. Memperbaiki dan membangun masyarakat yang islami.
4. Menegakkan serta menyiarkan ajaran Islam.
5. Proses penyelenggaraan merupakan suatu usaha untuk mencapai tujuan yakni kebahagiaan dan kesejahteraan hidup dunia dan akhirat.

1. Pengertian Dakwah

²⁰ Nurul Fajriani Mokodompit, Konsep Dakwah Islamiyah, Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 1 no. 2 2022, hlm. 113-114

Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu da'a-yad'uu-da'watan yang berarti menyeru, memanggil, mengajak orang untuk meyakini dan mematuhi ajaran-ajaran Allah. Dakwah didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang bertujuan mengajak manusia untuk bertakwa dan taat kepada Allah supaya mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Menurut Sayyid Quthub "dakwah adalah sebuah usaha mewujudkan sistem Islam dalam kehidupan nyata dari tataran yang paling kecil, seperti keluarga hingga yang paling besar, seperti negara atau ummah dengan tujuan mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat".²¹ Umat Islam diwajibkan berdakwah sebagai upaya untuk merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas dakwah tidak hanya terpaku pada perorangan saja, namun bisa dilakukan oleh kelompok maupun komunitas dan lain sebagainya. Pada saat ini untuk menghadapi masyarakat yang semakin kompleks, akan lebih efektif apabila aktivitas dakwah dilakukan secara bersama-sama dengan kesatuan yang teratur dan rapi.

Adapun definisi dakwah menurut beberapa tokoh sebagai berikut:

1. Asmuni Syukir
 - a. Dakwah merupakan suatu upaya yang dilakukan secara sadar dan terencana.
 - b. Upaya yang dilakukan adalah memperbaiki situasi dan kondisi menjadi lebih baik dengan cara mengajak umat manusia ke jalan Allah agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.²²
2. Menurut M. Natsir

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

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

²¹ Ropingi El Ishaq, Pengantar Ilmu Dakwah, hlm. 6.

²² Ibid, hlm. 11

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 di atas, 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 Allah SWT.

Dengan demikian dapat dirumuskan pengertian dakwah adalah semua aktifitas ummat 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.

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan elemen-elemen penting yang harus ada dalam setiap aktivitas dakwah. Adapun unsur-unsur dakwah.²³ yaitu :

a. Subjek dakwah

Subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan Dai adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarluaskan ajaran agama kepada masyarakat umum (publik). Subjek dakwah merupakan unsur yang paling penting dalam setiap pelaksanaan dakwah. Kepribadian dai juga memegang peranan penting dalam sukses atau tidaknya usaha dakwah. Dakwahnya akan berhasil apabila da'i mempunyai kepribadian yang menarik, begitu pula sebaliknya jika dai tidak memiliki kepribadian yang baik atau mempunyai daya tarik, maka usaha dakwahnya akan mengalami kegagalan.

b. Objek dakwah

²³ Nurwahidin Alimuddin, Konsep Dakwah Dalam Islam, Jurnal Hunafa, Vol. 4 Maret 2007, hlm. 76.

Objek dakwah atau yang biasa dikenal dengan mad'u adalah orang yang menerima pesan atau yang menjadi sasaran dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok. Dalam aktivitas dakwahnya, hendaklah seorang dai mengetahui dan memahami karakter orang yang mau diajak bicara atau yang akan menjadi penerima pesan dakwahnya, supaya mad'u bisa menerima dengan baik pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh dai.

c. Materi dakwah

Pesan yang disampaikan oleh subjek dakwah kepada objek dakwah yaitu yang disebut materi dakwah. Al quran dan Hadis merupakan sumber materi dakwah karena keduanya merupakan sumber utama ajaran Islam. Apabila tidak bersumber kepada keduanya, akan sia-sia aktivitas dakwahnya dan dilarang oleh syariat Islam.⁹ Keseluruhan ajaran Islam, yang ada di *Kitabullah* maupun Sunnah Rasul-Nya, harus mengandung tiga prinsip yaitu akidah, syariat dan akhlak.²⁴

d. Media dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah oleh dai kepada mad'u. Aktivitas dakwah bisa dikatakan efektif apabila menggunakan media dakwah yang tepat. Ada berbagai macam media yang bisa digunakan dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat.

e. Metode dakwah

Kata metode berasal dari bahasa Yunani, *methodos* yang berarti cara atau jalan. Dalam bahasa Inggris, *method* yang berarti cara.¹² Metode didefinisikan sebagai suatu cara yang ditentukan secara jelas demi mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana, tata pikir manusia.

f. Efek Dakwah

Setiap yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari pasti akan menimbulkan reaksi, tidak terkecuali dengan aktivitas dakwah. Artinya, apabila dakwah telah dilaksanakan oleh seorang dai dengan materi dakwah, wasilah dan thariqah tertentu, pasti akan menimbulkan respon dan efek pada diri mad'u.

²⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1983, hlm. 63

2.2.4 Manajemen Organisasi Dakwah

Prinsip-prinsip dasar yang harus ada pada setiap organisasi dan manajemen dakwah, antara lain sebagai berikut:²⁵

1. Prinsip Konsolidasi

Prinsip ini mengandung 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 memperli-hatkan 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 Ijtihad

Ijtihad merupakan aktivitas akademik dan intelektual yang ha-nya bisa dilakukan oleh para ulama dan cendikiawan muslim. Prinsip ini melahirkan ruh jihad dalam arti yang menyeluruh melalui pendayagunaan nalat, rasio, dan logika yang memadai dalam mencari interpretasi baru bagi isi kandungan al-Qur'an dan AsSunnah.

²⁵ Miftakhuddin, Manajemen Organisasi Dakwah Islam, *An-Nida' : Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. VIII No. 1, september 2019-Februari 2020, hlm. 9-11.

5. Prinsip Pendanaan dan Kaderisasi

Prinsip ini mengingatkan bahwa setiap organisasi dakwah berusaha mendapatkan dukungan dana yang realistis 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 dimaksudkan harus terdiri dari tenaga-tenaga yang beriman dan bertakwa, berilmu, berakhlak, dan bermental jihad.

6. Prinsip Komunikasi

Prinsip ini memberikan arah bahwa setiap organisasi dakwah, pengelolaannya harus komunikatif dan persuasif, karena dak-wah sifatnya mengajak bukan mengejek, dakwah itu harus sejuk dan mengikat. Meskipun esensi dakwah menyampaikan kebenaran dan kebenaran itu kadangkala keras dan pahit, namun da-lam penyampaiannya tetap di tuntut bijaksana dan dengan ba-hasa komunikasi menega, sehingga betapapun pahitnya, umat tidak antipati melanikan tetap dapat menerima dan memahami dengan akal yang sehat.

7. Perinsip Tabsyir dan Taisir

Kegiatan dakwah harus dilaksanakan dengan prinsip menggem-birakan dan mudah. Menggembirakan berarti ada nilai yang membawa hati menjadi senang dan tenang, membuka cakrawala dan wawasan yang mencairkan jalan keluar dari kesulitan. Dak-wah 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.

8. Prinsip Integral dan Komprehensif

Prinsip ini mengingatkan kepada kita bahwa pelaksanaan kegiat-an dakwah tidak hanya terpusat di masjid dan lembaga-lembaga keagamaan semata, akan tetapi harus terintegrasi dalam kehidu-pan umat dan menyentuh kebutuhan yang menyeluruh dari segenap strata sosial masyarakat, baik birokrat atau penguasa mau pun lapisan elite ekonomi dan masyarakat marginal.

9. Prinsip Penelitian dan Pengembangan

Kompleksitas permasalahan umat harus menjadi kajian dakwah yang mendalam, karena dakwah akan gagal bila saja sudut pan-dang hanya terpusat pada satu sisi saja, semetara komunitas ma-syarakat lainnya terabaikan. Atas dasar tersebut Rasulullah dalam berdakwah senantiasa berupaya mendatangi kantong-kantong masyarakat dari bErbagai bidang status dan rakyat jelata.

10. Prinsip sabar dan Istiqomah

Bersaing dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan tegnologi in-formasi, sering membuat dakwah menemui jalan buntu bahkan melelahkan. Kelelahan tanpa desadari dapat menghilangkan ke-sabaran dan merusak nilai-nilai istiqomah.

2.3 Perencanaan Komunikasi daam Manajemen Organisasi Dakwah

Dalam dunia yang semakin terhubung secara global, komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran ajaran agama. Perencanaan komunikasi menjadi esensial dalam konteks dakwah Islam. Perencanaan ini mencakup berbagai aspek mulai dari penentuan tujuan, strategi, hingga pelaksanaan dan evaluasi untuk memastikan pesan keislaman tersampaikan dengan baik dan efektif. Dalam konteks organisasi dakwah, manajemen yang baik diperlukan untuk memastikan setiap kegiatan dakwah dapat berjalan efisien dan efektif.

2.3.1 Perencanaan Komunikasi

Perencanaan adalah proses penentuan tujuan organisasi dan menyajikan strategi, taktik, dan operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam organisasi dakwah, perencanaan mencakup strategi komunikasi yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Menurut George R. Terry, perencanaan adalah pemilihan dan pengaitan fakta serta penggunaan asumsi mengenai masa depan dalam memvisualisasikan dan merumuskan aktivitas yang dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diinginkan.

2.3.2 Komunikasi Islam

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Pesan-pesan ini meliputi akidah, syariah, dan akhlak yang bertujuan mendakwahkan ajaran Islam dengan cara hikmah dan mauidzah

hasanah. Komunikasi Islam menekankan pada pesan yang disampaikan dan cara penyampaiannya, mencakup gaya bicara dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2.3.3 Perencanaan Komunikasi Islam

Perencanaan komunikasi Islam adalah proses strategis yang dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif. Ini melibatkan analisis situasi, penentuan tujuan dakwah, identifikasi audiens, pengembangan pesan yang relevan, dan pemilihan media komunikasi yang tepat. Proses ini juga mencakup evaluasi dan pengukuran efektivitas komunikasi untuk memastikan tujuan dakwah tercapai.

2.3.4 Manajemen Organisasi Dakwah

Manajemen adalah proses bekerja sama antara individu dan kelompok beserta sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks organisasi dakwah, manajemen mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Manajemen organisasi dakwah bertujuan untuk memastikan setiap kegiatan dakwah dapat dilakukan secara terkoordinasi dan terarah. Struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas sangat penting dalam manajemen dakwah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dalam menyampaikan pesan-pesan Islam.

2.3.5 Hubungan antara Perencanaan Komunikasi dan Manajemen Organisasi Dakwah

Perencanaan komunikasi dalam manajemen organisasi dakwah adalah kunci untuk memastikan pesan dakwah disampaikan dengan efektif. Proses ini mencakup beberapa tahapan penting:

1. Penelitian: Mengidentifikasi masalah komunikasi yang dihadapi organisasi dakwah.
2. Perencanaan: Menentukan strategi komunikasi yang melibatkan pemilihan sumber pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan.
3. Pelaksanaan: Implementasi rencana komunikasi melalui berbagai media seperti ceramah, tulisan, dan media digital.
4. Evaluasi: Mengukur hasil akhir dari kegiatan komunikasi untuk memastikan efektivitas pesan yang disampaikan.
5. Pelaporan: Melaporkan hasil evaluasi untuk bahan pertimbangan program dakwah selanjutnya.

Manajemen organisasi dakwah memastikan bahwa setiap aspek perencanaan komunikasi dilakukan dengan baik, mulai dari analisis situasi hingga evaluasi dan pelaporan. Dengan manajemen yang baik, pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan dan kondisi audiens.

BAB III

KESIMPULAN

Perencanaan komunikasi dalam manajemen organisasi dakwah merupakan proses yang sangat penting dan membutuhkan pendekatan yang terstruktur dan sistematis. Dalam konteks dakwah, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi tetapi juga untuk menginspirasi, memotivasi, dan membimbing umat menuju pemahaman dan praktik yang lebih baik dari ajaran Islam. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi yang matang dan pelaksanaan yang terorganisir sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif.

Perencanaan komunikasi yang baik membawa berbagai manfaat bagi organisasi dakwah. Dengan perencanaan yang matang, organisasi dapat menentukan tujuan dakwah yang jelas dan spesifik, serta strategi yang tepat untuk mencapainya. Melalui perencanaan, pesan-pesan dakwah dapat disusun dengan lebih efektif sehingga dapat dipahami dengan baik oleh audiens. Selain itu, perencanaan memungkinkan penggunaan sumber daya yang ada secara lebih efisien dan optimal. Dengan perencanaan yang baik, organisasi dakwah dapat lebih responsif terhadap perubahan lingkungan dan kebutuhan audiens. Perencanaan juga mencakup tahap evaluasi yang memungkinkan organisasi untuk mengukur keberhasilan kegiatan dakwah dan melakukan perbaikan di masa mendatang.

Namun, proses ini juga tidak lepas dari berbagai tantangan. Organisasi dakwah sering kali harus berhadapan dengan audiens yang sangat beragam, baik dari segi usia, latar belakang budaya, maupun pemahaman agama. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mengharuskan organisasi dakwah untuk terus beradaptasi agar pesan-pesan dakwah tetap relevan dan menarik. Selain itu, keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun sumber daya manusia, sering kali menjadi kendala dalam perencanaan dan pelaksanaan komunikasi dakwah. Beberapa topik dalam

dakwah dapat menjadi sangat sensitif dan menimbulkan kontroversi jika tidak disampaikan dengan hati-hati.

Manajemen yang baik adalah kunci untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian harus diterapkan dengan efektif dalam setiap tahap perencanaan komunikasi dakwah. Dengan manajemen yang tepat, organisasi dakwah dapat menentukan prioritas, memfokuskan usaha pada program-program dakwah yang paling penting dan memiliki dampak besar, serta memastikan semua bagian organisasi bekerja secara harmonis dan terkoordinasi dalam menjalankan misi dakwah. Pemantauan secara terus-menerus dan evaluasi terhadap kegiatan dakwah sangat penting untuk memastikan pencapaian tujuan.

Perencanaan komunikasi dalam manajemen organisasi dakwah bukanlah tugas yang mudah, namun sangat krusial. Melalui perencanaan yang baik dan manajemen yang efektif, organisasi dakwah dapat menyampaikan pesan-pesan Islam dengan lebih baik dan mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Dengan memahami dan mengatasi tantangan-tantangan yang ada, serta memanfaatkan manfaat dari perencanaan komunikasi yang matang, organisasi dakwah dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Peran komunikasi yang terstruktur dan manajemen yang profesional menjadi kunci utama dalam mewujudkan dakwah yang efektif dan berkesinambungan.

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.

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) Ali bin Muhammad bin Ali al-Zain al-Syarif Al-Jurjani, Al-Ta'rifat, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1403-1983)

Alimuddin, Nurwahidin, Konsep Dakwah Dalam Islam, Jurnal Hunafa, Vol. 4 Maret 2007.

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)

Dwi, Anugrah, Unsur Manajemen Dalam Fungsi Manajemen, <https://feb.umsu.ac.id/unsur-manajemen-dalam-fungsi-manajemen>.

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.

Fajriani Mokodompit, Nurul, Konsep Dakwah Islamiyah, Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 1 no. 2 2022

Ghulusy, Ahmad, ad-Da'watul Islamiyah, (Kairo: Darul Kijab.1987)

Hani T, Dr., MBA. dan Reksohadiprodjo Sukanto, Dr. M.Com., 1996.

Organisasi Perusahaan. Edisi kedua, Yogyakarta : BPFE

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.

Halah Abdul 'Al al-Jamal, Fann al-tawashul fi al-islam, Cet. 1, 2008.

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*, (Yogyakarta: 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 Ilahi, *Manajemen dakwah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012
- Mut'ah bin surtan alashimi, *beda salaf dengan salafi*, mandala71-73
- Miftakhuddin, *Manajemen Organisasi Dakwah Islam*, An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. VIII No. 1, september 2019-Februari 2020
- Natsir, M., *"Dakwah dan Tujuan" dalam serial media Dakwah*, Dewan Dakwah Islamiah Indonesia,
- 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, *Muhammadiyah 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 Islam*, Surabaya: Al-Ikhlās, 1983
- Taufiqurokhman, *Konsep dan Kajian Ilmu Perencanaan*, Fakultas ISIP Univesitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, Jakarta, 2008
- The New American Webster Dictionary, (New York: A signet Book)
- 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 Organisasian*, (Jakarta: Perhallinda, 1994) Majalah Sabili, No.17/ Maret 2006