

**METODOLOGI
PENELITIAN
KOMUNIKASI
ORGANISASI**

Turhamun, S.Sos.I.,M.S.I.

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI ORGANISASI

© Turhamun, S.Sos.I.,M.S.I.

Editor:

Dimas Indianto S.

Layout:

Pustaka Senja

Cover:

Farid

Diterbitkan Oleh:

PUSTAKA SENJA

pustakasenja@yahoo.com

Jl. Ori 1 No 9 c Papringan, Yogyakarta

Cetakan 1, 2022

ISBN 978-602-6730-93-0

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

All right reserved

METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI ORGANISASI

Turhamun, S.Sos.I.,M.S.I.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002

Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

Pasal 2:

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana:

Pasal 72:

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

PENGANTAR

Komunikasi organisasi merupakan strategi komunikasi sebuah organisasi dalam menyampaikan pesan kepada komunika. Banyak sekali ragam bentuk komunikasi organisasi, baik individu maupun kelompok bahkan khalayak ramai atau publik. Jantung organisasi ialah mereka para anggota organisasi, yang dalam pada ini sebagai komunikator (apapun bentuk jabatan mereka secara struktural), walaupun pada saat tertentu mereka bisa pada posisi sebaliknya yaitu komunikan. Tentunya semua itu terlepas dari jabatan struktural komunikator maupun komunikan.

Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Oleh karena itu maka melihat lebih jauh mengenai staretgi komunikasi sebuah organisasi merupakan sebuah keharusan, mana kala mengingingkan keberhasilan dalam mewujudkan tujuan organisasi. Di dalam merumuskan strategi organisasi, para anggota organisasi dituntut untuk mampu melakukan beberapa hal. Diantaranya adalah mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan seleksi penggunaan media. Hal ini menegaskan kembali bahwa keberhasilan komunikasi organisasi ditentukan oleh strategi komunikasi, yang mana ujung tombak dari strategi tersebut ialah seorang komunikator.

Penelitian mengenai komunikasi organisasi sangat jarang dilakukan. Padahal kedudukannya sangat penting, sebab jalannya roda organisasi dipengaruhi oleh komunikasi organisasi. Buku ini hadir mengisi kekosongan itu. Pembaca dapat memperoleh gambaran mengenai komunikasi organisasi, sekaligus mengetahui metodologi penelitian komunikasi organisasi yang saat ini masih sangat jarang keberadaannya.

Penulis telah melakukan penelitian komunikasi organisasi pada organisasi Hizbut Tahrir Indonesia atau yang dikenal dengan sebutan HTI di wilayah Banyumas. Penelitian ini menjadi catatan penting yang mampu menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh HTI dalam mewujudkan eksistensinya di Banyumas. Buku ini cukup lengkap menyajikan metodologi penelitian komunikasi organisasi. Semoga hadirnya buku ini menambah referensi dan literatur mengenai metodologi penelitian komunikasi organisasi. Serta dapat dijadikan referensi untuk mata kuliah berkaitan dengan ilmu komunikasi atau mengenai keorganisasian.

DAFTAR ISI

BAB I

**PENGANTAR MEMASUKI PENELITIAN
KOMUNIKASI ORGANISASI ~1**

BAB II

**KAJIAN TEORI DALAM PENELITIAN
KOMUNIKASI ORGANISASI ~ 23**

BAB III

OBJEK PENELITIAN KOMUNIKASI ORGANISASI ~59

BAB IV

**PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA
PENELITIAN KOMUNIKASI ORGANISASI ~79**

BAB V

**KESIMPULAN DALAM PENELITIAN
KOMUNIKASI ORGANISASI ~ 169**

DAFTAR PUSTAKA ~172

BIOGRAFI PENULIS ~ 178

BAB I
PENGANTAR MEMASUKI PENELITIAN
KOMUNIKASI ORGANISASI

Komunikasi adalah sebuah proses bagi manusia dalam berbagi informasi, ide, dan perasaan (Hybels, 2007: 8). Karenanya komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia, dengan komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat kerja dan di manapun manusia berada (Muhammad, 2000: 1). Maka dapat dikatakan bahwa tidak ada satupun manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Person (2003: 4) bahwa komunikasi merupakan inti dari kehidupan manusia. Komunikasi yang efektif dapat membantu manusia dalam menyelesaikan berbagai persoalan.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri, baik secara individu maupun berkelompok, dan tentunya bagi sebuah organisasi. Sebagaimana diungkapkan oleh M. Nicotera dalam *Building Theories of Organization The Conctitutive Role Of Communication* (2009:1) bahwa komunikasi merupakan inti dari sebuah organisasi. Artinya tanpa komunikasi sebuah organisasi tidak akan bisa berkembang dan mencapai tujuan. Hal ini dikarenakan dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil. Begitu juga sebaliknya kurangnya atau tidak

adanya komunikasi organisasi dapat mengakibatkan kegagalan organisasi.

Menurut Kohler sebagaimana dikutip Muhammad (2000: 1) menerangkan bahwa komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pemimpin organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.

Di dalam organisasi semua kegiatan organisasi diawali dengan adanya lalu lintas komunikasi. Proses penetapan tujuan, memberikan tugas dan laporan, dilakukan menggunakan komunikasi. Komunikasi bertindak dan berfungsi mengendalikan perilaku anggota organisasi dalam berbagai cara. Paling sedikit komunikasi melakukan empat fungsi utama dalam organisasi, yaitu fungsi kendali, informasi, motivasi, dan penyampaian perasaan emosional. Fungsi komunikasi secara internal ini akan berujung pada diri para anggota organisasi itu sendiri, berupa kemunculan kesadaran diri terhadap organisasinya, antara lain pemahaman terhadap kinerja organisasi, struktur organisasi, dan reputasinya.

Dari uraian di atas menunjukkan betapa pentingnya peranan komunikasi dalam suatu organisasi, yang dikenal dengan istilah komunikasi organisasi. Menurut Goldhaber sebagaimana dikutip oleh Muhammad (2000: 67) menerangkan bahwa komunikasi organisasi memiliki pengertian sebagai berikut: "organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of

interdependent relationship to cope with environmental uncertainty”.

Dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Adapun komunikasi organisasi yang peneliti maksud, ialah strategi komunikasi sebuah organisasi dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, yang mana beragam macamnya. Baik individu maupun kelompok bahkan khalayak ramai atau publik. Hal ini berdasar pada pemahaman peneliti bahwa jantung organisasi ialah mereka para anggota organisasi, yang dalam hal ini peneliti katakan sebagai komunikator (apapun bentuk jabatan mereka secara struktural), walaupun pada saat tertentu mereka bisa pada posisi sebaliknya yaitu komunikan. Tentunya semua itu terlepas dari jabatan struktural komunikator maupun komunikan.

Demikian pula yang diungkapkan oleh Effendi dalam *Dinamika Komunikasi* (1986: 35) bahwa berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Oleh karena itu maka melihat lebih jauh mengenai strategi komunikasi sebuah organisasi merupakan sebuah keharusan, mana kala mengingkingkan keberhasilan dalam mewujudkan tujuan organisasi.

Di dalam merumuskan strategi organisasi, para anggota organisasi dituntut untuk mampu melakukan beberapa hal. Diantaranya adalah mengenal khalayak, menyusun pesan,

menetapkan metode, dan seleksi penggunaan media (Fajar, 2009: 183-203). Hal ini menegaskan kembali bahwa keberhasilan komunikasi organisasi ditentukan oleh strategi komunikasi, yang mana ujung tombak dari strategi tersebut ialah seorang komunikator.

Komunikasi organisasi adalah hal penting yang masih belum banyak dikaji oleh para peneliti. Buku menjadi satu rujukan aplikatif metodologi penelitian organisasi. Penelitian dalam buku ini berkaitan dengan komunikasi Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) yang ada di Banyumas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif, yang mana peneliti terjun langsung kelapangan mempelajari suatu proses atau penemuan yang terjadi secara alami, mencatat, menganalisa, menafsirkan, dan melaporkan serta menarik kesimpulan dari proses-proses tersebut. Oleh karena itu penelitian ini bersifat suatu paparan pada variabel-variabel yang diteliti (Umar, 2010: 7). Tujuan penelitian deskriptif adalah menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia (Sukmadinata, 2012: 72).

Metode Penelitian ini adalah studi kasus, menghendaki suatu kajian yang rinci, mendalam, menyeluruh atas obyek tertentu, termasuk lingkungannya. Peneliti dalam hal ini dapat berusaha bersama-sama dengan pengambil keputusan manajemen atau pimpinan organisasi guna menemukan hubungan faktor-faktor yang dominan dengan permasalahan penelitiannya (Umar, 2002: 41).

Oleh karena itu peneliti harus mempelajari secara intensif mengenai unit-unit sosial tertentu, yang meliputi individu, kelompok, atau lembaga masyarakat. Adapun selanjutnya peneliti berusaha untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai komunikasi organisasi Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Banyumas dalam usahanya untuk mewujudkan *kilafah Islamiyah*.

Data dalam sumber penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data yang bersumber dari manusia dan data yang bersumber dari non manusia (Tanzeh, 2011: 58). Pertama, Sumber Data Primer. Sumber data dalam penelitian ini adalah para pendiri, dan pengurus Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Banyumas, diantaranya ialah Abdurrouf dan Sulaiman. Data primer penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai. Adapun bentuk dari data ini adalah catatan tertulis hasil pengamatan atau wawancara, rekaman video/audio tapes, pengambilan foto dan lain sebagainya yang dilakukan langsung oleh peneliti. Kedua, Sumber Data Sekunder. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh bukan dari sumber pertama atau sumber yang memiliki data dan ia sendiri memperoleh data tersebut dari pihak atau orang lain, baik dalam bentuk tulisan, salinan, turunan ataupun sumber data yang dimiliki oleh bukan orang pertama. Adapun bentuk data dari data primer dapat berupa buku, jurnal dan makalah atau penelitian terdahulu.

Metode Pengumpulan Data dilakukan melalui beberapa cara, yakni, pertama, Interview. Interview peneliti lakukan dengan ketua HTI Banyumas saudara Abdurrouf dan anggota

HTI Banyumas Sulaiman untuk mengetahui lebih jauh mengenai komunikasi organisasi dan strategi komunikasi HTI Banyumas yang diterapkan sebagai upaya mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Beberapa pokok pertanyaan diantaranya adalah mengenai, bagaimana sejarah HTI Banyumas?, bagaimana gambaran proses komunikasi organisasi HTI Banyumas?, bagaimana rumusan strategi komunikasi HTI Banyumas dalam upaya mewujudkan *khilafah Islamiyah*?, bagaimana cara HTI Banyumas dalam mengenali dan menentukan komunikan atau khalayak yang menjadi target?, bagaimana HTI Banyumas dalam menyusun pesan atau menentukan tema dan materi?, bagaimana HTI Banyumas dalam menyampaikan pesan?, siapakah komunikator HTI Banyumas?, pertimbangan apa saja yang menentukan HTI Banyumas dalam menggunakan media komunikasi?.

Dalam melakukan interview peneliti mengalami sedikit kesulitan dikarenakan Abdurrouf selaku ketua HTI Banyumas menjelaskan kepada peneliti bahwa informasi untuk penelitian atau yang bersifat keluar hanya melalui satu pintu yaitu dirinya. Beberapa kali peneliti mencoba melakukan interview dengan anggota HTI Banyumas juga ditolak. Diantaranya ialah Khotam Wahid dan Agus Siswanto, mereka justru meminta peneliti untuk interview dengan ketuanya supaya informasinya tidak bersebrangan. Menurut mereka interview hanya bisa dilakukan terhadap ketua.

Oleh karena itu beberapa data peneliti dapatkan melalui obrolan ringan bukan dalam bentuk interview formal. Seperti halnya setelah peneliti melakukan interview dengan Abdurrouf,

peneliti melakukan kroscek informasi hasil interview kepada beberapa anggota HTI lain atau peserta kegiatan HTI. Diantaranya ialah Sulaiman, Heri dan Heru.

Kedua, observasi. Observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap objek penelitian yaitu HTI Banyumas dalam upaya mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Hal ini dimaksudkan untuk melakukan pengamatan yang mendalam agar memperoleh informasi tambahan yang tidak hanya bersumber dari manusia secara langsung melainkan dari fenomena-fenomena yang ada. Oleh karena itu peneliti menyempatkan diri untuk mengikuti beberapa kegiatan HTI Banyumas yaitu; Ligo Syawal, Indonesian Congres Moslem Student, Workshop Bisnis Islami, dan Rapat dan Pawai Akbar.

Ketiga, Dokumentasi. Dokumentasi peneliti gunakan untuk mencari data mengenai karya-karya yang diterbitkan oleh HTI khususnya mengenai strategi HTI dalam upaya mewujudkan *khilafah Islamiyah* serta buku-buku yang memuat wacana *khilafah Islamiyah* dan karya-karya lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Buku-buku tersebut diantaranya ialah *Mafahim Hizbut Tahrir*, Sistem Pergaulan Dalam Islam, Kepribadian Dalam Islam jilid satu dan dua terjemah dari buku *Asy Syakhyyah al Islamiyah*, Sistem Keuangan Negara *Khilafah*, Manifesto Hizbut Tahrir Indonesia; Indonesia, *Khilafah* dan Penyatuan Kembali Dunia Islam.

Dokumentasi juga peneliti gunakan untuk mendapatkan informasi mengenai HTI Banyumas melalui media sosial dalam bentuk facebook HTI Banyumas dengan akun BanyumasMilikAllah. Dokumentasi juga peneliti dapatkan

melalui ikut serta dalam kegiatan HTI sebagaimana peneliti sebutkan di atas. Dokumentasi itu berupa materi yang disampaikan oleh narasumber kegiatan dan berupa foto-foto kegiatan.

Setelah masalah penelitian dirumuskan, data-data dapat dikumpulkan dan diklasifikasikan. Kemudian langkah-langkah selanjutnya adalah menganalisa dan menginterpretasikan data. Setelah itu disederhanakan dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singaribun, 1989: 263).

Adapun teknik analisis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu mengolah data dengan melaporkan apa yang telah diperoleh selama penelitian dengan cermat dan teliti serta memberikan interpretasi terhadap data itu ke dalam suatu kebulatan yang utuh dengan menggunakan kata-kata yang dapat menggambarkan objek penelitian yang dilaksanakan, dengan maksud untuk membandingkan data yang bersifat teoritis data-data praktis yang diperoleh di lapangan.

Dalam penelitian ini metode analisis deskriptif kualitatif yang peneliti gunakan adalah model Miles dan Huberman. Aktifitas dalam penelitian ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Langkah dalam melakukan analisis data yaitu dengan mereduksi data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono, 2006: 276-284).

Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dengan demikian data

yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2005: 92). Setelah reduksi data selesai maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk teks yang bersifat naratif atau bisa juga dibantu dengan grafik ataupun matrix. Pada tahap yang terakhir yaitu verifikasi atau penarikan kesimpulan dari data-data yang telah diolah sebagai pembuktian atau jawaban untuk permasalahan yang ada dalam penelitian (Sugiyono, 2005: 95-99).

Komunikasi organisasi yang dijadikan objek dalam buku ini adalah komunikasi organisasi yang dilakukan oleh organisasi Hizbut Tahrir Indonesia atau yang dikenal dengan sebutan HTI di dalam mengupayakan berdirinya *khilafah Islamiyah*. Satu diantara hal yang diperhitungkan oleh HTI untuk menjadikan Indonesia sebagai negara Islam adalah pertimbangan dari sisi khalayak (penduduk). Diketahui bahwa sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam.

Hal tersebut menurut Muhammad Usman selaku pengurus Dewan Pimpinan Pusat (DPP) HTI pada saat mengisi acara *Liqa Syawal* dengan tema “Indonesia Milik Allah, Peran Ulama dalam Perjuangan Menegakkan Khilafah”. Menjelaskan bahwa kenyataan sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam merupakan suatu pertimbangan khusus mengapa HTI berjuang dengan sekuat tenaga untuk menjadikan Indonesia sebagai negara *khilafah Islamiyah*.

HTI beserta organisasi keagamaan lain muncul pada era pasca reformasi. Walaupun kehadiran mereka sudah ada sejak

sebelum reformasi bergulir. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Afdal (2005: 109) bahwa kebangkitan Islam di Indonesia secara umum dipahami sebagai hadirnya gejala-gejala keagamaan yang muncul secara dominan sejak tahun 1980an. Hal ini ditandai oleh menguatnya kecenderungan orang-orang Islam untuk kembali kepada agama mereka dengan mempraktikkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Era reformasi memberi ruang keterbukaan dan kebebasan tersendiri bagi masyarakat Indonesia membuat gerakan Islam yang cukup radikal. Gerakan ini disebut radikal, karena pengikutnya terkadang melakukan aksi-aksi yang menurut ukuran umum tergolong sangat kasar, misalnya menghancurkan segala hal yang dianggap tidak sesuai dengan norma dan ajaran agama mereka (Afdal, 2005: 1).

Gerakan keagamaan tersebut dikenal juga dengan istilah gerakan Islam kontemporer. Adapun gerakannya menurut Afdal (2005: 111) secara umum ditandai oleh beberapa upaya:

1. Menemukan beberapa bentuk pemahaman terhadap ajaran-ajaran Islam yang perlu untuk dirumuskan dan disodorkan sebagai alternatif terhadap sistem yang berlaku sekarang.
2. Menerapkan ajaran Islam secara praktis tidak hanya sebagai konsep-konsep yang abstrak.
3. Meningkatkan keberagaman masyarakat.
4. Melakukan purifikasi keagamaan.

Dari empat hal tersebut menurut Afdal (2005: 12) beberapa organisasi atau kelompok keagamaan yang masuk dalam kategori tersebut adalah, Majelis Mujahidin Indonesia, Jamaah

Salafi, Front Pemuda Islam Surakarta, Hizbut Tahrir Indonesia dan lain sebagainya.

Upaya-upaya untuk menerapkan syariat dan purifikasi telah dilakukan oleh organisasi-organisasi tersebut di atas. Akan tetapi yang paling gigih menurut hemat peneliti adalah HTI. Walaupun di kategorikan sebagai gerakan radikal, namun HTI melakukannya dengan cara-cara yang santun yaitu secara dialogis. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Afdal (2005:126) bahwa HTI dalam mewujudkan cita-citanya menggunakan cara-cara yang cukup elegan, misalnya melalui kegiatan ceramah umum atau diskusi-diskusi yang melibatkan banyak orang dari berbagai kalangan.

Oleh karena itulah hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk mengkaji lebih jauh tentang HTI dari sisi strategi komunikasi organisasinya. Selain itu, dibandingkan dengan organisasi semacamnya, HTI terlihat lebih eksis dan mampu berinteraksi secara baik dengan masyarakat Indonesia.

Hal ini terbukti dengan kuatnya beberapa penolakan terhadap HTI, namun sampai saat ini HTI justru semakin berkembang dengan menjalankan setiap aktifitasnya guna mencapai tujuan yang diinginkan. Satu diantara kegiatan yang cukup mencengangkan ialah Rapat dan Pawai Akbar, yang akan dilaksanakan di Gelora Bung Karno dan Bundaran Hotel Indonesia Jakarta, 30 Mei 2015. Di Jawa Tengah kegiatan ini sudah berlangsung di alun-alun Simpang Lima Semarang pada 26 April 2015.

Terlebih lagi jika dilihat dari kelahirannya HTI yang muncul pasca era reformasi hingga saat ini sudah berkembang

dan muncul di 33 kota besar seluruh Indonesia. Informasi ini peneliti dapatkan dari broadcast salah seorang anggota HTI Banyumas saudara Sulaiman. Ini juga dikuatkan dengan agenda HTI tentang Rapat dan Pawai Akbar yang dilakukan di beberapa kota besar diantaranya; Jayapura, 09 Mei 2015 di Taman IMBI, Batam, 10 Mei 2015 di Lapangan Engku Putri, Baubau, 10 Mei 2015 di Stadion Betombari, Lampung, 10 Mei 2015 di Stadion PKOR Way Halim, Bengkulu, 10 Mei 2015 di Halaman Stadion Semarak Sawah Lebar, Mamuju, 10 Mei 2015 di Lapangan Merdeka, Mataram, 10 Mei 2015 di Lapangan Umum Sengkareng, Medan, 10 Mei 2015 di Stadion Teladan, Bandung, 14 Mei 2015 Lapangan Gasibu, Manado, 04 Mei 2015 di Masjid Raya Ahmad Yani, Semarang, 09 Mei 2015 di alun-alun Simpang Lima dan lain sebagainya.

Hal tersebut menunjukkan betapa pesatnya perkembangan mereka, demikian itu tidak mungkin bisa terjadi jika HTI tidak didukung dengan komunikasi organisasi serta strategi komunikasi yang cermat. Selain itu daya tarik lainnya ialah apa yang diungkapkan Jurdi (2008: 383) bahwa HTI merupakan organisasi yang paling semangat memperjuangkan terwujudnya *khilafah Islamiyah* di Indonesia bahkan di seluruh belahan dunia. Oleh karenanya hal ini semakin memperjelas bahwa HTI sangat terorganisir, tentunya hal tersebut tidak bisa lepas dari peranan strategi komunikasi organisasi.

HTI merupakan organisasi yang gerakannya senantiasa melakukan perjuangan untuk membangkitkan umat di seluruh dunia dalam rangka mengembalikan kehidupan Islam melalui tegaknya kembali *khilafah Islamiyah*. HTI dalam skala

internasional dipelopori oleh seorang ulama alumni Al-Azhar yaitu Syeikh Taqiyuddin An-Nabhani. Selain itu beliau pernah menjadi hakim di Mahkamah Syariah di Palestina.

Anggota HTI dalam pergerakannya berpegang teguh pada ajaran pendirinya An-Nabhani, sehingga sebagaimana dijelaskan oleh An-Nabhani dalam bukunya *Mafahim Hizbut Tahrir* (2001: 70) bahwa konsep dakwah hendaknya dipahami dari dua sisi, yaitu dakwah sebagai suatu proses mengajak masuk Islam dan dakwah sebagai suatu proses melanjutkan Islam. Hal ini dimaksudkan guna mengetahui tujuan yang hendak dicapai oleh dakwah. Oleh karenanya An-Nabhani menegaskan bahwa dakwah mengajak masuk Islam ditujukan kepada non muslim. Mereka diseru untuk masuk dan memeluk Islam. Metode praktis kepada mereka dilakukan dengan menegakkan hukum-hukum Islam ditengah-tengah mereka oleh Daulah Islam. Mereka diseru dengan menjelaskan akidah serta hukum-hukum Islam, sampai mereka dapat mengetahui keagungan Islam.

Oleh sebab itulah An-Nabhani (2010: 112) berkeyakinan bahwa dakwah menyeru kepada Islam harus dilakukan oleh *Daulah Islam*. Adapun dakwah untuk melanjutkan kehidupan Islam ditujukan kepada masyarakat yang individu-individunya mayoritas muslim, tetapi tidak menerapkan hukum selain Islam. Menurut An-Nabhani masyarakat yang demikian itu disebut sebagai *Darul Kufur*.

Dakwah ditengah-tengah masyarakat seperti ini dilakukan dalam rangka mendirikan *Daulah Islam* yang akan menerapkan Islam ditengah-tengah masyarakat tersebut, serta

mengemban dakwah kepada masyarakat lainnya (non muslim). Langkah ini dilakukan apabila tidak ada *Daulah Islam*. Apabila di dunia ada *Daulah Islam* yang menerapkan Islam secara sempurna, maka dakwah dilakukan untuk menggabungkan berbagai wilayah menyadi wilayah *Daulah Islam*, sehingga terbentuklah *Darul Islam* (An-Nabhani, 2010:113). Demikian itu dijaga dan diperjuangkan secara serius dan terus menerus oleh para anggota HTI.

Pernyataan tersebut juga ditegaskan oleh Jurdi (2008: 384) bahwa sejak awal berdirinya HTI memiliki cita-cita besar yaitu melangsungkan kehidupan Islam dan mengembangkan dakwah Islam ke seluruh penjuru dunia. Untuk mewujudkan hal tersebut HTI berpendirian harus dilakukan melalui pembentukan negara Islam dengan sebutan *khilafah Islamiyah*. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Qadeem Zalum dalam *How the Khilafah was Destroyed* (2000: 202) bahwa untuk mengembalikan kejayaan Islam adalah melalui metode pendirian *khilafah*.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa HTI memiliki tujuan pokok membentuk negara Islam, sebagai langkah utama untuk melakukan gerakan dakwahnya. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Afdal (2005: 268) bahwa HTI mengklaim kekhalifahan memiliki dimensi-dimensi positif yang tidak dimiliki oleh bentuk negara dengan batas-batas seperti sekarang ini. Hal itu dikarenakan dalam bentuk kekhalifahan, negara-negara lain merupakan bagian dari negaranya. Sementara itu, dalam bentuk negara modern sekarang ini satu

negara mendominasi negara lain berdasarkan kepentingan-kepentingan nasionalnya.

Oleh karena itu menurut hemat peneliti HTI dapat dikatakan sebagai gerakan umat Islam modern yang berusaha untuk mewujudkan kembali *khilafah Islamiyah* sebagaimana terjadi pada awal-awal Islam setelah Nabi Wafat. Oleh karena itu menjadi suatu semangat tersendiri bagi HTI, mana kala banyak kelompok-kelompok umat Islam lain yang menyerukan formalisasi syariat Islam.

Sebagai contoh, yang sedang menjadi perbincangan baru-baru ini ialah *ISIS (Islamic State of Iraq and Syiria)*. Akan tetapi walaupun memiliki tujuan yang sama *ISIS* dan HTI berbeda cara dalam mewujudkannya. *ISIS* cenderung menggunakan tindakan kekerasan, seperti pengeboman dan pembantaian. Indonesiapun tak luput dari ancaman *ISIS*, sebagaimana diberitakan oleh koran Sindo Kamis 21 Agustus 2014, bahwa *ISIS* mengancam akan meledakan Candi Borobudur. Hal ini sebagaimana dikutip Koran Sindo dari laman *Facebook* Hartono Ahmad Jaiz "We Are All Islamic State", di laman tersebut Hartono Ahmad Jaiz menulis "Candi Borobudur bakal dihancurkan oleh *ISIS* karena Borobudur merupakan situs menyesatkan umat dan banyak manusia yang menyembah patung-patung di candi itu".

Berbeda dengan HTI yang beranggapan bahwa untuk mewujudkan negara Islam tidaklah serta merta dengan mengambil alih kekuasaan, kemudian semuanya dianggap selesai begitu kekuasaan di tangan. Pasalnya menurut HTI hal yang paling mendasar dalam bernegara adalah penerimaan

umat terhadap kumpulan pemahaman, standarisasi dan keyakinan yang akan diterapkan kepada mereka. Jika tidak, maka negara itu adanya seperti tidak ada, keberadaannya tidak bisa mewujudkan tujuan bernegara (Al Islam, edisi 718 tanggal 22 Agustus 2014 M).

HTI sebagai sebuah organisasi ideologi Islam yang memiliki tujuan sebagaimana tersebut di atas, pastinya membutuhkan komunikasi organisasi dalam mewujudkan tujuan, terutama dalam hal mengkoordinasikan setiap tugas satuan kerja anggota dan dalam hal dakwah atau menyampaikan ide kepada khalayak umum. Hal ini dikarenakan dengan strategi komunikasi mereka bisa dengan lebih mudah untuk menentukan langkah dan taktik apa yang harus dilakukan supaya maksud dan tujuannya bisa tercapai dengan tepat. Adapun menurut S. Schiefelbein dalam *Communication and Media Strategi in The Jihadi War of Ideas* (2006: 5) menjelaskan bahwa titik pertama dalam melaksanakan jihad atau dakwah adalah harus menggunakan tindakan komunikasi dan penggunaan media yang tepat.

Hal ini juga dijelaskan Mubarak dalam *Psikologi Dakwah* (2014: 46) bahwa dakwah merupakan kegiatan komunikasi, yaitu seseorang atau sekelompok *da'i* mengkomunikasikan pesan kepada *mad'u*, perorangan maupun kelompok. Komunikasi bisa saja hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi bisa juga sebagai hiburan dan bahkan bisa menjadi pengendali tingkah laku. Sesuai dengan salah satu fungsi komunikasi menurut Parek (1996: 98) adalah pengendalian. Maksudnya ialah sistem informasi manajemen

dikenal sebagai suatu mekanisme pengendalian. Dalam hal ini menjamin pelaksanaan rencana-rencana sesuai dengan maksud yang diinginkan.

Demikian juga dakwah, sekurang-kurangnya ia menyampaikan informasi, dalam keadaan tertentu menghibur atau mengingatkan dan idealnya mendorong *mad'u* pada tindakan atau mempengaruhi tingkah lakunya. Oleh karenanya secara teknis dakwah adalah komunikasi antara da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan), dan semua orang yang terlibat dalam kegiatan dakwah adalah juga komunikan.

Semua hukum yang berlaku dalam sistem komunikasi berlaku juga pada dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah pula dan bagaimana cara mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah, sama pula apa yang harus dikerjakan terhadap manusia komunikan. Mubarak (2014: 46) menegaskan bahwa cara kerja psikologi dakwah adalah sama dengan cara kerja psikologi komunikasi, karena manusia yang menjadi pelaku dakwah dan pelaku komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang berpikir, berperasaan dan berkeinginan.

Strategi HTI guna mewujudkan *khilafah Islamiyah* dilakukan melalui tiga tahap yaitu: *Pertama*, tahapan *tsakif* (pembinaan dan pengkaderan), yang dilaksanakan untuk membentuk kader-kader yang mempercayai pemikiran dan metode Hizbut Tahrir, dalam rangka pembentukan kerangka tubuh partai. *Kedua*, tahapan *ta'aful* (berinteraksi), yang dilaksanakan agar umat turut memikul kewajiban dakwah Islam, hingga umat menjadikan Islam sebagai permasalahan

utamanya, agar umat berjuang untuk mewujudkannya dalam realitas kehidupan. *Ketiga*, tahapan *istilaam al hukmi* (pengambil alihan kekuasaan), yang dilaksanakan untuk menerapkan Islam secara menyeluruh dan mengemban risalah Islam ke seluruh dunia (Hilmy, :2009: 348). Melihat fakta tersebut dapat peneliti katakan bahwa HTI sangatlah matang dalam merumuskan tahapan strategi komunikasi serta target dari setiap capaiannya.

Menyampaikan suatu ide atau gagasan, nampaknya sederhana, karena tiap hari dilakukan oleh setiap orang dalam berkomunikasi. Namun, pada suatu organisasi sering terjadi hambatan. Hal ini dikarenakan setiap langkah organisasi ditentukan bukan oleh individu melainkan kesepakatan bersama. Akan tetapi HTI sebagai organisasi politik keagamaan tak putus asa untuk melewati hambatan tersebut dan mampu mempengaruhi banyak pemahaman publik tentang gagasan *khilafah Islamiyah* yang didengungkannya, walaupun senyatanya hingga saat ini menurut hemat peneliti HTI masih jauh dari kata berhasil. Hal ini bisa jadi karena belum ada rujukan secara pasti dalam bentuk negara tentang *khilafah Islamiyah*.

Jika dilihat pada wilayah keIndonesiaan HTI cukup masif dan berkembang secara keanggotaan, bahkan mereka mampu hidup dan bertahan serta terus berkembang di negara yang berlandaskan pada sistem demokrasi dan berasaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Perkembangan pesat HTI bisa dilihat dari kuantitas anggotanya dan intensitas kegiatan di ruang publik, yaitu dalam bentuk pawai, seminar (baik yang

bersekala, internasional, nasional dan lokal), dialog dan diskusi publik, serta proliferasi media di berbagai daerah dan tanah air. Bahkan cabang HTI telah tersebar di hampir seluruh provinsi di Indonesia termasuk di Papua. Selain itu di dunia maya dalam hal ini internet dengan berbagai layanannya, HTI sangat aktif menunjukkan keberadaannya serta pro aktif dalam merespon isu-isu nasional dan internasional. Sebagai contoh isu tentang pencabutan subsidi Bahan Bakar Minyak dan dukungan atas Palestina.

Secara akademik yaitu kaitannya dengan dakwah, yang mana dakwah menurut Quraish Shihab sebagaimana dikutip oleh Munir (2006: 20) merupakan seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Oleh karena itu terbentuknya gerakan dakwah yang masif merupakan sebuah keniscayaan yang harus dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok.

Hal tersebut pula yang dilakukan oleh HTI, bahkan menurut Rizal dalam penelitiannya yang berjudul *Jaringan Hizbut Tahrir Indonesia di Kota Makasar Sulawesi Selatan* (2011: 22-24) HTI mampu memanfaatkan setiap momentum serta berbagai macam media untuk menyuarakan gagasannya. Misalnya merespon isu-isu global yang terkait dengan kebijakan Amerika terhadap negeri-negeri muslim. Bahkan melakukan aksi demonstrasi serentak diberbagai kota besar di Indonesia untuk mengutuk agresi militer Israel Gaza. Selain itu aktif mengadakan diskusi publik dengan sebutan "Halaqoh Islam dan Peradaban". HTI juga melakukan publikasi melalui media

mengenai berbagai macam kegiatan yang telah atau akan dilakukan serta untuk meyarakan gagasannya. Media yang digunakan antara lain berupa pamflet, buletin, majalah, tabloid, buku, DVD dan website.

Hal ini dapat dikatakan bahwa HTI telah melakukan terobosan dalam memanfaatkan segala media sebagai kegiatan dakwah, baik media cetak maupun elektronik. Oleh karena itu melalui penelitian ini peneliti berharap akan dapat menemukan bentuk komunikasi organisasi HTI dan strategi komunikasi HTI di dalam mewujudkan *khilafah Islamiyah*.

Hal tersebut penting untuk ditemukan karena melalui penemuan tersebut peneliti berharap dapat membuat cara yang tepat dan terbaik dalam melakukan kegiatan dakwah Islamiyah di era modern sekarang ini. Selain itu dengan diketahuinya bentuk komunikasi organisasi HTI beserta strategi komunikasinya di dalam mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Peneliti dapat membantu pemerintah atau masyarakat Indonesia secara umum yang sepakat dengan ideologi Pancasila serta Negara Kesatuan Republik Indonesia dalam melakukan pencegahan terhadap gerakan HTI guna mewujudkan *khilafah Islamiyah* di Indonesia.

HTI Banyumas menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti dikarenakan daerah ini secara kultur maupun ideologi organisasi didominasi oleh NU dan Muhammadiyah. Melirik NU tentunya tidak lepas dari sejarah berkembangnya berbagai macam *thariqoh* di daerah Banyumas tepatnya di wilayah Sokaraja. Muhammadiyah, dilihat dari perkembangan dunia pendidikan juga sangat berkembang, bahkan di Banyumas

terdapat Universitas Muhammadiyah yang cukup besar dibandingkan daerah lain se Jawa Tengah. Selain itu budaya kejawen di daerah ini masih cukup kental. Bahkan mereka menyatu dalam komunitas yang dikenal dengan Bonokeling. Artinya dalam hal ini terdapat proteksi alamiah guna berkembangnya HTI di Banyumas.

Akan tetapi faktanya tidak demikian, keanggotan HTI Banyumas terus berkembang, bahkan sudah masuk di ranah kampus dan masyarakat awam. Chapter Universitas Jendral Sudirman (UNSOED) juga sudah terbentuk bahkan sangat aktif dalam melakukan berbagai macam kegiatan transformasi wacana keIslaman. Contohnya acara Dauroh Mahasiswa Islam pada hari Sabtu, 11 Mei 2014. Acara yang bertema “Meniti Jalan Perubahan” tersebut dilaksanakan di Mushola Baitul Ma’tsur Fakultas Ekonomi Bisnis Unsoed Purwokerto. HTI Banyumas juga mengadakan Konferensi Islam dan Peradaban pada Minggu, 1 Juni 2014 di gedung KORPRI yang dihadiri hampir ribuan anggota.

Konferensi demikian itu biasanya dilakukan di kota-kota besar, namun faktanya Banyumas-pun mengadakan konferensi tersebut. Hal ini bisa jadi dikarenakan Banyumas menjadi target tersendiri bagi HTI Pusat di dalam mengembangkan pergerakannya. Sebagaimana prinsip HTI yang mencintai perdamaian, bisa jadi hal tersebutlah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat secara umum untuk bisa terlibat aktif dalam kegiatan HTI bahkan masuk menjadi anggota.

Selain itu menurut Muhammad Usman selaku salah satu Dewan Pengurus Pusat HTI menilai bahwa HTI Banyumas cukup

aktif dan semangat dalam berbagai kegiatan dan menjalankan instruksi dari pusat. Artinya terdapat komunikasi yang efektif antara Dewan Pengurus Pusat HTI dengan HTI Banyumas. Tentunya semua itu didukung oleh kualitas berbagai unsur-unsur komunikasi. Karena tanpa itu semua, tidak mungkin akan terjadi.

Terlepas apapun asumsinya, menurut hemat peneliti HTI Banyumas berhasil mengembangkan diri dengan baik ke berbagai sektor kalangan, baik mahasiswa, akademisi, pedagang, petani dan lain sebagainya. Hal ini berdasarkan pengamatan langsung peneliti pada saat mengikuti kegiatan *liqo syawal* pada hari Minggu, 24 Agustus 2014 bertempat di Convention Hall Purwokerto City Walk.

Adanya komunikasi yang bersifat instruktif dari Dewan Pengurus Pusat kepada HTI Banyumas, sesungguhnya memberi peluang tersendiri bagi peneliti untuk mengetahui perkembangan HTI secara nasional bahkan internasional. Maksudnya ialah, untuk mengetahui komunikasi organisasi HTI secara nasional maupun internasional, sesungguhnya bisa dilakukan hanya dengan melakukan penelitian ditingkat struktur paling bawah yaitu Dewan Pengurus Daerah, dalam hal ini adalah Dewan Pengurus Daerah II HTI Banyumas.

BAB II

KAJIAN TEORI DALAM PENELITIAN

KOMUNIKASI ORGANISASI

A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Sebelum membahas pengertian komunikasi organisasi, alangkah baiknya diketahui terlebih dahulu apa itu komunikasi dan organisasi.

1. Komunikasi

Menurut (West, 2008: 5) perlu diketahui dan sadari bahwa terdapat berbagai macam pengertian komunikasi sebagai akibat dari kompleks dan kayanya disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontrak antar manusia baik individu maupun kelompok. Secara sederhana menurut Wibowo dalam *Perilaku dalam Organisasi* (2013: 241) menjelaskan bahwa komunikasi adalah pertukaran informasi antar *sender* dan *reciver*, dan menarik kesimpulan sebagai persepsi tentang makna sesuatu antara individual yang terlibat.

Selanjutnya untuk memberikan pandangan yang sama terhadap komunikasi dapat dipahami bahwa pengertian komunikasi adalah sebuah tindakan sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan

menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Menurut West (2008: 6-8) untuk memudahkan dalam memahami komunikasi perlu didefinisikan lima istilah kunci dalam komunikasi yaitu:

Sosial, yaitu suatu konsep bahwa manusia dan interaksi adalah bagian dari proses komunikasi. Maksudnya adalah komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi. Artinya, komunikasi selalu melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Keduanya memainkan peranan yang penting dalam komunikasi. Ketika komunikasi dipandang secara sosial, komunikasi selalu melibatkan dua orang yang berinteraksi dengan berbagai niat, motivasi dan kemampuan.

- a. Proses, yaitu suatu kejadian yang berkesinambungan, dinamis dan tidak memiliki akhir. Maksudnya adalah komunikasi bersifat kesinambungan dan tidak memiliki akhir. Komunikasi juga dinamis, kompleks dan senantiasa berubah.
- b. Simbol, yaitu sebuah label arbitrer atau representasi yang diberikan pada sebuah fenomena. Maksudnya adalah dalam komunikasi kita membutuhkan sebuah symbol yang disepakati bersama menyampaikan atau menerima pesan.
- c. Makna, yaitu sesuatu yang diambil orang dari suatu pesan.
- d. Lingkungan, yaitu situasi atau konteks dimana komunikasi terjadi. Lingkungan terdiri atas beberapa elemen, seperti waktu, tempat, periode sejarah, relasi dan latar belakang budaya pembicara dan

pendengar. Hal ini merupakan elemen-elemen lingkungan yang harus dipertimbangkan dalam berkomunikasi.

Oleh karena itu komunikasi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah interaksi yang dilakukan oleh HTI Banyumas dengan masyarakat umum secara terus menerus dengan berbagai komponen pendukung guna tercapai sebuah tujuan dari interaksi tersebut.

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, ketrampilan dan lain sebagainya melalui penggunaan simbol baik berupa kata, gambar, angka, grafik dan lain-lain dari seseorang kepada orang lain (Fisher, 1986: 10). Komunikasi akan dapat berhasil apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak, si pengirim dan penerima informasi dapat memahaminya. Hal ini senada apa yang diungkapkan oleh Harold sebagaimana dikutip oleh Susanto (1976: 22) bahwa pangkal komunikasi yang harmonis adalah berpikir secara analitis, logis dan kreatif. Hal ini tidak berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui sesuatu gagasan tersebut, tetapi yang penting adalah kedua belah pihak sama-sama memahami gagasan tersebut. Dalam keadaan seperti inilah baru dapat dikatakan komunikasi telah berhasil baik (komunikatif).

2. Organisasi

Organisasi dapat dikatakan sebagai gabungan beberapa orang di dalam memfasilitasi sebuah tindakan untuk mencapai tujuan yang sama melalui sebuah kesepakatan

bersama. Adapun definisi secara umum ialah sistem kegiatan yang dilakukan secara sadar terkoordinasi dari dua orang atau lebih (Selznick, 1948 : 25).

Uraian tersebut senada apa yang diungkapkan oleh Wibowo (2013: 241) bahwa organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja dalam saling ketergantungan untuk mencapai beberapa tujuan. Orang dapat bekerja dengan saling ketergantungan hanya melalui komunikasi. Komunikasi mengkoordinasikan pekerjaan, yang memungkinkan mereka mencapai tujuan organisasi dengan lebih efisien dan efektif.

Dari uraian tersebut maka dapat dipahami apa yang disebut dengan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi adalah pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace, 2005: 31). Unit komunikasi organisasi adalah hubungan antar orang-orang dalam jabatan-jabatan yang berada dalam organisasi tersebut. Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan (Ruliana, 2014: 18).

Pace (2005: 33) menjelaskan lebih lanjut bahwa komunikasi organisasi juga dapat dipahami sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Dapat juga dikatakan sebagai sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara dan mengubah organisasi.

B. Unsur Unsur Komunikasi

Wilbur Schhram dalam *Bagaimana Berlangsungnya Komunikasi* sebagaimana dikutip oleh Effendi (1992: 5) dan Sastropetro (1991: 87) menyebutkan bahwa komunikasi selalu menghendaki adanya paling sedikit tiga unsur yaitu; komunikator, pesan dan komunikan. Menurut Suryanto (2015: 203) sumber juga menjadi bagian yang penting bagi sebuah proses komunikasi. Oleh karena itu sumber masuk bagian dari unsur komunikasi. Adapun secara umum unsur-unsur komunikasi yaitu meliputi sumber (*source*), komunikator (*comunicator*), pesan (*message*), saluran atau media (*channel*), komunikan (*comunicant*) dan efek (*effect*). Berikut ini dijelaskan unsur-unsur tersebut.

1. Sumber

Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Menurut Sastropetro (1991: 87) menegaskan bahwa sumber dapat berupa organisasi, lembaga, maupun pribadi seseorang. Menurut hemat peneliti hal ini menunjukkan bahwa sumber pada saat tertentu bisa jadi adalah seorang komunikator, tentunya dalam hal ini jika komunikasi yang terjadi adalah komunikasi interpersonal, misalnya komunikasi antara orang tua dan anak. Sumber yang berupa organisasi atau lembaga biasanya terjadi pada saat komunikasi organisasi ataupun komunikasi massa.

2. Komunikator

Komunikator adalah penyampai atau penyebar pesan (Sastropetro, 1991: 88). Komunikator dapat berupa individu

yang sedang berbicara atau menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, dan sebagainya. Dalam komunikasi, komunikator dapat menjadi komunikan, dan sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator (Suryanto, 2015: 161). Menurut hemat peneliti siapa yang memberikan pesan dialah komunikatornya.

Suryanto (2015: 165) menjelaskan beberapa syarat yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator yaitu sebagai berikut:

- a. Memiliki kedekatan dengan khalayak.
- b. Memiliki kesamaan dan daya tarik sosial serta fisik.
- c. Kesamaan yang meliputi gender, pendidikan, umur, agama, latar belakang sosial, ras, hobi dan kemampuan bahasa.
- d. Memiliki dan dikenal kredibilitasnya dan otoritasnya.
- e. Pandai dalam cara penyampaian pesan.
- f. Dikenal status, kekuasaan dan kewenangannya.

3. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan (Sastropoetro, 1991: 87). Pesan hendaknya berisi inti pesan (tema) sebagai pengaruh didalam mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun perlu diperhatikan dan diarahkan pada tujuan akhir dari komunikasi.

Menurut Suryanto (2015: 177) pesan yang disampaikan akan tepat dan mengenai sasaran, memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Pesan harus direncanakan dengan baik (disiapkan) serta sesuai dengan kebutuhan.
- b. Pesan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.
- c. Pesan itu harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.

Adapun bentuk pesan meliputi tiga hal yaitu; informatif, persuasif dan koersif. Informatif yaitu pesan yang ditujukan untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengampil kesimpulan dan keputusan sendiri. Persuasif yaitu pesan yang ditujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan. Perubahan ini diterima bukan karena paksaan melainkan atas kesadaran dan keterbukaan. Koersif yaitu pesan yang bersifat memaksa dan menggunakan sanksi-sanksi. Koersif berbentuk perintah atau instruksi untuk penyampaian suatu target (Suryanto, 2015: 182).

4. Saluran

Saluran komunikasi atau media adalah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut (Suryanto, 2015: 185). Menurut

Suryanto (2015: 187-188) media komunikasi memiliki beberapa fungsi yaitu;

- a. Efektifitas yaitu mempermudah kelancaran penyampaian informasi.
- b. Efisiensi yaitu mempercepat penyampaian informasi.
- c. Konkret yaitu membantu mempercepat isi pesan yang bersifat abstrak.
- d. Motivatif yaitu menambah semangat untuk melakukan komunikasi.

5. Komunikan

Komunikan adalah penerima pesan yang sekaligus merupakan tujuan dari proses komunikasi (Sastropoetro, 1991: 88). Adapun syarat komunikan sebagai faktor penyebab keberhasilan komunikasi yang patut diperhatikan ialah kerangka pengetahuan dan lingkup pengalaman. Penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis, yakni personal, kelompok, dan massa. (Suryanto, 2015: 192-194). Hal tersebut penting karena jika seorang komunikan tidak cukup memiliki pengetahuan dan pengalaman komunikator harus lebih pandai untuk bisa membuat pesan itu sampai dan dimengerti oleh komunikan.

6. Efek

Efek adalah perubahan yang terjadi dipihak komunikan atau tujuan setelah menerima pesan (Sastropoetro, 1991: 89). Suryanto (2015: 194) menjelaskan bahwa efek merupakan akhir dari proses komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang yang dijadikan sasaran komunikasi, sesuai atau tidak sesuai dengan yang dilakukan.

Jika sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikan maka komunikasi dapat dikatakan berhasil, demikian pula sebaliknya.

7. Umpan Balik

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh komunikan oleh seorang komunikator. Umpan balik yang ditimbulkan dalam proses komunikasi memberikan gambaran kepada komunikator tentang hasil komunikasi yang dilakukannya. Umpan balik merupakan elemen yang dapat menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya komunikasi (Suryanto, 2015: 199).

Dari beberapa unsur komunikasi tersebut di atas menurut Yusup (2009: 5) yang sangat menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi adalah faktor manusia. Oleh karena itu ia memberi saran jika seseorang mempelajari komunikasi maka ia harus mempelajari manusia dengan segala keunikannya. Menurutnya manusia yang sama pada suatu saat di suatu tempat, akan berbeda dalam banyak hal jika berada di suatu saat dan suatu tempat yang lain.

C. Fungsi Komunikasi

Menurut Wiliam I.Gorden komunikasi berdasarkan kerangkanya memiliki empat fungsi yaitu :

Komunikasi sosial merupakan sebuah fungsi yang mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan,

antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2008: 5).

Komunikasi Ekspresif merupakan fungsi komunikasi yang tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan non verbal. Sebagai contoh, perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan dengan kata-kata, namun terutama lewat perilaku non verbal, misalnya seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya (Mulyana, 2008: 24).

Komunikasi Ritual merupakan fungsi komunikasi yang bersifat penegasan terhadap tradisi dan dilakukan secara kolektif. Contohnya satu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun (nyanyi happy birthday dan pemotongan kue), pertunangan (melamar tukar cincin), siraman, pernikahan (ijab-qabul, sungkem kepada orang tua, sawer dan sebagainya), ulang tahun perkawinan hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi atau agama mereka (Mulyana, 2008: 27).

Komunikasi instrumental merupakan fungsi komunikasi yang memiliki tujuan secara umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur. Bila diringkas maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif), yaitu pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk di ketahui. Sebagai instrumen komunikasi berfungsi untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati dan keuntungan material, ekonomi dan politik, yang antara lain dapat diraih lewat pengolahan kesan (*impression managemen*), yakni taktik verbal dan non verbal. Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis (Mulyana, 2008: 33).

Sedangkan menurut Fajar (2009: 125) menjelaskan bahwa dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut melibatkan empat fungsi yaitu:

1. Fungsi informatif, yaitu organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu.
2. Fungsi regulatif, yaitu fungsi yang berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi.

Pada semua lembaga ataupun organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. *Pertama*, atasan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. *Kedua*, berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh dilaksanakan.

3. Fungsi persuasif, yaitu fungsi untuk melakukan pendekatan secara emosional. Di dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya dari pada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh seorang bawahan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
4. Fungsi integratif, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (Newsletter, Buletin) dan laporan kemajuan organisasi, juga saluran komunikasi informal, seperti perbincangan antar pribadi selama istirahat kerja, pertandingan olah raga ataupun kegiatan

darma wisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri anggota terhadap organisasi.

Adapun menurut Pareek (1996: 97) komunikasi organisasi memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Memberikan informasi yaitu bahwa tujuan utama komunikasi ialah mengirimkan informasi dari suatu sumber kepada orang-orang atau kelompok-kelompok alamat komunikasi.
2. Umpan balik yaitu bahwa didalam organisasi memerlukan adanya umpan balik bagi para anggota mengenai prestasi mereka. Komunikasi umpan balik membantu usaha mengambil langkah-langkah perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan dan memberikan motivasi kepada setiap anggota.
3. Pengendalian yaitu bahwa sistem informasi manajemen dikenal sebagai suatu mekanisme pengendalian. Informasi diberikan untuk menjamin pelaksanaan rencana-rencana sesuai dengan maksud semula.
4. Pengaruh yaitu bahwa informasi merupakan kekuasaan. Oleh karena itu tujuan komunikasi ialah mempengaruhi orang.
5. Memecahkan persoalan yaitu bahwa dalam banyak hal komunikasi bertujuan untuk memecahkan persoalan.
6. Pengambilan keputusan yaitu bahwa untuk mencapai suatu putusan diperlukan beberapa macam komunikasi misalnya, pertukaran informasi, pendapat, alternatif alternatif yang

ada, segi segi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari tiap alternatif dan sebagainya.

7. Mempermudah perubahan yaitu bahwa efektivitas suatu perubahan yang diadakan dalam suatu organisasi sebagian besar tergantung pada kejernihan dan spontanitas komunikasi.
8. Pembentukan kelompok yaitu bahwa komunikasi membantu pembangunan hubungan.
9. Menjaga pintu, yaitu bahwa komunikasi membantu membangun hubungan organisasi dengan dunia luar.

D. Bentuk Bentuk Komunikasi

Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan seseorang atau lembaga dalam memahami siapa yang menjadi lawan atau komunikannya. Adapun bentuk komunikasi dilihat dari lawan atau komunikannya adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi antarpribadi (interpersonal)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi dimana lawan komunikasi atau komunikannya adalah satu orang (Effendi, 1993: 32). Komunikasi antarpribadi terjadi apabila seseorang mendasarkan prediksinya tentang reaksi orang lain dengan data psikologis (Budyatana, 2011: 7).

Dalam komunikasi antarpribadi terbagi dua menurut sifatnya yaitu; komunikasi diadik dan komunikasi triadik. Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antara dua orang yakni seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi adalah komunikan yang menerima pesan. Sedangkan

komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan (Effendi, 1993: 62-63).

Fungsi utama komunikasi antarpribadi adalah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi dan sosial. Adapun yang dimaksud imbalan ialah setiap akibat perolehan fisik, ekonomi, dan sosial yang dinilai positif. Contohnya ialah uang sebagai akibat perolehan ekonomi yang dinilai positif jika seorang pegawai berhasil mengendalikan perilaku atasannya, seperti rajin, prestasi kerja baik, dan jujur (Budyatna, 2011: 27).

2. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi dimana lawan komunikasi atau komunikannya berupa sekelompok orang (Effendi, 1993: 32). Komunikasi kelompok dibagi menjadi dua yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil ialah komunikasi dimana komunikannya berupa kelompok yang jumlahnya sedikit. Selain itu komunikasi kelompok kecil ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Komunikan dalam kelompok kecil cenderung homogen. Misalnya rapat koordinasi pimpinan, pesertanya adalah para pimpinan dari masing-masing divisi dari sebuah kelompok. Oleh karena itu mereka cenderung saling kenal dan punya hubungan secara psikologis.

Adapun komunikasi kelompok besar adalah komunikasi dimana komunikannya berupa kelompok yang

jumlahnya banyak. Komunikasi kelompok besar ditujukan kepada afeksi komunikasi dan prosesnya berlangsung secara linier. Komunikasi dalam kelompok besar cenderung bersifat heterogen. Misalnya rapat raksasa di sebuah lapangan, biasanya mereka terdiri dari orang-orang yang tidak saling kenal dan tidak memiliki hubungan psikologis (Effendi, 1993: 75-78).

Sedangkan kelompok sering dipandang seperti sibernetika di mana informasi dan pengaruh datang kepada kelompok, kemudian kelompok mengolah informasi yang datang dan hasilnya berputar kembali untuk mempengaruhi orang lain. Bersamaan dengan itu, model ini dikenal sebagai model input proses output (Littlejohn, 2009: 330).

3. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah komunikasi dimana lawan komunikasi atau komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana (Effendi, 1993: 32). Sedangkan menurut Michael W. Gamble dan Terry Kawl Gamble sesuatu didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar.
- b. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba

berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain.

- c. Pesan adalah milik publik, artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima banyak orang.
- d. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan, atau dengan kata lain komunikatornya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga.
- e. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi), artinya pesan-pesan yang disebarakan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.
- f. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda

Dengan demikian, media massa adalah alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen (Nurudin, 2013: 9). Menurut Cutlip (2007: 408) komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung, yang sebagian besar dipengaruhi media massa. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan lain-lain) (Nurudin, 2013: 12).

Adapun karakteristik media massa menurut Hamid (2011: 238) adalah: komunikasi berlangsung satu arah, komunikator bertindak atas nama lembaga dan pesan-pesan

yang disampaikan merupakan hasil kerja sama, pesan-pesan bersifat umum, menciptakan keserempakan, komunikasi bersifat heterogen, mengandalkan peralatan teknis, dikontrol oleh gatekeeper.

E. Arus Komunikasi dalam Organisasi

Desain sebuah organisasi seharusnya memungkinkan terjadinya komunikasi dalam lima arah yang berbeda: komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Karena arah-arrah komunikasi ini menghasilkan kerangka untuk terjadinya komunikasi organisasi. Berikut ini arus komunikasi dalam organisasi menurut Ivancevich (2007: 121):

1. Komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi yang mengalir dari individu yang berada pada kedudukan lebih tinggi dalam hierarki organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan lebih rendah. Bentuk paling umum dari komunikasi ke bawah adalah instruksi kerja, memo resmi, pernyataan kebijakan perusahaan, prosedur, manual kerja, atau publikasi perusahaan.
2. Komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang mengalir pada individu dari hierarki kedudukan yang lebih rendah dalam struktur organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan yang lebih tinggi. Dalam situasi-situasi semacam ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas yang paling umum

melibatkan pemberian saran, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja.

Menurut Pace (2005: 190) komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan.

- a. Aliran informasi ke atas memberi informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan orang-orang lainnya.
- b. Komunikasi ke atas memberitahukan kepada penyelia *(seseorang yang diberi kuasa dan tanggungjawab untuk merancang dan mengawal tugas-tugas dalam suatu organisasi di bawah pengawasan beliau)* kapan bawahan mereka siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima apa yang dikatakan kepada mereka.
- c. Komunikasi ke atas memungkinkan bahkan mendorong omelan dan keluhan muncul ke permukaan sehingga penyelia tahu apa yang mengganggu mereka yang paling dekat dengan operasi-operasi sebenarnya.
- d. Komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbang gagasan serta saran-saran mengenai operasi organisasi.
- e. Komunikasi ke atas mengizinkan penyelia untuk menentukan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi bawah.

- f. Komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan mereka dan dengan organisasi tersebut.
3. Komunikasi Horizontal, yaitu komunikasi yang terjadi lintas fungsi yang berbeda-beda dalam sebuah organisasi. Contoh bentuk komunikasi ini adalah komunikasi antara departemen produksi dan penjualan dalam sebuah organisasi bisnis dan komunikasi antara berbagai jurusan dalam sebuah fakultas di sebuah universitas. Komunikasi ini diperlukan demi terjadinya kordinasi dan integrasi dari berbagai fungsi organisasi yang beragam (Ivancevich 2007: 122).

Pace (2005: 195) mejelaskan bahwa berdasarkan penelitian dan pengalaman menyatakan bahwa komunikasi horizontal muncul paling sedikit karena enam alasan berikut:

- a. Untuk mengkordinasikan penugasan kerja.
 - b. Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan.
 - c. Untuk memecahkan masalah.
 - d. Untuk memperoleh pemahaman bersama.
 - e. Untuk mendamaikan, berunding dan menengahi perbedaan.
 - f. Untuk menumbuhkan dukungan antar persona.
4. Komunikasi Diagonal, yaitu komunikasi yang terjadi lintas fungsi dan lintas tingkatan dalam sebuah organisasi. Walaupun mungkin jenis komunikasi ini adalah jenis yang paling jarang digunakan dalam organisasi, komunikasi diagonal penting dalam situasi-situasi diamana para

anggotanya tidak dapat berkomunikasi dengan efektif melalui jalur-jalur komunikasi yang konvensional. Contohnya, pengawas dalam organisasi besar dapat saja ingin melakukan analisis biaya distribusi. Salah satu dari bagian tugas tersebut dapat saja mengharuskannya meminta laporan khusus dari tenaga penjualan yang dikirimkan langsung kepada pengawas tersebut, alih-alih melalui jalur komunikasi yang biasanya melalui departemen pemasaran. Karena itu aliran komunikasi menjadi diagonal dan bukan vertikal atau horizontal. Dalam hal ini, jalur komunikasi diagonal dapat menjadi pilihan yang paling efisien dalam segi waktu dan usaha.

5. Komunikasi Eksternal, organisasi seringkali berkomunikasi dengan pihak luar untuk mempresentasikan produk dan layanan, untuk menampilkan citra perusahaan yang positif, untuk menarik karyawan dan untuk mendapatkan perhatian. Jenis komunikasi eksternal pada umumnya meliputi empat program yang berbeda, yaitu:
 - a. *Hubungan masyarakat* berusaha mengkomunikasikan citra positif, kesatuan antara organisasi perusahaan dengan warga setempat, dan promosi identitas organisasi sebagai salah satu kontributor yang berperan dalam masyarakat dan komunitas dimana organisasi itu berada.
 - b. *Periklanan* berusaha menggambarkan produk atau layanan perusahaan dalam cara-cara yang positif. Bentuk komunikasi semacam ini dirancang untuk mendatangkan pelanggan, klien atau pasien.

- c. *Promosi* adalah budaya dan kesempatan yang tersedia bagin para calon karyawan. Komunikasi semacam ini digunakan untuk menarik perhatian talenta-talenta karyawan yang dibutuhkan untuk mempertahankan dan mengembangkan organisasi.
- d. *Survei konsumen* yang digunakan untuk memperoleh umpan balik mengenai pengalaman konsumen. Informasi ini digunakan untuk membuat modifikasi yang positif dalam layanan produk, ataupun hubungan dengan konsumen (Ivancevich 2007: 122).

F. Media Komunikasi Organisasi

Organisasi sesuai dengan perkembangan zamannya, terutama di era globalisasi di dalam melakukan komunikasi apapun bentuknya tidaklah terlepas dari media komunikasi yang digunakan. Berikut ini media yang biasa digunakan dalam organisasi:

1. Perss

Perss adalah lembaga atau badan organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak. Adapun ciri dari perss khususnya surat kabar (koran) adalah: *Publisitas*, ialah penyebarannya ditujukan kepada publik atau khalayak tidak untuk sekelompok orang atau golongan. *Periodositas*, ialah penerbitan surat kabar bersifat periodik atau terjadwal dengan baik. Bisa satu kali sehari, dua kali sehari, dapat pula satu atau dua kali seminggu. *Universalitas*, ialah isinya bersifat menyeluruh dan beraneka ragam tidak dikhususkan pada bidang tertentu. *Aktualitas*,

ialah memiliki kecepatan laporan tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita (Effendi, 1993: 91-92).

2. Radio

Radio siaran dalam arti kata *broadcast*, dimulai pada tahun 1920 oleh stasiun radio KDKA Pittsburg di Amerika Serikat. Radio sangat diminati oleh organisasi sebagai media komunikasi disebabkan oleh beberapa hal yaitu: *radio siaran bersifat langsung*, sehingga untuk mencapai sasrannya yakni pendengar tentang sesuatu hal yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. *Radio siaran menembus jarak dan rintangan*, yaitu radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah. Bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio dapat dicapainya. *Radio siaran mengandung daya tarik*, daya tarik i ni disebabkan oleh tiga faktor yaitu: musik, kata-kata dan suara. Radio yang kecil dan harganya relatif murah itu dapat memberikan hiburan, penerangan dan pendidikan. Sedang untuk menikmatinya yang hanya dengan telinga, si pemilik dapat melakukannya sambil duduk, minum, makan, tidur-tuduran atau bekerja (Effendi, 1993: 137).

3. Televisi

Televisi adalah paduan radio dan film. Para penonton di rumah-rumah tidak mungkin menangkap siaran televisi kalau tidak ada unsur radio dan tidak mungkin dapat melihat gambar yang bergerak pada pesawat televisi jika tidak ada unsur film. Televisi memili daya tarik yang lebih dibandingkan dengan radio. Ketika radio memiliki daya tarik disebabkan

oleh unsur-unsur kata-kata, musik, dan suara, maka televisi selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Gambar ini bukan gambar mati melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam bagi penonton (Effendi, 1993: 174).

4. Internet

Internet adalah organisasi dari berbagai jaringan komputer yang menghubungkan semua computer, mulai dari super computer berukuran besar dari berbagai badan pemerintahan, server perusahaan, hingga computer personal di rumah. Internet merupakan sebuah jaringan global dari komputer-komputer yang terintegrasi yang menyediakan informasi, video, dokumen-dokumen dan sederetan besar kapabilitas komunikasi pada para penggunanya (Ivancevich, 2007: 123). Beberapa fasilitas program di dalam internet sebagai media sosial diantaranya, e-mail, website, blog, facebook, twitter dan lain sebagainya.

G. Strategi Komunikasi

Menurut Byrne sebagaimana dikutip oleh Brannan (2005: 2) mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar (khalayak umum), pesaing dan faktor-faktor lingkungan. Effendi (1993: 301) juga menjelaskan bahwa strategi pada hakekatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Littlemore (2003: 1) dalam *The Communicative Effectiveness of Diferent Types of*

Communication Strategy menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan langkah-langkah yang harus diambil di dalam meningkatkan efektifitas komunikasi.

Guna memudahkan dalam memahami strategi perlu kiranya dijelaskan beberapa istilah kata yang identik dengan strategi di antaranya ialah, *metode* dan taktik. Metode ialah cara yang teratur dan sistematis untuk pelaksanaan suatu cara kerja agar tercapai hasil yang diharapkan. Sedangkan taktik ialah tahap-tahap atau langkah-langkah tertentu yang dipakai untuk melaksanakan strategi. Jika manajemen sudah merumuskan tujuan dan strateginya, maka ia berada dalam posisi untuk menentukan taktik.

Dengan demikian maka dapat dipahami bahwa metode ruang lingkungnya lebih luas dibandingkan dengan strategi. Hal ini dikarenakan strategi sudah masuk pada wilayah perencanaan yang didukung dengan manajemen, sedangkan metode baru pada wilayah pembuatan cara yang tersistematis. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa metode sebagai kerangka besar sedangkan strategi adalah bentuk turunan dari kerangka besar tersebut.

Adapun taktik lebih bersifat spesifik karena sudah pada tataran praktik atau pelaksanaan sebuah strategi. Artinya metode dan strategi cenderung bersifat permanen sedangkan taktik bisa berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi tapi tanpa keluar dari kerangka besar metode dan strategi. Menurut peneliti hal ini dikarenakan metode memiliki target tujuan secara umum, sedangkan strategi sebagai tahapan langkah untuk mewujudkannya, adapun taktik sebagai sebuah langkah akhir dalam pelaksanaan sebuah rencana akan tetapi pada ruang lingkup

yang lebih kecil namun menunjang keberhasilan dalam mencapai tujuan besar atau umum.

Dari penjelasan di atas maka dapat penulis katakan bahwa strategi adalah perpaduan dari perencanaan dan manajemen yang diutamakan, sebagai sebuah turunan dari metode dan diperjelas melalui taktik dalam pelaksanaan operasionalnya guna mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Effendi (1993: 301) strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Adapun strategi komunikasi yang peneliti maksud ialah strategi komunikasi konsep Harold D. Laswell (2007: 216) sebagaimana dikutip oleh Effendi (1986: 37) menjelaskan bahwa untuk bisa memahami strategi komunikasi maka harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Siapakah komunikatornya?
2. Pesan apa yang dinyatakannya?
3. Media apa yang digunakannya?
4. Siapa komunikannya?
5. Efek apa yang diharapkan?

Dari beberapa pertanyaan diatas, sesungguhnya secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Pertanyaan tersebut ialah:

1. Kapan dilaksanakannya?
2. Bagaimana melaksanakannya?
3. Mengapa dilaksanakan demikian?

Tambahan pertanyaan tersebut dalam komunikasi sangat penting karena pendekatan terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi bisa bermacam-macam, yakni: *information, persuasion, instruction*.

H. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda yaitu:

Pertama, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.

Kedua, menjembatani *cultural gap* akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya (Effendi, 1993: 300).

I. Faktor Manusia dalam Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective Communication* sebagaimana dikutip oleh Effendi (1993 : 35) menyatakan bahwa tujuan sentral dari kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan

utama yaitu: to secure understanding, to establish acceptance, to motivate action.

Pertama adalah “to secure understanding” memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang ia terima. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina “to establish acceptance”. Pada akhirnya kegiatan dimotivasi “to motivate action”

Dengan demikian, orang yang menyampaikan pesan yaitu komunikator ikut menentukan berhasilnya komunikasi. Dalam hubungan ini faktor *source credibility* komunikator memegang peranan yang sangat penting. Istilah kredibilitas ini adalah suatu istilah yang menunjukkan nilai terpadu dari keahlian dan kelayakan dipercaya. Seorang komunikator memilih kredibilitas disebabkan *etos* pada dirinya, yaitu apa yang dikatakan oleh Aristoteles dan yang hingga kini dijadikan pedoman adalah good sense, good moral, and good character dan kemudian oleh cendekiawan modern diformulasikan menjadi itikad baik (good intentions), kelayakan untuk dipercaya, (trustworthiness) serta kecakapan atau keahlian (competence or expertise) (Effendi, 1998: 37).

J. Komponen Strategi Komunikasi

Cutlip (2007: 392-407) menegaskan bahwa agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikkan strategi komunikasi, maka kita harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi supaya mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut ini langkah-langkah tersebut.

1. Membingkai pesan

Prinsip pertama dari pembingkai isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau karyawan dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audien.

2. Semantik

Semantik adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa berubah, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.

3. Simbol

Komunikasi bukan sekedar semantic, komunikasi juga menggunakan simbol dan stereotip. Simbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan banyak orang dijalur komunikasi yang panjang. Symbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

4. Rintangan dan stereotip

Hambatan untuk menjelaskan pesan ada dipihak komunikator dan audiennya. Seperti dicatat Lippmann, setiap orang tinggal didalam lindungan (kepompong) lingkungannya sendiri-sendiri. Kepompong ini menyekat individu dari serbuan informasi yang tak ada hentinya dan semakin meningkat intensitasnya. Ada rintangan sosial, rintangan usia, rintangan bahasa atau kosakata, serta rintangan ekonomi dan politik. Ada rintangan ras; rintangan dan distorsi yang

menutup komunikasi tampak jelas dalam perbedaan antar kelompok etnis dan ras di masyarakat Amerika yang multicultural. Sama halnya di Indonesia tentunya yang juga memiliki keanekaragaman suku ras dan kepercayaan. Juga ada rintangan yang sering dilupakan yakni, kemampuan atau kesediaan audien untuk menyerap pesan. Terakhir ada persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di arena publik.

Dalam komunikasi, tak ada yang lebih menyulitkan ketimbang kenyataan bahwa kebanyakan audien media massa punya akses terbatas terhadap fakta. Dengan akses yang terbatas dan dengan beberapa informasi yang membingungkan ketimbang menjelaskan, orang sangat mengandalkan pada *stereotip*. Kesan spesifik dan signifikan menjadi sesuatu yang sangat umum atau digeneralisir.

5. Memasukan semuanya ke dalam kampanye

Hyman dan Sheatesley menyebutkan alasan utama mengapa banyak kampanye organisasi batal. Alasan itu antara lain:

- a. Ada orang yang tidak tau apa-apa tapi keras kepala. Orang-orang ini sulit diajak bicara, bahkan dengan informasi yang kuat sekalipun.
- b. Yang banyak mendapatkan informasi adalah orang-orang yang berminat pada informasi tersebut.
- c. Orang mencari informasi yang sesuai dengan sikap mereka dan menghindari informasi yang tidak sesuai dengan sikap mereka.

d. Informasi tidak selalu merubah sikap. Perubahan pandangan atau perilaku setelah mendapat informasi pesan mungkin dipengaruhi predisposisi individual.

6. Menyebarkan pesan

Usaha agar ide atau inovasi diterima bukan hanya memberikan informasi kepada audien melalui media massa atau publikasi internal. Komunikasi harus diarahkan kepada sasaran yang tepat, bukan disebarakan kesegala arah.

7. Mempertimbangkan kembali proses

Tiga elemen yang ada untuk semua upaya komunikasi adalah sumber pengirim, pesan dan tujuan atau penerima. Kegagalan komunikasi dapat melibatkan satu atau lebih dari ketiga elemen ini. Komunikasi yang efektif membutuhkan efisiensi disemua pihak diketiga elemen itu. Komunikator harus punya informasi yang memadai. Komunikator harus punya kredibilitas dimata penerima. Komunikator harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang dapat dipahami penerima. Komunikator harus menggunakan saluran yang akan menyampaikan pesan kepada penerima. Pesan harus sesuai kapasitas pemahaman penerima dan relevan dengan kepentingan atau kebutuhan penerima. Pesan harus memotivasi kepentingan penerima dan menimbulkan respon.

K. Korelasi Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor

penghambat. Akan lebih baik, apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Kita mulai secara berturut-turut dari komunikan sebagai sasaran komunikasi, media, pesan dan komunikator.

1. Mengenali sasaran komunikator

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini tergantung pada tujuan komunikasi. Apakah sekedar komunikan hanya mengetahui saja (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Apapun tujuannya, metodenya dan banyaknya sasaran pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor sebagai berikut:

a. Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan lain sebagainya. (Effendi, 1998: 40)

Dalam situasi komunikasi interpersonal, mudah mengenal kerangka referensi komunikasi karena ia hanya satu orang. Mengenal kerangka referensi menjadi sulit jika dalam komunikasi kelompok. Ada kelompok yang individu-individunya sudah saling kenal seperti kelompok karyawan atau kelompok perwira. Ada juga yang tidak

dikenal, seperti pengunjung rapat RW. Komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi mereka.

Adapun yang lebih sulit adalah mengenal kerangka referensi para omunikan dalam komunikasi massa, sebab sifatnya sangat heterogen. Karena itu pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya yang bersifat informatif dan umum saja, yang dapat dimengerti oleh semua oran, mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang. Jika pesan yang akan disampaikan kepada khalayak adalah untuk dipersuasikan, maka akan lebih efektif, bila khalayak dibagi menjadi kelompok-kelompok khusus. Lalu diadakan komunikasi kelompok dengan mereka, yang berarti komunikasi dua arah secara timbal balik (Effendi, 1998: 41).

b. Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksudkan dengan situasi disini ialah situasi komuniasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang dapat menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, umpamanya mengadakan rapat dengan para karyawan pada waktu gajian atau berpidato pada suatu malam kesenian pada saat para hadirin mengharapkan hiburan segera dimulai. Yang pertama dapat dihindarkan dengan menangguhkan atau memajukan hariya, sedangkan yang kedua dengan memberikan pidato yang singkat tapi padat (Effendi, 1998: 41)

Adapun yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan phisis komunikan pada saat ia menerima pesan komuniasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar. Dalam menghadapi komunikan dalam situasi seperti itu, kadang-kadang kita bisa menagguhkan komunikasi kita sampai datangnya suasana yang menyenangkan. Tapi tidak jarang pula kita harus melakukannya pada saat itu juga disini faktor manusiawi sangat penting (Effendi, 1998: 42).

2. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikais kita apat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu, tida dapat ditegaskan dengan pasti, sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan . sebagai contoh, pesan melalui media tulisan/cetakan dan media visual dapat dikaji berulang ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Pesan melalui media audial dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengendarai hal-hal lain, umpamanya mendengarkan berita radio ketika sedang mengemudi mobil. Pesan melalui media audio-visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dilihat dan didengarkan. (Effendi, 1998: 43)

3. Pengkajian pesan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu tapi lambang yang digunakan bermacam-macam. Lambang tersebut diantaranya bahasa, gambar, gesture (kial), warna dan sebagainya. Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan fakta dan opini hal yang konkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang dan lain sebagainya. Karena itu dalam komunikasi bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahas, hasil emikiran yang bagaimanapun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat (Effendi, 1998: 44).

4. Peranan komunikator dalam komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu: daya tarik dan sumber kepercayaan.

a. Sumber daya tarik

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi; akan mampu merubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik, jika fihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan lain perkataan, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga

komunikasikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator (Effendi, 1998: 44).

b. Sumber kepercayaan

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikasikan kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Seorang dokter akan mendapat kepercayaan jika ia menerangkan soal kesehatan (Effendi, 1998: 45).

Berdasarkan dua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikasikan harus bersikap empatik. Dengan lain perkataan dapat merasakan apa yang dirasa orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikasikan yang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa dan sebagainya. (Effendi, 1998: 45).

BAB III

OBJEK PENELITIAN KOMUNIKASI ORGANISASI

A. Selayang Pandang Hizbut Tahrir

Hizbut Tahrir atau disingkat HT secara etimologis berarti Partai Pembebasan. HT didirikan oleh Sheikh Taqiyyudin an-Nabhani pada tahun 1953 di al Quds Palestina (Afdal, 2005: 266). Ia lahir di Haifa pada 1909 dan pernah belajar di Universitas Al Azhar dan Universitas Darul Ulum Kairo Mesir (Baran, 2004: 16). Setelah anNabhani meninggal (1977 M), kepemimpinan Hizbut Tahrir kemudian dilanjutkan oleh 'Abd al Qodim Zallum (Hilmy, 2009: 347) hingga tahun 2003. Setelah itu dilanjutkan oleh Atha' Abu Rashtah hingga saat ini. Atha' Abu Rashtah dilantik pada 13 April 2003 oleh *Dewan Mazhalim* (al Amin, 2012: 22).

Organisasi diakui oleh pendirinya dan sekaligus para aktivisnya bukan sebagai organisasi sosial keagamaan tetapi sebagai partai politik (Afdal, 2005: 266). Hal tersebut juga ditegaskan oleh Yusanto sebagaimana dikutip Asnawati (2011: 79) dalam *Jaringan Hizbut Tahrir Indonesia di Kota Depok Jawa Barat dan Kota Semarang*, menjelaskan bahwa Hizbut Tahrir adalah kelompok politik yang berdiri berazaskan pemikiran Islam, bukan kelompok spiritual, bukan lembaga ilmiah atau akademis, bukan pula lembaga sosial.

HT adalah sebuah partai politik yang berideologi Islam. Politik merupakan kegiatannya, dan Islam adalah

ideologinya. HT bergerak di tengah-tengah umat, dan bersama-sama mereka berjuang untuk menjadikan Islam sebagai permasalahan utamanya, serta membimbing mereka untuk mendirikan kembali sistem *khilafah* dan menegakkan hukum yang diturunkan Allah dalam realitas kehidupan.

Hal ini sebagaimana dijelaskan juga oleh Stuart (2009: 13) dalam *Hizb Ut-Tahrir Ideolgy and Strategy* bahwa HT merupakan partai Islam yang revolusioner dengan tiga tujuan. *Pertama*, melakukan penyebaran kekuasaan negara Islam atau *khilafah Islamiyah* dan menerapkan konstitusi partai berdasarkan interpretasi abad pertengahan mengenai *syariah* atau hukum Islam. *Kedua*, menyatukan umat islam di seluruh dunia menjadi kekuatan politik yang tunggal, *Ketiga*, mencaplok semua negara untuk menyatu dalam *khilafah*.

Sebagai partai yang berideologi Islam menurut HT menempuh tiga tahapan, dalam menyebarkan atau menanamkan ideologinya kepada masyarakat luas yaitu: *pertama*, tahap pengkajian dan belajar untuk mendapat tsaqofah partai. Tahap ini merupakan tahapan pembentukan pondasi gerakan. Tahapan ini dengan suatu asumsi bahwa seluruh individu umat kosong dari *tsaqofah* apapun (an-Nabhani, 2013: 51). *Kedua*, tahap Interaksi dengan masyarakat tempat partai itu hidup, sampai ideologinya menjadi kebiasaan umum, sebagai hasil dari kesadaran masyarakat akan ideologi itu. Bahkan sampai dengan masyarakat menganggap bahwa ideologi tersebut adalah ideologi mereka, sehingga mereka mau membelanya bersama-sama. *Ketiga*, tahap menerima kekuasaan secara menyeluruh melalui

dukungan umat, sampai partai tersebut dapat menjadikan pemerintah sebagai metode untuk menerapkan ideologi atas umat (an-Nabhani, 2001: 36). Shobron (2014: 53) menjelaskan bahwa tiga tahap tersebut merupakan tiruan dan pengembangan tiga tahapan dakwah Rasulullah yaitu, *tatsqif* (pembinaan dan pengkaderan), *ta'aful* (interaksi) dengan umat dan *istilamu al hukmi* (penerimaan kekuasaan).

B. Akar Sejarah Hizbut Tahrir Indonesia

Datangnya HT ke Indonesia, dalam bentuk transmisi ide, pada permulaannya merupakan hasil kontak dengan HT asal Timur Tengah di Australia pada awal 1980an (Rizal, 2011: 131). Hal ini ditegaskan oleh Khafid dalam *Gerakan Kontemporer Era Reformasi* sebagaimana dikutip oleh Asnawati (2011: 79) dua peran tokoh ulama pada tahun 1980an yang melakukan kontak ide ialah K.H Abdullah Nuh sebagai pendiri pesantren Al-Ghazali Bogor dan Abdurrahman al-Baghdadi seorang keanggotaan HT kebangsaan Arab Libanon yang kemudian menjadi warga Negara Australia dan pernah menjadi dosen di Lembaga Pengajaran Bahasa Arab (LIPIA) di Jakarta. Pertemuan dua tokoh inilah yang kemudian mengembangkan HT (sebelum menjadi HTI dalam konteks keIndonesiaan) ke berbagai wilayah melalui berbagai kampus di seluruh Indonesia.

Al Baghdadi tiba di Indonesia pada tahun 1982 dan menyebarkan ajaran HT melalui pesantren Abdullah bin Nuh. Dalam aktivitas dakwahnya, ia berinteraksi dengan aktivis mahasiswa muslim di masjid kampus Institut Pertanian Bogor

(IPB) dan Institut Teknologi Bandung (ITB). Ketika banyak mahasiswa yang tertarik dengan dakwahnya, al Bagdadi dan bin Nuh mulai mengorganisir rekrutmen dan pendidikan sistematis melalui training dan halaqoh.

Masjid kampus IPB menjadi basis rekrutmen HTI pada awal perkembangannya dan kemudian dari situlah gagasan HTI disebarluaskan ke kampus kampus umum di Jawa dan Jakarta, lalu ke berbagai kampus umum lainnya di Sulawesi dan Sumatera melalui jaringan Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang diinisiasi pembentukannya oleh aktivis HTI. Namun demikian al Baghdadi dan bin Nuh tidak memakai nama Hizbut Tahrir pada dakwah awal mereka mengingat adanya kecurigaan negara terhadap ekspresi Islam Politik di awal Orde Baru (Rizal, 2010: 18).

Jatuhnya Soeharto pada 21 Mei 1998 membuka jalan bagi relaksasi politik dan demokrasi di Indonesia. Sebuah wilayah publik yang baru menyediakan kesempatan bagi Islam politik untuk berekspresi. Pada saat itulah banyak gerakan Islam muncul ke publik, akan tetapi HTI baru muncul pada Mei 2000, ketika menyelenggarakannya konferensi internasional tentang *khilafah* di lapangantennis indoor, Stadion Senayan Jakarta. Ini merupakan aktivitas publik pertama HTI yang diadakan dengan memakai nama Hizbut Tahrir, yang dengan terbuka memperkenalkan ide ide, program dan pimpinan HTI. Konferensi ini dihadiri oleh lima ribu pendukung HTI dan menarik pemberitaan media secara extensif. Para pembicara yang di undang adalah pimpinan HT dari cabang lokal dan macanegara, antara lain; Dr. Muhamad

Utsman dan Muhammad al Khathath (Indonesia), Ismail al Wahwah (Australia), dan Syarifuddin M. Zain (Malaysia). Isu utama yang didiskusikan ialah mengenai pentingnya mengembalikan *khalifah* Islam sebagai respon terhadap permasalahan umat Islam (Rizal, 2011: 22).

C. Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Banyumas

Berdasarkan interview dengan Abdurrouf selaku ketua HTI Banyumas di sekretariat jalan Banowati no 20 Jatiwinangun Purwokerto. Ia menjelaskan bahwa HTI masuk ke Banyumas sekitar tahun 2000an, yang dipelopori oleh mereka orang-orang yang kuliah di luar Banyumas dan kemudian mengenal HTI di mana mereka kuliah. Seperti halnya di Jakarta, Bandung, Jogjakarta dan daerah lainnya. Sehingga setelah setelah mereka menyelesaikan kuliah dan kembali ke Banyumas, secara naluri sebagai kader dari HTI mereka terpanggil untuk melanjutkan dakwah di mana mereka tinggal.

Dari proses inilah kemudian mereka para kader berkumpul untuk kemudian membentuk kepengurusan HTI Banyumas, atau dikenal dengan istilah Dewan Pimpinan Daerah (DPD) HTI Banyumas. Hal ini dimaksudkan guna melancarkan kegiatan dakwah sebagai suatu langkah pokok di dalam mewujudkan *khilafah Islamiyah*.

Oleh karena itu pada tahun 2005 terbentuklah susunan pengurus Dewan Pimpinan Daerah HTI Banyumas sebagai berikut:

Ketua : Abdurrouf
Sekertaris : Jadi Wiryono
Bendahara : Abdurrohman

HTI Banyumas memiliki beberapa bidang yang terkoordinasi dengan ketua dan disebut lajnah. Salah satunya ialah sektor ulama dikenal dengan istilah lajnah ulama, yaitu lembaga yang membidangi untuk melakukan kajian-kajian khusus mengenai kitab-kitab yang berkaitan dengan ideologi HTI dan sekaligus sebagai media komunikasi dengan ulama-ulama (kyai) pesantren. Pada saat interview dengan Sulaiman di sekretariat HTI Banyumas 20 Januari 2015, ia menegaskan bahwa HTI sadar betul tidak mungkin bisa mewujudkan *khilafah Islamiyah* di Indonesia tanpa peran dari organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Hal ini dikarenakan kedua organisasi kemasyarakatab tersebut adalah yang terbesar di Indonesia.

Selain itu HTI juga memiliki lajnah politik, yaitu lajnah yang bertugas untuk mengawal isu perpolitikan indonesia, termasuk diantaranya mengkritisi kebijakan-kebijakan pemertintah yang menurut HTI menyengsarakan umat. Oleh karena itu lajnah politik akan cenderung mencari celah kebobrokan sistem demokrasi dan Pancasila sebagai dasar utama Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Di dalam bidang usaha HTI memiliki lajnah pengusaha, yaitu lajnah yang bertugas untuk mengembangkan konsep ekonomi dan bisnis secara syari'at. Bahkan lajanah pengusaha sudah memiliki komunitas pengusaha yang dinamakan

Pengusaha Rindu Syariah dan berkantor di KM 13 yang diketuai oleh H. Pujiono.

Lembaga Dakwah Kampus juga dimiliki oleh HTI, lembaga ini bertugas melakukan kaderisasi untuk kalangan mahasiswa. Biasanya pergerakannya difokuskan pada kegiatan-kegiatan keagamaan yang bertempat di masjid atau musholla kampus. Salah satu contohnya ialah kegiatan Global Women and Syariah yang dilaksanakan pada 21 maret 2015 di Masjid Universitas Jendral Soedirman dengan tema “Akhiru Serangan Terhadap Syariah”.

Selain itu DPD HTI Banyumas juga memiliki Lembaga Dakwah Sekolah. Melalui lembaga tersebut HTI berharap dapat melakukan kaderisasi sejak dini yaitu usia-usia remaja. Proses kaderisasi dilakukan melalui seminar, pelatihan dan kegiatan kegiatan kepemimpinan. Seperti yang baru saja dilakukan pada hari Minggu, 05 Februari 2015 di aula kelurahan Arcawinangun dengan tema “kamilah pemimpin masa depan”.

Dibidang keperempuanan HTI Banyumas dikenal dengan istilah Muslimah Hizbut Tahrir Indonesia dan disingkat MHTI Banyumas yang diketuai oleh Ummu Rayyan. MHTI Banyumas memiliki satu lembaga yaitu Tim Sekolah Muslimah HTI. Lembaga ini bergerak untuk melakukan kegiatan kegiatan yang ditujukan untuk pelajar. Salah satu contoh kegiatannya ialah Training Remaja Smart dengan tema “The Real Young Generation Come Back” pada Minggu 09 Februari 2014 yang bertempat di Balai Kelurahan Purwokerto Wetan.

Selain itu HTI juga memiliki komunitas khusus dilingkungan mahasiswa yang disebut Chapter dan memiliki fungsi untuk merekrut keanggotaan ditingkatan mahasiswa. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Sulaiman selaku anggota HTI Banyumas, menjelaskan bahwa kampus merupakan wilayah yang cukup strategis untuk merekrut kader. Kampus memiliki sumber daya manusia yang produktif dan tidak terbatas. Berbeda dengan masyarakat umum, dimana kampus dipenuhi oleh aktor intelektual yang bisa lebih logis di dalam menerima maupun menolak ideologi HTI.

D. Visi dan Misi Hizbut Tahrir Indonesia

Hizbut Tahrir yang mana di Indonesia lebih dikenal dengan istilah Hizbut Tahrir Indonesia tau disingkat HTI, memiliki sebuah visi atau tujuan mendirikan *khilafah Islamiyah*. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Qodir (2013: 73) bahwa semua cita cita HTI bermuara pada *khilafah Islamiyah* sebagai pemecah semua hal. Menurut HTI *khilafah Islamiyah* adalah obat segala macam penyakit bangsa, termasuk kemiskinan, kebodohan, korupsi dan seterusnya.

Abdurrahman selaku ketua DPP HTI dalam website HTI menjelaskan bahwa alasan pendirian *khilafah Islamiyah* diantaranya adalah: *pertama*, menegakkan *khilafah* hukumnya wajib, bahkan bisa disebut sebagai kewajiban paling agung (*a'zham wâjibâti ad-dîn*). Kewajiban tersebut telah dinyatakan dengan jelas dalam al-Quran, as-Sunnah, dan Ijma Sahabat. Nash al-Quran, misalnya, memerintahkan agar kita menaati *ûlî*

al-amri (pemimpin) dari kalangan kita, yang dalam bahasa al-Quran, *ûlî al-amri minkum*.

Menurut Abdurrahman konteks *ûlî al-amri minkum* adalah pemimpin yang wajib ditaati karena ketaatannya kepada Allah dan Rasul-Nya. Ketaatannya itu kemudian diwujudkan dalam kebijakannya, yaitu ketika dia mengimplementasikan *syariat* Islam dalam seluruh aspek pemerintahannya. Selanjutnya apabila pemimpin seperti itu tidak ada maka harus diadakan agar ketaatan tersebut bisa diwujudkan. Sebab, tidak mungkin ada perintah untuk menaati *ûlî al-amri minkum*, sementara *ûlî al-amri minkum* tidak ada.

Kedua, karena *khilafah* adalah penjaga (*hâris*) Islam dan umatnya. Tanpa *khilafah*, Islam dan umatnya akan lenyap. Inilah yang dilukiskan Nabi saw., bahwa imam atau *khalifah* itu sebagai *junnah* (perisai). Oleh karena itu para ulama kaum Muslim, baik Syiah, Sunni, Muktazilah maupun Khawarij, telah sepakat atas kewajiban tersebut.

Akan tetapi dalam kontek sekarang khususnya Indonesia berdasarkan hemat peneliti justru mereka yang mewakili kaum sunni dalam hal ini Nahdlatul Ulama secara tegas menolak HTI dengan segala konsep *khilafah Islamiyahnya*. Hal ini ditegaskan oleh Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) K.H Said Aqil Siraoj pada saat menerima kunjungan DPP HTI pada Rabu 21 September 2011 yang dipimpin oleh Ismail Yusanto selaku ketuanya.

Ketiga, untuk memebela kepentingan Islam dan kaum Muslim. Menurut Abdurrahman selain fakta sejarah,

kenyataan empirik saat ini juga membuktikan urgensi *khilafah* dalam membela kepentingan Islam dan kaum Muslim. Ia mencontohkan dimaana saat Islam dicap sebagai terorisme, kaum Muslim dinodai kehormatannya, negeri mereka dijajah, kekayaan mereka dijarah, tidak ada yang membela dan mempertahankannya. Menurutnya hal ini berbeda dan berkebalikan pada zaman *khilafah Islamiyah* masih ada.

E. Struktur Organisasi Hizbut Tahrir Indonesia

Struktur keorganisasian HTI tidak bisa lepas dari HT. HT membagi dunia muslim menjadi provinsi-provinsi yang berbeda yang dikenal sebagai wilayah. Wilayah ini diatur sedemikian rupa disesuaikan dengan *kekhalifahan* masa mendatang. Pimpinan tertinggi tingkat negara adalah Komite Wilayah. Komite Wilayah dipimpin oleh seorang *mu'tamad*. Di bawah provinsi adalah tingkat lokal pusat kota, yang diurus oleh panitia lokal yang dipimpin oleh seorang kepala daerah yang dikenal sebagai *naqib*. Sementara itu *mu'tamad* HTI diharapkan menerima perintah dari Amir dan kepemimpinan pusat HT.

Seiring dengan perkembangan HTI, *naqib* diangkat ditingkat provinsi, dengan demikian, setiap provinsi di Indonesia terdapat HTI. Dalam konteks Indonesia, sebuah Komite Wilayah dikenal sebagai Dewan Pimpinan Pusat (DPP) yang dibentuk di bawah kepemimpinan al Baghdadi pada awal 1990. Pada tingkat regional, komite yang dikenal sebagai Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) terbentuk dan ditingkat kabupaten Dewan Pimpinan Daerah (DPD) didirikan. Dalam

setiap kabupaten anggota HTI dibagi lagi menjadi kelompok kelompok kecil yang disebut sebagai *halaqoh*. Setiap *halaqoh* terdiri dari lima sampai tujuh aktivis dan simpatisan HTI (Qodir, 2013: 76-77).

Berdasarkan penjelasan diatas secara sederhana dapat dipahami bahwa, struktur HTI mengambil pola teritorial, yaitu; tingkat pusat (Negara Indonesia) yang dikenal dengan sebutan Dewan Pimpinan Pusat, tingkat provinsi yang dikenal dengan sebutan Dewan Pimpinan Wilayah dan tingkat kabupaten/kota yang dikenal dengan sebutan Dewan Pimpinan Daerah. Adapun dalam kontek internasional pimpinan tertinggi disebut *khalifah*, yang mana ia membawahi HTI diberbagai belahan dunia dengan nama masing-masing dan di Indonesia menggunakan HTI.

F. Konsepsi *Khilafah Islamiyah* Hizbut Tahrir Indonesia

1. Pengertian *Khilafah Islamiyah*

Istilah *khilafah Islamiyah* berasal dari bahasa Arab yang merujuk pada entitas politik yang didasarkan atas aturan dan nilai-nilai agama Islam. Keberadaannya dimulai pada periode *Khilafah Rasyidin* (632-661). Menurut HTI dari kurun waktu *Khilafah Rasyidin* hingga *Khilafah* Turki Utsmani, entitas politik *khilafah* tersebut dijalankan dengan aturan dan nilai-nilai Islam.

HTI berpendapat bahwa entitas politik *khilafah* adalah negara kesatuan yang secara administratif terdiri dari ibu kota dan sejumlah provinsi. HTI menilai bahwa runtuhnya *Khilafah* turki Utsmani merupakan awal

kehancuran dan perpecahan umat Islam sedunia. Atas pertimbangan itulah HTI berkeinginan kuat untuk kembali mendirikan *khilafah* (Qodir, 2013: 84).

Dengan demikian maka pemimpin *khilafah Islamiyah* disebut *khalifah*. *Khilafah* sebagai seorang imam memiliki otoritas universal dalam semua urusan (Akhtar Rizvi, tt : 1). Menurut HTI dalam *Struktur Negara khilafah (Pemerintahan dan Administrasi)* (2014: 31) menerangkan bahwa *khalifah* adalah orang yang mewakili umat dalam menjalankan pemerintahan, kekuasaan dan penerapan hukum-hukum syariah. Hal ini karena Islam telah menjadikan pemerintahan dan kekuasaan milik umat. Untuk itu diangkatlah seseorang yang melaksanakan pemerintahan sebagai wakil dari umat.

Hal tersebut juga ditegaskan oleh (Bekku, 1999: 1) bahwa kepemimpinan dalam Islam adalah sebuah kepercayaan. Seorang pemimpin dengan pengikutnya biasanya melakukan kontrak secara eksplisit. Hal ini bisa jadi yang disebut dengan baiat sebagaimana Rasulullah Saw dibaiat oleh para pengikutnya. Seorang pemimpin yang telah dibaiat akan menjadi pemimpin bagi pengikutnya dan akan melindungi serta memperlakukan mereka secara adil dan berdasarkan hukum. Hal ini dikarenakan fokus kepemimpinan dalam Islam ialah integritas dan keadilan.

Menurut HTI dalam *Struktur Negara Khilafah (Pemerintahan dan Administrasi)* sebuah karya pendiri Hizbut Tahrir An-Nabhani (2014: 14-15) menjelaskan

bahwa sistem pemerintahan Islam yang diwajibkan oleh Tuhan alam semesta adalah sistem *Khilafah*. Di dalam sistem *khilafah* ini *khalifah* diangkat berdasarkan *Kitabullah* dan *Sunnah* Rasul-Nya untuk memerintah sesuai dengan wahyu yang Allah turunkan.

Hal tersebut sebagaimana firman Allah kepada Rasul-Nya

فَأَحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ

“Karena itu, putuskanlah diantara mereka menurut apa yang telah Allah turunkan dan janganlah kamu menuruti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu” (al-Maidah: 48).

Seruan Allah Swt kepada Rasulallah Saw untuk memutuskan perkara ditengah-tengah mereka dengan wahyu yang telah Allah turunkan juga merupakan seruan bagi umat beliau. Oleh karena itu hendaknya kaum Muslim mewujudkan seorang hakim (penguasa) setelah Rasulullah Saw untuk memutuskan perkara di tengah-tengah mereka sesuai dengan wahyu yang telah Allah turunkan.

Perintah dalam seruan ini bersifat tegas karena yang menjadi objek seruan adalah wajib. Sebagaimana dalam ketentuan ushul, ini merupakan indikasi yang menunjukkan makna yang tegas. Hakim (penguasa) yang memutuskan perkara di tengah-tengah kaum Muslim setelah wafatnya *Rasululloh Saw* adalah *khalifah*, sedangkan sistem pemerintahannya adalah *khilafah*. Apalagi menegakkan hukum-hukum *hudud* dan ketentuan

seluruh hukum syariah adalah wajib. Kewajiban ini tidak akan terlaksana tanpa adanya penguasa, sedangkan kewajiban yang tidak sempurna kecuali dengan adanya sesuatu, maka keberadaan sesuatu itu hukumnya wajib. Artinya, mewujudkan penguasa yang menegakkan hukum syariah hukumnya adalah wajib. Dalam hal ini, penguasa yang dimaksud adalah *khalifah* dan sistem pemerintahannya adalah sistem *khilafah*. *Khilafah Islamiyah* bagi HTI merupakan sebuah eksistensi politik praktis yang menerapkan Islam, serta menyebarkannya ke seluruh dunia dengan dakwah dan jihad (al-Amin, 2012: 18).

Qodir (2013: 84) menjelaskan bahwa untuk memperjelas karakteristik entitas *khilafah Islamiyah* menurut HTI, dapat dilihat melalui dua buah pasal dari naskah konstitusi *khilafah* yang ditawarkan oleh HTI. Berikut ini pasal tersebut:

Pasal 1

“Akidah Islam adalah landasan negara. Tidak diperbolehkan mengambil atau menerapkan landasan landasan lain di dalam struktur dan aspek aspek pemerintahan kecuali Islam. Islam juga merupakan sumber dari konstitusi dan peraturan hukum negara. Tidak ada sumber hukum lain yang diperbolehkan untuk diterapkan kecuali berasal dari Islam”

Pasal 22

Sistem pemerintahan dibangun atas dasar empat prinsip:

- a. Kedaulatan berada di tangan hukum Islam.
- b. Kekuasaan berada di tangan umat.

- c. Seluruh umat Islam berkewajiban untuk memilih seorang *khalifah*.
- d. Hanya *khalifah* yang berhak untuk mengadopsi peraturan hukum yang didasarkan atas hukum Islam”

2. Syarat-syarat Seorang Khalifah

Menurut Kareem Newell (1840: 7) dalam *Accountability in the Khilafah* menjelaskan bahwa syarat seorang khalifah ada tujuh yaitu muslim, laki-laki, baligh, berakal, adil, merdeka dan mampu. Bagi HTI dalam diri seorang *khalifah* wajib terpenuhi tujuh syarat sehingga ia layak menduduki jabatan *khalifah*. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh anNabhani (2014: 35-40) bahwa tujuh syarat tersebut merupakan syarat legal dan jika kurang satu syarat saja maka kehilafahannya tidak sah. Ketujuh syarat tersebut ialah:

- a. *Khalifah* harus seorang Muslim

Syarat ini berdasarkan pada firman Allah SWT

وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا

“Allah sekali kali tidak akan memberikan jalan kepada orang kafir untuk memusnahkan orang mukmin” (*An Nisa: 141*)

Firman tersebut dipahami bahwa Allah telah mengharamkan adanya jalan bagi orang kafir untuk menguasai kaum Mukmin, maka haram hukumnya kaum Muslim menjadikan orang kafir sebagai penguasa atas mereka.

b. *Khalifah* harus seorang laki laki

Syarat ini berdasarkan pada sabda Rasulullah Muhammad Saw.

لَنْ يُفْلِحَ قَوْمٌ وَلَوْ أَمَرَهُمْ امْرَأَةٌ

“Tidak akan pernah beruntung suatu kaum yang menyerahkan urusannya kepada perempuan” (HR al Bukhari)

Hadits tersebut dipahami bahwa pemberitahuan Rasul Saw yang menafikan keberuntungan bagi seorang yang menyerahkan urusannya kepada seorang wanita merupakan larangan, karena itu pemberitahuan itu datang dengan membawa celaan kepada orang yang menyerahkan urusannya kepada seorang wanita, yaitu dengan menafikkan keberuntungan bagi mereka.

c. *Khalifah* harus balig

Seorang *khalifah* haruslah seseorang yang memenuhi syarat baligh, maksudnya ialah dapat dibebani hukum. Kriteria orang yang dapat dibebani hukum ialah orang yang dewasa dan berakal sehat (Djunaedi 2005: 65). Ini berdasarkan pada sabda Rasulullah Muhammad Saw.

رُفِعَ الْقَلَمُ عَنْ ثَلَاثَةٍ: عَنِ النَّائِمِ حَتَّى يَسْتَيْقِظَ، وَعَنِ الصَّبِيِّ حَتَّى يَخْتَلِمَ، وَعَنِ الْمَجْنُونِ حَتَّى يَعْوَلَ

“Telah diangkat pena (beban hukum) dari tiga golongan: dari anak anak hingga ia balig, dari orang yang tidur hingga ia bangun, dan dari rusak akalnya hingga ia sembuh” (HR Abu Dawud)

Hadits tersebut dipahami bahwa orang yang telah diangkat pena (beban hukum) darinya tidak sah mengelola urusannya, secara syar'i ia bukan seorang *mukallaf*. Karena itu ia tidak sah menjadi *khalifah* atau menduduki jabatan sebagai penguasa, karena ia tidak memiliki hak untuk mengelola berbagai urusan.

d. *Khalifah* harus orang yang berakal

Syarat ini merupakan korelasi dari dasar hukum syarat ketiga, yang mana orang gila tidak diperkenankan mengurus segala urusan. Hal ini dikarenakan akal merupakan tempat pembebanan hukum dan syarat bagi absahnya aktifitas pengaturan berbagai urusan. Sementara orang gila mengurus urusannya sendiri saja tidak mampu, bagaimana ia bisa mengurus urusan umat.

e. *Khalifah* harus seorang yang adil

Syarat ini berdasarkan firman Allah Swt.

وَأَشْهِدُوا ذَوَيْ عَدْلٍ مِّنكُمْ

“..... dan persaksikanlah dengan dua orang saksi yang adil di antara kalian....” (QS *ath Thalaq* : 2)

Firman tersebut dipahami, bahwa oprang yang kedudukannya lebih tinggi dari seorang saksi adalah *khalifah*, karena itu lebih utama lagi jika ia harus seorang yang adil. Sebab jika sifat adil telah disyaratkan bagi seorang saksi, tentu sifat ini lebih utama jika disyaratkan bagi *khalifah*.

f. *Khalifah* harus orang merdeka

Syarat ini berdasarkan pemahaman bahwa, seorang hamba sahaya adalah milik tuannya sehingga ia tidak sah memiliki kewenangan untuk mengatur urusannya sendiri. Dengan demikian maka ia lebih tidak memiliki kewenangan untuk mengatur urusan orang lain.

g. *Khalifah* harus orang yang mampu

Seorang *khalifah* haruslah orang yang memiliki kemampuan menjalankan amanah kekhalifahan. Orang yang lemah tidak akan mampu menjalankan urusan urusan rakyat sesuai dengan al Quran dan Sunnah, yang berdasarkan keduanya ia di baiat (an-Nabhani, 2005: 24).

3. Metode Pengangkatan *Khalifah*

Ketika syariah mewajibkan umat Islam untuk mengangkat seorang *khalifah* bagi mereka, syariah juga telah menentukan metode pengangkatan yang harus dilakukan untuk mengangkat *khalifah*. Metode ini ditetapkan dengan al Kitab, as Sunnah dan ijma Sahabat. Metode tersebut ialah baiat, oleh karena itu pengangkatan *khalifah* dilakukan dengan baiat kaum muslimin kepadanya untuk memerintah berdasarkan *Kitabullah* dan *Sunnah Rasulullah Saw*. Kaum Muslim yang dimaksud ialah kaum Muslim yang menjadi rakyat *khalifah* sebelumnya, jika *khalifah* sebelumnya itu ada, atau kaum Muslim penduduk suatu wilayah yang disitu hendak diangkat seorang

Khalifah, jika sebelumnya tidak ada *khalifah* (an-Nabhani, 2014: 41).

Dijelaskan lebih lanjut, bahwa kedudukan baiat sebagai metode pengangkatan *khalifah* telah ditetapkan berdasarkan baiat kaum Muslim kepada Rasulullah Saw dan berdasarkan perintah Rasulullah Saw kepada umat Islam untuk membaiat seorang Imam. Bagi HTI masalah baiat telah tercantum dalam firman Allah sebagai berikut;

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِذَا جَاءَكَ الْمُؤْمِنَاتُ يُبَايِعْنَكَ عَلَىٰ أَنْ لَا يُسْرِكْنَ بِاللَّهِ شَيْئًا وَلَا يَسْرِقْنَ وَلَا يَزْنِينَ وَلَا يَقْتُلْنَ أَوْلَادَهُنَّ وَلَا يَأْتِينَ بِبُهْتَانٍ يَفْتَرِينَهُ بَيْنَ أَيْدِيهِنَّ وَأَرْجُلِهِنَّ وَلَا يَعْصِينَكَ فِي مَعْرُوفٍ

“Hai Nabi, apabila datang kepadamu perempuan perempuan yang beriman untuk mengadakan janji setia, bahwa mereka tidak akan mempersekutukan sesuatu pun dengan Allah, tidak akan mencuri, tidak akan berzina, tidak akan membunuh anak anaknya, tidak akan berbuat dusta yang mereka ada adakan antara tangan dan kaki mereka, dan tidak akan mendurhakaimu dalam urusan yang baik, maka terimalah janji setia mereka” (QS Mumtahanah: 12).

Dari uraian tersebut di atas, menjelaskan bahwa HTI mencoba untuk meniru apa yang dilakukan oleh Rasulullah Muhammad Saw pada masanya. Hal tersebut dapat dilihat dari metode pengangkatan *khalifah* yaitu dengan cara baiat. Hal tersebut sebagaimana penjelasan Sulaiman pada saat interview dengan peneliti tanggal 08 Mei 2015 jam 16.00 Wib, bahwa HTI dalam menentukan seorang khalifah ialah meniru Rasulullah dimana pada saat itu para sahabat dan perwakilan kabilah berbaiat kepadanya.

Namun hingga saat ini baiat belum didapatkan oleh HT baik di Indonesia maupun negara lain. Padahal jika dilihat dari berdirinya HT pada tahun 1953 dan HTI pada tahun 2000 sesungguhnya sudah cukup lama mereka eksis. Akan tetapi walaupun *khilafah Islamiyah* yang didapatkan melalui metode baiat belum berhasil hingga saat ini HTI masih terus memperjuangkannya.

Oleh karena itu pada bab berikutnya peneliti akan membahas dan menguraikan mengenai komunikasi organisasi dan strategi komunikasi HTI Banyumas di dalam usahanya untuk mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Sehingga dapat diketahui apa saja yang sudah dilakukan oleh HTI untuk mencapai cita-cita organisasinya dari sudut pandang komunikasi.

BAB IV
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA
PENELITIAN KOMUNIKASI ORGANISASI

Penyajian dan analisis data yang disajikan adalah hasil observasi dan interview peneliti pada Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Banyumas, yaitu dengan menggambarkan komunikasi organisasi dan strategi komunikasinya sebagai upaya mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Berikut ini penyajian dan analisis data tersebut.

A. Komunikasi Organisasi HTI Banyumas

1. Unsur-unsur Komunikasi HTI Banyumas

Sebelum masuk pada strategi komunikasi HTI Banyumas perlu kiranya peneliti ungkapkan terlebih dahulu apa dan siapa saja unsur komunikasi di dalam HTI Banyumas. Hal ini dikarenakan tanpa adanya unsur-unsur komunikasi di dalam HTI Banyumas maka strategi komunikasi HTI Banyumas juga tidak akan berjalan. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan pada bab dua bahwa menurut Harold D. Laswel, sebuah strategi komunikasi dapat diketahui dengan membuat salah satu pertanyaan, “siapa komunikatornya?”.

Oleh karena itu berikut ini peneliti jelaskan tunsur-unsur komunikasi HTI Banyumas:

a. Sumber

Sumber sebagaimana peneliti jelaskan di bab sebelumnya merupakan dasar yang digunakan di dalam mentransformasikan pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Adapun sumber dalam komunikasi HTI Banyumas adalah HTI Banyumas itu sendiri. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Sastropoetro bahwa sumber komunikasi bisa berupa organisasi, lembaga, maupun pribadi seseorang.

HTI Banyumas sebagai sumber komunikasi tentunya bukanlah sesuatu yang baru karena usianya saat ini telah mencapai kurang lebih 15 tahun, hal ini diasumsikan beradaskan interview dengan Abdurrouf selaku ketua HTI Banyumas pada 12 Januari 2015 pukul 17.00 WIB di rumahnya. Ia menjelaskan bahwa HTI Banyumas secara de jure berdiri tahun 2005 walaupun secara keanggotaan sebelum tahun 2000 sudah ada. Akan tetapi secara keorganisasian dalam arti terbentuknya kepengurusan yaitu tahun 2000.

HTI Banyumas sebagai sebuah sumber komunikasi tidaklah berdiri sendiri, melainkan memiliki beberapa organisasi sayap. Adapun yang sangat terkenal ialah Gema Pembebasan yang merupakan corong utama HTI secara umum di lingkungan kampus, tak terkecuali HTI Banyumas. Gema Pembebasan Banyumas diketuai oleh saudara Darno. Di dalam pergerakannya, HTI membentuk kelompok mahasiswa dengan sebutan chapter. Chapter

menurut Abdurrouf merupakan kelompok mahasiswa HTI yang sudah bergerak mandiri. Artinya tidak bergantung pada HTI akan tetapi selalu dalam koordinasi HTI.

b. Komunikator

Berdasarkan interview peneliti dengan Sulaiman selaku anggota HTI Banyumas pada 08 Mei 2015 di Sekretariat. Ia menjelaskan bahwa semua orang baik dalam arti pengurus maupun anggota di HTI Banyumas merupakan seorang komunikator. Menurutnya informasi mengenai *khilafah Islamiyah* bisa dilakukan oleh semua orang HTI Banyumas.

Setiap orang HTI Banyumas menurut Sulaiman bisa menjadi komunikator walaupun hanya dengan memberikan media Al Islam sebagai media mingguan yang terbit setiap hari jumat kepada seorang rekannya. Sulaiman juga menegaskan bahwa setiap pesan yang termuat dalam media HTI hendaknya tidak hanya menjadi konsumsi internal HTI melainkan untuk masyarakat secara umum.

Berbeda dengan pandangan Abdurrouf saat interview dengan peneliti pada 09 Maret 2015 pukul 19.00 WIB. Ia menjelaskan bahwa komunikator di dalam HTI Banyumas yang paling pokok ialah dirinya. Terlebih jika komunikasi itu bersifat keluar atau publik. Akan tetapi komunikator juga disesuaikan pada kualitas pengetahuan si komunikator mengenai apa yang akan disampaikan.

Sebagai contoh mengenai usaha atau bisnis, maka komunikatornya harus mengetahui dan memahami mengenai bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip HTI yaitu sesuai dengan hukum Islam. Di dalam observasi peneliti pada kegiatan Workshop Bisnis Islami “Rahasia Sukses Mengembangkan Bisnis Penuh Berkah” pada hari Sabtu, 14 Maret 2015 di Alas Daun Restaurant, komunikator HTI Banyumas dalam bidang bisnis ialah H. Pujiono. Ia adalah ketua dari Pengusaha Rindu Syariah Purwokerto.

c. Pesan

Pesan sebagai sebuah inti dari proses komunikasi tentunya sangat menentukan komunikasi yang berkesinambungan. Artinya komunikasi bisa terus berlangsung karena pesan bisa diterima dengan baik oleh komunikan, terlepas ia akan merepon dengan positif maupun negatif. HTI Banyumas memiliki ciri khas dalam pesannya yaitu:

1) Variatif

Variatif yang peneliti maksud ialah pesan HTI Banyumas senantiasa dikemas dengan banyak variasi. Sebagai contoh berbagai macam pesan bentuk pesan yang peneliti dapatkan ialah; pesan tentang menolak neo liberalisme dan pesan tentang menolak demokrasi.

Jika dilihat sesungguhnya pesan yang variatif tersebut merujuk pada satu hal yaitu *khilafah Islamiyah*. Maksud peneliti ialah

penolakan-penolakan tersebut akan senantiasa diakhiri dengan *khilafah Islamiyah* sebagai solusi kesejahteraan umat. Fariasi yang lain ialah pesan dalam mengkritisi kebijakan pemerintah, diantaranya kebijakan pencabutan subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM) dan kebijakan tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). HTI selalu aktif di dalam mengkritisi kebijakan pemerintah yang menurutnya merugikan rakyat.

2) Kontinuitas

Pesan HTI Banyumas memiliki kontinuitas, maksudnya ialah selalu dilakukan dan terus berkembang. Sebagai contoh pesan tentang penegakkan *khilafah Islamiyah* senantiasa ia lakukan tanpa henti dan dilakukan dengan berbagai macam kemasan. Baik dengan menjelek-jelekan sistem demokrasi maupun dengan mengungkap hal-hal yang menurutnya merupakan kebobrokan-kebobrokan pemerintah.

Kontinuitas pesan bisa dilihat lebih jelas dari contoh pesan mengenai BPJS. Menurut HTI kebijakan BPJS yang lahir dari Undang-Undang No. 40 tahun 2004, merupakan produk liberal yang syarat kepentingan asing. HTI mengawal pesan tentang penolakan BPJS dimulai sejak tahun 2011 yaitu pada saat masih penggodokan

pada tingkat legislatif hingga saat ini dimana BPJS sudah dipraktikan oleh pemerintah. HTI tetap melakukan penolakan dengan berbagai macam alasan yang ia miliki.

3) Konsisten

Pesan HTI yang konsisten yaitu selalu tidak lepas dari tema besar mereka untuk menegakkan *khilafah Islamiyah*. Apapun kemasan pesan yang ditujukan kepada komunikan senantiasa diakhiri dengan pemantapan bahwa *khilafah Islamiyah* merupakan satu-satunya jalan untuk menjawab persoalan umat.

Pesan yang fariatif, kontinu dan konsisten ini tentunya tidak lepas dari kenyataan bahwa HTI Banyumas merupaka perpanjangan tangan dari HTI Jawa Tengah, Nasional dan Internasional. Oleh karena itu menurut peneiliti hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang komunikan agar lebih mudah, cepat dan tepat dalam menerima serta memahami pesan tersebut. Pesan tersbut sebagaimana visi HTI adalah mendirikan *khilafah Islamiyah*, maka sudah barang tentu pesan utama HTI Banyumas ialah mengenai *khilafah Islamiyah*. Akan tetapi kemasannya beragam dan kontinu, misalnya dalam al-wa'ie No.161 tahun XVI,1-31 Januari 2014., menjelaskan tentang *khilafah* sebagai satu-satunya harapan dalam menyelesaikan setiap persoalan. Selanjutnya dalam al-

wa'ie No. 170 Tahun XV, 1-31 Oktober 2014., menjelaskan tentang ilustrasi "Jika Khilafah Tegak di Indonesia".

Dari penjelasan tersebut, menguatkan bahwa pengelolaan pesan HTI sangatlah baik, dikarenakan HTI selalu melontarkan pesan yang dibutuhkan oleh komunikan. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Sulaiman pada saat interview tanggal 08 Mei 2015 bahwa HTI selalu mengambil apa yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk dijadikan pesan. Langkah ini diharapkan akan berhasil karena pesan yang diberikan oleh HTI adalah apa yang menjadi kebutuhan masyarakat secara umum.

Selain itu pesan juga menarik minat kebutuhan pribadi komunikan. Seperti contoh yang peneliti sebutkan di atas mengenai penolakan terhadap pencabutan subsidi BBM. Ini merupakan kebutuhan hampir seluruh masyarakat Banyumas bahkan Indonesia, oleh karena itu akan memungkinkan komunikan untuk ikut berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan HTI Banyumas.

d. Saluran

Saluran komunikasi atau media komunikasi memiliki peranan yang cukup penting karena dapat membantu komunikator dalam menyampaikan pesan dengan baik. Abdurrouf saat interview dengan peneliti pada 09 Maret 2015 menyebutkan bahwa saluran atau media yang digunakan dalam

menyampaikan pesan oleh HTI Banyumas secara umum ialah melalui sosial media seperti twitter dan facebook. Akun twitter HTI Banyumas ialah BanyumasMilikAllah dan akun facebook HTI Banyumas ialah juga menggunakan nama yang sama seperti dalam facebook yaitu BanyumasMilikAllah.

Bagi HTI Banyumas menurut Abdurrouf twitter dan facebook dan sosial media secara umum sangat efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan. Bahkan ia mengistilahkan bahwa “suara media adalah suara tuhan”. Hal ini menjelaskan bahwa HTI cukup jeli di dalam memanfaatkan media sosial.

Selain itu HTI Banyumas menurut Abdurrouf juga menggunakan koran sebagai saluran pesan, yaitu dengan membuat artikel atau perss release kegiatan. Bisa juga dengan mengundang wartawan untuk meliput kegiatan HTI. Tidak hanya itu, HTI Banyumas aktif menggunakan buletin. Adapun buletin resmi HTI adalah Al Islam. Buletin digunakan sebagai media mentransformasikan ide mengenai *khilafah Islamiyah* pada setiap jumat. Adapun penyebarannya melalui masjid-masjid pada saat menjelang sholat jum’at atau setelahnya.

e. Komunikasikan

Berdasarkan hemat peneliti mengenai komunikasikan HTI Banyumas dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu; anggota, pelajar,

mahasiswa, organisasi kemasyarakatan, masyarakat umum dan pemerintah. *Anggota* merupakan kader dari HTI Banyumas, adapun komunikasi yang dilakukan kepada anggota adalah dalam rangka penguatan prinsip-prinsip HTI. Bentuk komunikasinya berupa diskusi rutin mingguan dan bulanan, walaupun dalam praktiknya tidak bisa selalu berjalan. Akan tetapi diskusi juga dilakukan melalui sosial media dalam komunitas-komunitas grup.

Pelajar merupakan komunikan HTI Banyumas yang setatusnya sedang melakukan proses pembelajaran di sekolah. Komunikasi kepada pelajar adalah dalam rangka melakukan kaderisasi dalam bentuk pendampingan sejak dini. Hal ini memungkinkan bagi HTI Banyumas agar supaya memperoleh kader yang militan dikarenakan sudah digodok sejak usia pelajar..

Mahasiswa merupakan komunikan HTI Banyumas yang setatusnya sedang melakukan proses pembelajaran ditingkat perguruan tinggi atau universitas. Komunikasi kepada mahasiswa adalah dalam rangka melakukan kaderisasi lanjutan setelah mereka para pelajar memasuki jenjang perkuliahan. Sehingga memungkinkan HTI untuk selalu melakukan pengawalan terhadap seseorang yang akan dibidik sebagai kader. Selain itu memberi peluang kepada HTI untuk mendapatkan seorang kader yang memiliki

ketajaman intelektual dibandingkan dengan orang awam.

Organisasi kemasyarakatan ialah sebuah komunitas atau sekumpulan orang yang aktif dalam melakukan kegiatan sosial kemasyarakatan baik kegiatan keagamaan maupun ekonomi serta politik. Sedangkan komunikasi yang dilakukan kepada organisasi kemasyarakatan oleh HTI dimaksudkan untuk mendapatkan dukungan moral dari organisasi tersebut agar mau bersama-sama memperjuangkan ideologi HTI.

Masyarakat Umum ialah mereka orang-orang secara keseluruhan di wilayah Banyumas khususnya dan Indonesia umumnya. Komunikasi kepada masyarakat umum dimaksudkan untuk menyadarkan masyarakat tentang posisinya sebagai seorang umat untuk mendapat pelayanan dari negara. Oleh karena itu, menyajikan data-data faktual merupakan hal yang mesti dilakukan oleh HTI di dalam membentuk opini publik. Termasuk juga tawaran solusi setiap persoalan masyarakat menurut Islam.

Pemerintah ialah mereka para aparatur negara baik ditingkat kabupaten provinsi maupun pusat yang meliputi eksekutif, legislatif dan yudikatif. Adapun komunikasi yang dilakukan kepada pemerintah adalah untuk melakukan kontrol dan mengkritisi setiap kebijakan yang merugikan rakyat, misalnya tentang pencabutan subsidi BBM untuk rakyat oleh

pemerintah. Komunikasi yang berjalan selama ini ialah dengan melakukan aksi jalanan atau biasa disebut secara umum dengan demo. Selain itu dengan berkunjung ke instansi-instansi pemerintah seperti, polres dan polsek, kemenag, kemendikbud. Mendatangi eksekutif dan legeslatif juga dilakukan oleh HTI Banyumas di dalam menyuarakan *khilafah Islamiyah* dengan mengkritisi kebijakan-kebijakan yang dianggap merugikan rakyat sebagaimana peneliti jelaskan di atas.

f. Efek

Efek yang diharapkan oleh HTI dari komunikasi yang dilakukan adalah adanya kepercayaan umat terhadap HTI. Adanya kepercayaan umat akan memungkinkan mereka untuk sama-sama memperjuangkan tegaknya *khilafah Islamiyah*. Namun sejauh ini efek yang diharapkan oleh HTI menurut hemat peneliti baru pada tahap pemahaman publik bahwa *khilafah Islamiyah* ialah tujuan HTI.

Menurut Sulaiman efek tolak ukur yang paling sederhana hingga saat ini ialah masyarakat secara umum mengetahui bahwa ketika berbicara tentang *khilafah Islamiyah* sama dengan berbicara HTI. Menurutnya dulu masyarakat seringkali ketukar dalam melafalkan dan memahami antara *khilafah* dengan *khilafiah*. Namun saat ini istilah tersebut sudah cukup melekat pada pemikiran masyarakat luas.

Sementara itu Abdurrouf menjelaskan bahwa paling tidak masyarakat tau bahwa ada organisasi yang memiliki konsep Islam, baik tentang kenegaraan, ekonomi, hukum dan lain sebagainya. Hal ini memang benar adanya menurut obesrvasi peneliti. Bebrapa produk buku yang berkaitan dengan konsep-konsep tersebut. Selalu diperbanyak oleh HTI dan disebar ke berbagai kota dan daerah, tak terkecuali Banyumas. Buku-buku tersebut diantaranya, *Mafahim Hizbut Tahrir, Struktur Negara Khilafah, Pembentukan Partai Politik Islam*, dan lain-lain.

g. Umpan balik

Umpan balik sebagai sebuah respon balik dari komunikasi yang dilakukan oleh HTI melalui komunikatornya yaitu berupa tanggapan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikatornya. Sebagai contoh tanggapan yang dilakukan oleh komunikan pada saat komunikasi dilakukan melalui kegiatan Halaqoh Islam dan Peradaban tentang Indonesia Darurat Maksiat pada 26 April 2014.

- 1) Khotam, memberi tanggapan tentang lokalisasi prostitusi bahwa penawaran tentang jasa seksual itu ada karena adanya pelayanan. Oleh karena itu ia berharap agar supaya lokalisasi dihilangkan. Selain itu penyelesaian dengan syariat mengenai kemaksiatan adalah hal yang mustahil dikarenakan fakta masyarakat disekitar

Baturraden, mereka lebih suka diajak dangdutan dari pada pengajian.

- 2) Ahmad, memberi tanggapan mengenai konsep *amar ma'ruf nahi munkar* yang disampaikan oleh komunikator HTI yaitu Agus Siswanto guna menyelesaikan persoalan maskiat yang sudah merajalela. Tanggapan tersebut yaitu pesimisme dirinya bahwa amar ma'ruf nahi munkar tidak mungkin dilakukan di dunia nyata karena ia hanya berupa teori pada al-Qur'an. Oleh karena itu ia lebih sepakat bahwa penyelesaian maksiat ialah dengan hukum pemerintah.

Dari dua umpan balik tersebut dalam kasus Indonesia darurat maksiat dapat peneliti katakan komunikasinya tidak berhasil karena umpan balik yang ada justru melemahkan keinginan komunikator untuk menyelesaikan kemaksiatan melalui syariat Islam. sementara keberhasilan dalam komunikasi manakala komunikator memberikan umpan balik yang berupa respon positif atau bisa dikatakan sepakat dengan komunikator.

Akan tetapi ada contoh umpan balik yang positif yaitu, umpan balik yang dilakukan oleh Heru, dimana umpan balik tersebut berupa tanggapan tentang pesan dalam pamlet yang berisi informasi kegiatan Rapat dan Pawai Akbar. Berdasarkan pengakuan Heru kepada peneliti, ia melakukan kontak (umpan balik) terhadap informasi itu kepada saudara

Sulaiman untuk mengetahui lebih jauh mengenai acara tersebut. Berdasarkan temuan peneliti ia juga benar-benar mengikuti kegiatan Rapat dan Pawai Akbar tersebut di alun-alun Simpang Lima Semarang.

2. Media Komunikasi HTI Banyumas

Sebagaimana peneliti sebutkan di awal bahwa dalam melakukan kegiatan jihad atau dakwah, sebuah organisasi haruslah menggunakan strategi yang tepat satu diantaranya yang cukup penting adalah pemilihan media yang tepat. Hal ini juga dilakukan oleh HTI Banyumas dalam upayanya mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Guna memudahkan pemahaman dalam melihat media yang digunakan HTI Banyumas peneliti membaginya kedalam dua kualifikasi yaitu:

a. Media Cetak

1) Pamflet

Pamflet merupakan media cetak yang cukup klasik namun masih cukup efektif untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Pamflet menjadi pilihan sebagai media komunikasi oleh HTI Banyumas karena murah. Pada era modern seperti sekarang ini pamflet juga tidak harus selalu dicetak dalam lembaran kertas. Hal ini dikarenakan bebrapa pamflet seringkali berbentuk file foto digital. Sehingga pamflet tersebut bisa dipublikasikan melalui media elektronik yang memiliki perangkat internet.

Hampir setiap kegiatan HTI di iklankan atau dikomunikasikan kepada khalayak melalui pamflet ini. Pamflet cetakan kertas yang peneliti dapatkan yaitu tentang kegiatan Rapat dan Pawai Akbar. Adapun pamflet digital yang peneliti dapatkan ialah mengenai kegiatan buka bersama yang dilaksanakan pada Jumat 11 Juli 2014 di Alun-alun Purwokerto, selain itu

2) Tabloid

Tabloid sebagai sarana media komunikasi HTI Banyumas, sesungguhnya bukanlah terbitan asli HTI Banyumas, melainkan terbitan DPP HTI. Tabloid tersebut bernama Media Umat dan diterbitkan setiap dua minggu sekali serta disebarakan ke berbagai wilayah seluruh Indonesia.

Menurut Abdur Rauf tabloid Media Umat, lebih diperuntukan pada masyarakat umum. Hal ini dikarenakan isinya pemikiran yang renyah dan bersifat ringan. Sehingga akan mudah dipahami oleh para pembacanya atau komunikasi secara umum, dengan demikian maka pesan akan sampai pada komunikasi dengan baik.

3) Buletin

Buletin resmi HTI adalah Al-Islam. Buletin digunakan sebagai media komunikasi dalam menyebarkan ide mengenai khilafah Islamiyah dan isu-isu aktual yang dilaksanakan pada setiap jumat. Sebagai contoh dalam edisi 22 Agustus 2014

mengambil tema tentang “Khilafah Ar-Rasyidah Dan Filosofi Bernegara Dalam Islam”, edisi 26 Desember 2014. Adapun temanya ialah “Refleksi Akhir Tahun 2014 Indonesia Semakin Liberal dan Terjajah”. Penyebaran buletin Al Islam dilakukan melalui masjid-masjid pada saat menjelang sholat jum’at atau setelahnya. Menurut Abdurrouf buletin Al Islam, permintaannya menembus angka ribuan setiap jumatnya.

4) Majalah

HTI memiliki majalah resmi yaitu Al-Wa’ie. Majalah ini lebih diperuntukan untuk internal anggota HTI walaupun eksternal HTI juga diperbolehkan. Lebih dikhususkan untuk internal dikarenakan, tema-tema yang dibahas dalam majalah al-Wa’ie cenderung membutuhkan diskusi lanjutan. Artinya tidak cukup hanya dengan membaca tanpa bertukar pikir dengan anggota yang lain.

Majalah al-wa’ie merupakan majalah bulanan yang disiapkan oleh DPP HTI sebagai media komunikasi dalam melakukan ideologisasi. Majalah ini adalah majalah bulanan, maksudnya dicetak dan didistribusikan hanya satu bulan sekali ke seluruh DPD I dan DPD II HTI se Indonesia.

5) Buku

Buku menjadi salah satu media komunikasi HTI untuk menyebarkan pesan mengenai *khilafah*

Islamiyah. Buku-buku tersebut biasanya merupakan terjemahan dari buku-buku karya pimpinan dan pendiri HT yaitu Syeikh Taqiyyudin An-Nabhani. Selain itu ada pula buku-buku yang memang merupakan karya HTI dan dijadikan sebagai pedoman bagi anggota HTI.

Beberapa buku yang pernah diterjemahkan dan ataubdicetak oleh HTI serta disebarakan oleh HTI Banyumas ialah; Mafahim Hizbut Tahrir, Sistem Pergaulan Dalam Islam, Kepribadian Dalam Islam jilid satu dan dua terjemah dari buku Asy Syakhriyah al Islamiyah, Sistem Keuangan Negara Khilafah, Manifesto Hizbut Tahrir Indonesia; Indonesia, Khilafah dan Penyatuan Kembali Dunia Islam, Benturan Peradaban Sebuah Keniscayaan, Daulah Islam, Konsepsi Politik Hizbut Tahrir, Khilafah Rosyidah yang telah dijanjikan dan Tantangan-tantangannya, Pilar-pilar Pengokoh Nafsiyah Islamiyah, Struktur Negara Khilafah, Pemerintahan dan Administrasi, Syakhsiyah Islamiyah, Pembentukan Partai Politik Islam, Peraturan Hidup Dalam Islam, Kegoncangan Pasar Modal di Barat.

6) Perss

Perss atau surat kabar menjadi media bagi HTI Banyumas dalam menyampaikan pesan kepada publik melalui pengiriman berita atau perss release dan juga dengan mengundang wartawan untuk meliput kegiatan yang mereka adakan. Artinya

perss merupakan media komunikasi milik umum yang juga dimanfaatkan oleh HTI di dalam melakukan tindakan komunikasi. Beberapa perss yang biasa digunakan oleh HTI Banyumas sebagai media komunikasi adalah, koran suara banyumas dan koran radar banyumas.

b. Media Elektronik

1) Radio

Radio HTI, bukanlah sebagaimana radio komersil, melainkan lebih dikenal dengan istilah HTI Radio Chanel yang terkordinasi dengan HTI Chanel secara internasional. Radio HTI Chanel tidak memiliki frekuensi sebagaimana radio pada umumnya. Oleh karena itu Radio HTI Chanel tidak ada aktifitas on air, semuanya of air. Namun siapapun bisa mengaksesnya tentunya yang melek teknologi. Hal ini dikarenakan Radio HTI Chanel adalah layanan komuniasi yang masuk pada layanan internet. Radio HTI Chanel dapat diakses melalui *hizbut-tahrir.or.id*.

Namun berdasarkan penelusuran peneliti tidak ada berita atau tema apapun yang muncul dalam Radio HTI Chanel mengenai HTI Banyumas. Fakta ini setelah peneliti kroscek kepada Sulaiman menurutnya ia tidak mengetahui sebab musababnya karena itu dikelola oleh pusat dan yang pasti menurutnya radio HTI Chanel tidak melakukan peliputan langsung. Adapun menurut Abdurrouf menjelaskan bahwa itu dikarenakan HTI Banyumas mengalami kesulitan

dalam mengirim file berupa rekaman. Berbeda ketika file itu berupa tulisan maka akan lebih mudah untuk mengirimnya.

Adapun menurut Heri selaku DPD I HTI Jawa Tengah pada saat kegiatan Rapat dan Pawai Akbar 10 Mei 2015 di Simpang Lima menjelaskan kepada peneliti bahwa itu semua dikarenakan Radio HTI Chanel merupakan media baru dan masih dalam tahap pengembangan. Sehingga ada beberapa keterbatasan dalam menampung kapasitas pendengar. Jangkauannya hanya mencapai seribu pendengar.

2) Televisi

Sebagaimana Radio HTI, Televisi HTI juga bukanlah televisi komersil, melainkan hanya sebuah ruang media dalam internet yang menyajikan informasi-informasi seputar khilafah dalam bentuk rekam video. HTI TV Chanel juga tergabung dalam wadah HTI Chanel. Sebagaimana Radio HTI Chanel TV HTI Chanel juga bisa diakses melalui Radio HTI Chanel dapat diakses melalui hizbut-tahrir.or.id.

Namun sangat disayangkan berdasarkan penelusuran peneliti tidak ada berita atau tema rekaman video mengenai aktifitas HTI banyumas. Hal ini sebagaimana radio HTI Chanel HTI TV Chanel juga dikelola oleh pusat dan merupakan media baru serta masih dalam tahap pengembangan oleh karena itu masih banyak memerlukan perbaikan.

Adapun yang peneliti temukan dalam TV HTI Chanel ialah beberapa video rekaman tentang Treaser Konferensi Islam dan Peradaban, Ceramah Kusman Sadiq tentang Membaca Trend Opini Publik Tentang Politik Islam, dalam acara Halaqoh Islam dan Peradaban, Ceramah Syafii Mufid tentang Membaca Trend Opini Publik Tentang Politik Islam, dalam acara Halaqoh Islam dan Peradaban dan lain-lain.

3) Internet

Menurut hemat peneliti internet merupakan media yang paling diandalkan oleh HTI banyumas, hal ini dikarenakan biayanya cenderung murah dan mencakup fasilitas yang cukup beragam. Melalui internet HTI memiliki media komunikasi dalam bentuk website, facebook, twitter dan HTI Chanel. Menurut Abdurrouf faslitias sosial media yang digunakan oleh HTI Banyumas menggunakan nama HTI Banyumas dan sejenisnya. Akan tetapi dalam penelusuran peneliti nama facebook HTI Banyumas, tidak mencantumkan nama HTI melainkan “BanyumasMilikAllah”. Hal tersebut tepat dengan informasi yang diberikan oleh Sulaiman bahwa akun facebook dan twitter HTI adalah “BanyumasMilikAllah”

Website HTI Banyumas tidak peneliti temukan yang ada hanya Website DPP HTI. Namun informasi-informasi yang dimuat mencakup HTI dari berbagai wilayah kota atau kabupaten maupun provinsi dan nasional bahkan internasional. Informasi tentang HTI

Banyumas yang peneliti temukan di website <http://hizbut-tahrir.or.id> adalah mengenai kegiatan aksi solidasritas untuk palestina, dimana HTI Banyumas menyerukan untuk mengirim tentara ke Palesitna dan mengutuk aksi kebiadaban Israel atas Palestina dan lain-lain.

3. Model Komunikasi HTI Banyumas

a. Komunikasi Intrenal

1) Komunikasi ke bawah

Komunikasi kebawah terjadi dari individu yang berada pada kedudukan lebih tinggi dalam hierarki organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan lebih rendah. Artinya komunikasi ke bawah bisa dipastikan lebih cenderung bersifat instruksi dari seorang pimpinan atau ketua kepada bawahannya.

Instruksi ini dilakukan jika ada hal-hal atau kasus tertentu, misalnya target khusus untuk mensukseskan isu tertentu. Sebagai contoh isu tentang “Indonesia Darurat Maksiat”, isu ini menghasilkan keputusan dalam bentuk instruksi untuk mengadakan kegiatan Halaqoh Islam dan Peradaban pada 26 April 2015 di kelurahan Sokanegara.

Instruksi menurut Sulaiman diberikan kepada dirinya oleh seorang ketua untuk mengawal isu tersebut melalui kegiatan

sebagaimana tersebut di atas. Berdasarkan instruksi tersebutlah kemudian kegiatan dilaksanakan dan adapun detailnya diserahkan kepada panitia pelaksana yang diketuai oleh Sulaiman.

2) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas, biasanya lebih bersifat respon dari instruksi ketua dan juga laporan dari tugas yang telah diberikan. Sebagai contoh instruksi mengenai pengawalan isu BPJS, seorang ketua menginstruksikan untuk melakukan kajian mengenai keburukan program BPJS. Maka setelah melakukan kajian, bawahan yang mendapat tugas tersebut akan melakukan laporan kepada ketua. Walaupun demikian ini biasanya terjadi di dalam forum diskusi.

Komunikasi ke atas juga terjadi dalam rapat koordinasi lajnah dengan ketua. Koordinasi biasanya berkaitan dengan persiapan kegiatan yang akan dilaksanakan atau evaluasi dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Sebagai contoh persiapan dan evaluasi kegiatan Indonesia Congres Muslim Student, diantaranya ialah menyiapkan pesan yang akan disampaikan dan siapa komunikatornya serta akan dilaksanakan dimana. Adapun setelah kegiatan berlangsung, evaluasi biasanya meliputi berapa jumlah peserta dan tindak lanjutnya bagaimana.

3) Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang terjadi lintas fungsi dan lintas tingkatan dalam tubuh HTI Banyumas. Komunikasi diagonal memiliki peranan yang cukup penting di dalam situasi dimana para anggota sebuah organisasi tidak dapat berkomunikasi secara efektif melalui jalur-jalur komunikasi secara konvensional. Komunikasi diagonal terjadi seringkali bersifat alamiah, hal ini dikarenakan lintas fungsi seringkali terjadi di HTI Banyumas untuk mempercepat alur informasi internal.

Lintas fungsi yang peneliti maksud dalam hal ini adalah, seringkali beberapa kegiatan dapat dilakukan tidak berdasarkan pada tanggungjawab lajnah, sebagai contoh lajnah intelektual yang fokusnya melakukan kegiatan seperti diskusi pada kenyataannya bisa saja mengadakan kegiatan lain. Hal ini sebagaimana ungkapan Abdurrouf bahwa kegiatan-kegiatan HTI Banyumas seringkali dilakukan secara sertaserta berdasarkan siapa anggota yang siap melaksanakan kegiatan tersebut.

4) Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal muncul paling sedikit karena beberapa alasan yaitu; untuk mengkoordinasikan penugasan kerja, berbagi

informasi mengenai rencana kerja dan kegiatan, untuk memecahkan masalah, untuk memperoleh pemahaman bersama, untuk mendamaikan, berunding dan menengahi perbedaan, dan untuk menumbuhkan dukungan.

Hal ini pula yang terjadi di dalam komunikasi HTI Banyumas. Sulaiman pada saat interview dengan peneliti tanggal 08 Mei 2015 di sekretariat HTI Banyumas menceritakan bahwa HTI Banyumas dalam melakukan kegiatannya sering kali dimulai dengan melakukan koordinasi antar lajnah atau departemen.

Komunikasi horizontal lebih cenderung terjadi pada saat koordinasi antar lajnah. Misalnya, untuk melakukan persiapan kegiatan agar berjalan dengan baik. Harapannya adalah, setiap lajnah yang ada dibawah koordinasi seorang ketua, dapat membantu kegiatan satu sama lain. Di dalam hal ini termasuk untuk menyikapi setiap isu yang berkembang khususnya mengenai pemerintahan. Hal ini dimaksudkan agar supaya pengurus dan kader memiliki pemahaman yang sama terhadap isu tersebut.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa komunikasi internal lebih bersifat penguatan organisasi karena semuanya terjadi di dalam organisasi guna tercapainya kerjasama

yang baik agar segala fungsi struktur berjalan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Di dalam komunikasi internal jika dilihat dari bentuk komunikasinya maka yang terjadi adalah komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Sebagai contoh komunikasi interpersonal antara ketua dengan bawahan dalam memberikan instruksi kegiatan. Sedangkan contoh komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang terjadi pada saat rapat koordinasi pemberangkatan kegiatan Rapat dan Pawai Akbar pada 09 Mei 2015. Masuk dalam kualifikasi komunikasi kelompok karena komunikasi yang dilakukan oleh seorang ketua kepada para koordinator sebagai komunikan masing-masing wilayah kecamatan Banyumas lebih dari dua orang dan mereka saling kenal serta terdapat hubungan secara psikologis karena sama-sama anggota HTI.

b. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eskternal pada umumnya meliputi empat hal yaitu; hubungan masyarakat, periklanan, promosi, dan survei konsumen. Berikut ini gambaran dan analisis mengenai praktik komunikasi eksternal HTI.

1) Hubungan masyarakat

Komunikasi dengan masyarakat, merupakan langkah pertama HTI Banyumas untuk menyadarkan masyarakat dari belenggu pemerintah, melalui pemaparan fakta-fakta negative dari program yang dicanangkan pemerintah, diantaranya yaitu, pencabutan subsidi BBM. Melalui pemaparan tersebut HTI Banyumas berharap masyarakat secara umum akan memiliki kepercayaan yang lebih kepada HTI Banyumas sebagai pembela rakyat.

2) Periklanan

Komunikasi dalam bentuk periklanan dilakukan oleh HTI melalui pamflet dan media massa. Iklan disini bukan sebagaimana iklan dalam perspektif televisi. Melainkan lebih cenderung pada informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan HTI.

Sebagaimana dijelaskan oleh Sulaiman bahwa dalam periklanan HTI menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan dan informasi mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan.

Contohnya iklan tentang Liqo Syawal dan penerbitan kegiatan tersebut oleh media massa lokal yaitu Radar Banyumas. Adapun yang terbaru ialah iklan kegiatan yang sudah terlaksana mengenai Rapat dan Pawai Akbar HTI

yang dilaksanakan di Simpang Lima Semarang diiklankan melalui Radar Banyumas pada Rabu 13 Mei 2015.

Contoh lain yaitu tulisan tentang penolakan terhadap demokrasi kapitalis, yang diliput oleh media masa lokal yaitu Radar Banyumas pada 27 Oktober 2014. Promosi juga dilakukan melalui media sosial, promosi yang dilakukan biasanya berupa informasi mengenai kegiatan terdekat HTI yang akan dilaksanakan. Contohnya ialah informasi tentang kegiatan Rapat dan Pawai Akbar HTI yang akan dilaksanakan pada Sabtu 30 Mei 2015 di Jakarta.

3) Promosi

Promosi sering kali dilakukan dengan mengadakan kegiatan berupa seminar, misalnya seminar bisnis syariah yang diadakan pada hari Sabtu 14 Maret 2015 di Rumah Makan Alas Daun. Menurut hepap peneliti, langkah ini digunakan HTI Banyumas, untuk menarik para kaum muda yang menekuni bidang bisnis atau wiraswasta agar mau belajar dan mendalami bisnis dengan para pakar bisnis HTI. Bahkan dalam kegiatan tersebut dihadirkan Dede Sulaiamn selaku owner PT Raja Rak Indonesia.

4) Survei Konsumen

Survei konsumen, berdasarkan penuturan Abdurrouf, seringkali dilakukan pada

saat setelah kegiatan dilaksanakan, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada peserta. Akan tetapi dari beberapa pengamatan peneliti selama mengikuti kegiatan yang diadakan oleh HTI, peneliti baru sekali mendapatkan kuesioner sebagai bentuk survei konsumen yaitu setelah kegiatan Halaqoh Islam dan Peradaban dengan tema “Indonesia Darurat Maksiat”.

Beberapa pertanyaan pada lembar survei tersebut diantaranya; Bagaimana pendapat anda tema dalam acara ini?, bagaimana menurut anda penyampaian materi dalam acara ini? Setelah mengikuti kegiatan ini apa komentar anda? Menurut anda apa permasalahan umat sekarang? Bersediakah saudara melanjutkan acara ini dalam bentuk diskusi rutin dengan kader HTI Banyumas?.

Namun ketika peneliti tanyakan kepada Abdurrouf hasil dari survei tersebut belum diketahui karena ia belum menerima datanya. Ia hanya mencontohkan hasil survei setelah kegiatan Refleksi Akhir Tahun 2014 di Rumah Makan D'Saung. Menurutnya hasil survei yang kurang lebih menanyakan tentang kesan terhadap kegiatan tersebut mendapat apresiasi yang baik dari konsumen. Sebagian dari mereka juga ingin melanjutkan ketahap diskusi yang akan difasilitasi oleh HTI Banyumas.

Melihat pentingnya komunikasi eksternal dalam model komunikasi ini HTI Banyumas dituntut lebih untuk melakukan kemasan komunikasi dengan lebih menarik. Hal tersebut dikarenakan komunikasi berasal dari luar HTI Banyumas dan lebih bersifat publisitas. Selanjutnya jika dilihat dari bentuk komunikasinya dalam komunikasi eksternal HTI memungkinkan terjadinya komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Sebagai contoh komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Sulaiman dengan Heru pada saat Sulaiman menceritakan profil HTI dan perkembangan Ideologi di Indonesia.

Contoh komunikasi kelompok dalam hal ini komunikasi yang dilakukan oleh H. Pujiono selaku komunikator HTI kepada jamaah pengajian di Masjid Buntu Banyumas setiap Jum'at sore pukul 16.00 Wib. Adapun contoh komunikasi massa ialah publikasi kegiatan Lyqo Syawal dan Indonesia Congres Muslim Student melalui Radar Banyumas. Selain itu publikasi setiap ide melalui media massa khususnya internet.

4. Pola Komunikasi HTI Banyumas

a. Pola Instruktif

Pola instruktif yang peneliti maksud ialah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah elemen organisasi berdasarkan pada instruksi pemimpin. Pola ini dilakukan oleh HTI tentunya tidak lepas dari kultur ideologi yang dianut. HTI percaya bahwa untuk mengembalikan stabilitas nasional yang rusak oleh sistem demokrasi maka *khilafah Islamiyah* merupakan solusinya. Diketahui bahwa dalam sistem demokrasi kekuasaan ada pada tangan rakyat sementara itu dalam *khilafah Islamiyah* kekuasaan ada pada seorang pemimpin atau khalifah.

Oleh karena itu pola instruktif adalah bagian yang tak terpisahkan dari HTI. Adapun di dalam praktiknya pola instruktif dilakukan dari garis komando tertinggi kepada mereka yang ada dibawahnya. Sebagai contoh instruksi ketua HTI Banyumas kepada lajnah intelektual untuk mengkaji tentang ISIS yang kemunculannya bagi HTI sangat merugikan. Hal ini dikarenakan ISIS yang sama-sama memiliki tujuan untuk mendirikan *khilafah Islamiyah* pada praktiknya justru memberi citra buruk terhadap Islam dan para pejuang *khilafah Islamiyah*.

Pola ini diterapkan oleh HTI Banyumas sebagai bentuk jaminan agar dilaksanakannya sebuah perintah yang terstruktur. Baik dari tingkat pusat maupun wilayah, dimana akhir dari sebuah perintah tersebut

adalah ada pada daerah atau HTI tingkat kabupaten atau kota. Oleh karena itu dalam lingkup daerah atau kota, dalam hal ini HTI Banyumas, pola instruktif juga diterapkan kepada pengurus dan kadernya.

Pola instruktif menurut hemat peneliti sangatlah baik diterapkan pada komunikasi organisasi sebagai bentuk kejelasan kedudukan struktural. Akan tetapi juga perlu diimbangi dengan gaya komunikasi yang tepat, karena pola instruktif cenderung memberi kesan kepada bawahan sebagai orang yang tidak punya kehendak. Sehingga bawahan sangat mungkin bisa mengalami ketersinggungan mental dan batin, dan ketika itu terjadi maka pekerjaan yang dilakukan oleh bawahan dilakukan bukan dengan rasa suka rela. Oleh karena itu pekerjaan bisa jadi tidak maksimal. Sebab itu pola instruktif hendaknya dilakukan hanya pada situasi genting.

b. Pola Diplomasi

Pola diplomasi yang peneliti maksud ialah, sebuah komunikasi yang dilakukan oleh HTI Banyumas secara resmi dalam konteks keorganisasian dengan pihak luar HTI. Komunikasi ini bersifat resmi oleh karena itu HTI Banyumas akan mengirimkan surat terlebih dahulu kepada komunikan yang akan diajak komunikasi. Pola ini menunjukkan tentang dedikasi kedewasaan berorganisasi dalam menjalin hubungan dengan relasi. Komunikator dalam pola ini adalah resmi utusan dari HTI Banyumas.

Pola ini bisa dilihat pada cara komunikasi HTI Banyumas dengan salah satu instansi pemerintah dalam hal ini ialah Polsek Purwokerto utara. Sebelum melakukan komunikasi HTI Banyumas mengirimkan surat kepada Kepala Polsek Purwokerto utara yang isinya kurang lebih meminta kesediaan waktu guna menerima kunjungan HTI Banyumas. Oleh karena itu pihak komunikan yaitu Polsek Purwokerto Utara akan memberi jawaban untuk menerima HTI Banyumas sesuai dengan waktu yang sudah disiapkan.

Dari kesepakatan inilah kemudian akan terjadi diplomasi antara HTI Banyumas dengan Polsek Purwokerto Utara. Dalam contoh kasus ini komunikator diwakili oleh ketua HTI Banyumas saudara Abdurrouf dan komunikannya ialah seluruh anggota Polsek Purwokerto Utara, yang pada gilirannya juga akan menjadi komunikator sebagai bentuk jawaban dari diplomasi yang diinginkan atau ditawarkan oleh HTI Banyumas.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dikatakan bahwa pola diplomasi ditujukan oleh HTI Banyumas kepada komunikator berupa organisasi baik organisasi kemasyarakatan, organisasi keagamaan maupun organisasi pemerintahan.

c. Pola Propaganda

Propaganda memiliki arti rangkaian pesan yang bertujuan mempengaruhi pendapat masyarakat atau sekelompok orang. Sebagai suatu pola komunikasi

propaganda dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi sikap masyarakat terhadap beberapa penyebab atau posisi dengan menghadirkan hanya satu sisi dari sebuah argumen.

HTI Banyumas sangat aktif di dalam melakukan propaganda baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung yang peneliti maksud ialah propaganda yang dilakukan secara lisan. Beberapa kemasam propaganda yang pernah dilakukan HTI Banyumas ialah:

- 1) Indonesia Congres Muslim Student.
- 2) Konferensi Islam dan Peradaban.
- 3) Rapat dan Pawai Akbar.

Propaganda tidak langsung yang peneliti maksud ialah, propaganda yang dilakukan oleh HTI banyumas melalui tulisan, baik berupa pamflet, poster, artikel dan buku serta yang lainnya. Adapun dari sisi pesan sebagai materi propaganda meliputi beberapa hal yaitu

- 1) Indonesia terancam neo liberalisme.
- 2) Indonesia terancam neo imperealisme.
- 3) Demokrasi sumber segala bencana.
- 4) Khilafah Islamiya solusi persoalan umat.

d. Pola Controlling

Pola controlling yang peneliti maksud ialah, pola komunikasi yang dilakukan oleh HTI Banyumas

dengan maksud untuk membatasi, memaksa dan mengkritik komunikasi. Pola controlling dilakukan oleh HTI Banyumas kepada komunikasi khusus yaitu pemerintah. Dimana pemerintah menurut HTI Banyumas seringkali melakukan tindakan yang merugikan rakyat. HTI Banyumas mecontohkan beberapa tindakan yang merugikan rakyat diantaranya ialah:

- 1) Pengurangan subsidi bahan bakar minyak
- 2) Pemberlakuan BPJS
- 3) Penerapan undang-undang organisasi masyarakat

Oleh karena itu menurut Abdurrouf penting bagi HTI Banyumas untuk melakukan kontrol terhadap pemerintah dengan maksud agar pemerintah tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan rakyat dan. Menurut hemat peneliti pola controlling sesungguhnya bisa dilakukan secara maksimal manakala HTI ikut serta dalam pemilihan umum. Sehingga apabila HTI memiliki kader pada posisi legislatif akan memberikan daya kontrol tidak hanya dari luar tapi juga dari dalam sistem pemerintahan.

5. Gaya Komunikasi HTI Banyumas

HTI Banyumas berdasarkan hemat peneliti di dalam melakukan tindakan komunikasi menggunakan gaya struktural dan kultural. Berikut penjelasan lebih lanjut:

a. Gaya komunikasi struktural

Gaya komunikasi struktural yang peneliti maksudkan ialah gaya komunikasi dimana pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun tertulis ditujukan untuk menegaskan perintah yang harus dilaksanakan sesuai dengan fungsi dalam struktur organisasi. Artinya gaya komunikasi struktural dilakukan guna memberikan kesadaran penuh terhadap pengurus organisasi dengan tugas-tugasnya.

Gaya komunikasi ini peneliti temukan dalam komunikasi organisasi HTI Banyumas dimana seorang ketua yaitu Abdurrouf seringkali melakukan penekanan kepada bawahannya untuk melakukan tugas sesuai dengan tanggungjawabnya di dalam struktur. Sebagai contoh apa yang diungkapkan oleh Agus Siswanto selaku koordinator lajnah ulama, menjelaskan bahwa tugasnya ialah melakukan kajian-kajian antar ulama mengenai tema-tema keIslaman sekaligus untuk menyikapi kebijakan pemerintah dari sudut pandang agama. Maka demikian itulah yang akan ia laksanakan, walaupun menurutnya tidak menutup kemungkinan untuk membantu tugas lajnah yang lain.

Menurut hemat peneliti gaya komunikasi struktural hanya bisa dilakukan secara internal organisasi karena bersifat hierarki koordinatif. Artinya hanya bisa dilakukan oleh mereka yang ada di dalam organisasi tersebut. Dikarenakan hanya bisa dilakukan

secara internal organisasi maka untuk eksternal organisasi dibutuhkan gaya komunikasi kultural.

b. Gaya komunikasi kultural

Gaya komunikasi kultural yang peneliti maksud disini ialah gaya komunikasi dimana pesan ditujukan untuk mempengaruhi komunikan di luar organisasi. Artinya komunikasi terjadi antara pengurus atau kader sebagai komunikator sebuah organisasi dengan komunikan dari luar organisasinya.

Gaya komunikasi ini oleh HTI dilakukan dalam bentuk komunikasi interpersonal. Sebagai contoh komunikasi yang dilakukan oleh Sulaiman untuk merekrut Heru sebagai kader HTI dengan cara mendatangi rumahnya setelah Heru mengkontak dirinya guna mengetahui HTI lebih dalam.

Gaya kultural ini juga yang mampu menghantarkan HTI untuk bisa masuk ke berbagai sektor kelompok pengajian atau majelis ta'lim. Hal ini dilakukan dengan cara menyamai kebiasaan lingkungan majelis ta'lim sehingga masyarakat disekitarnya merasa bahwa komunikan adalah orang sendiri dalam artian tidak berseberangan tradisi. Padahal sesungguhnya HTI hanya melakukan kamufase saja agar bisa diterima oleh masyarakat komunikan. Setelah diterima dan bisa berinteraksi secara baik maka perlahan namun pasti komunikator akan mengarahkan komunikannya agar mengikuti ideologinya.

Sebagai contoh apa yang diungkapkan oleh Abdurrouf bahwa HTI Banyumas sedang menyiapkan dana untuk membeli bus guna memfasilitasi masyarakat yang gemar berziarah kubur seperti ziarah wali songo. Padahal bukan rahasia umum bahwa tradisi ziarah walisongo dilakukan oleh masyarakat NU. Artinya HTI Banyumas mencoba untuk mengambil simpati masyarakat NU bahwa HTI memiliki kesamaan tradisi dengan mereka. Tentunya hal ini dilakukan dengan harapan banyak warga NU yang ikut terlibat dalam aktifitas HTI Banyumas.

B. Strategi Komunikasi HTI Banyumas Sebagai Upaya Mewujudkan Khilafah Islamiyah

1. Tahapan Strategi komunikasi HTI Banyumas Sebagai Upaya Mewujudkan *Khilafah Islamiyah*

Sebagaimana peneliti jelaskan bahwa strategi perpaduan dari perencanaan dan manajemen yang diutamakan, sebagai sebuah turunan dari metode dan diperjelas melalui taktik dalam pelaksanaan operasionalnya guna mencapai suatu tujuan tertentu. Hal ini juga yang dilakukan oleh HTI Banyumas, seperti yang disampaikan oleh Sulaiman selaku anggota HTI Banyumas bahwa di dalam melaksanakan dakwahnya guna mewujudkan *khilafah Islamiyah* HTI Banyumas mengikuti strategi yang dirumuskan oleh Syekh Taqiyudin an-Nabhani.

Rumusan strateginya secara umum ialah melalui tiga tahap dan berikut ini tahapan strategi tersebut:

- a. Tahap pengkajian dan belajar untuk mendapat tsaqofah partai.

Menurut Sulaiman tahap ini lebih mudah dikatakan sebagai tahap pembinaan atau pengkaderan (*taskif*). Tahapan pertama ini adalah untuk melahirkan sosok-sosok pribadi yang meyakini pemikiran-pemikiran HTI serta metode dakwah HTI dan untuk membentuk kelompok-kelompok dalam kepartaian. Peneliti memahami bahwa tahap ini intinya ialah kaderisasi dengan format membentuk kelompok-kelompok diskusi. Tahap ini dilakukan dalam dua bentuk yaitu;

- 1) Pembinaan atau pengkaderan intensif

Pembinaan atau pengkaderan intensif yaitu pembinaan atau pengkaderan yang dilakukan kepada calon kader guna melahirkan kader yang militan. Cara ini dilakukan dengan membentuk kelompok yang dikoordinatori oleh satu ustad untuk setiap lima orang. Menurut Abdurrouf kelompok diskusi sudah mencampai lebih dari 50 kelompok.

Sebagai contoh yang dilakukan oleh Khotam Wahid salah seorang anggota HTI yang memiliki kelompok diskusi dengan kedok Ikatan Remaja Masjid. Menurut Fajri salah satu pengurus Ikatan Remaja Masjid menerangkan

bahwa Khotam Wahid sering datang ke masjid daerahnya untuk melakukan pengajian dan diskusi rutin setiap hari Jumat sore pukul 16.00 Wib.

2) Pembinaan atau pengkaderan jama'i.

Pembinaan atau pengkaderan jama'i yaitu pembinaan yang dilakukan secara berjamaah. Cara melaksanakannya yaitu melalui kegiatan seperti seminar dan pelatihan seperti halnya Halaqoh Islam dan Peradaban, Konferensi Islam dan peradaban. Adapun yang bentuknya kolosal seperti Rapat dan Pawai Akbar.

Menurut hemat peneliti tahap ini sudah bisa dikatakan berhasil. Hal tersebut bisa dilihat realita sosialnya bahwa HTI Banyumas memiliki kelompok diskusi mencapai 50an. Selain itu kelompok diskusi internal kampus juga sudah meliputi tiga kampus besar di Purwokerto yang dikenal dengan istilah chapter. Chapter tersebut meliputi chapter Universitas Jendral Soedirman, chapter Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dan chapter Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Selain dari pada itu telah terdapat beberapa titik simpul HTI di wilayah Banyumas meliputi wilayah, Purwokerto, Baturraden, Kemranjen, Wangon dan Sumpiuh. Hal ini berdasarkan informasi dari Sulaiman bahwa

ketika akan mengikuti kegiatan HTI tingkat DPD I maupun DPP wilayah tersebut dijadikan sebagai titik pemberangkatannya. Rata-rata dalam mengikuti kegiatan ditingkat DPD I dan DPP HTI Banyumas minimal mengirim kurang lebih 8 bus. Jika dihitung secara umum maka jumlah delegasi 60 delegasi dikali 8, yaitu 480 delegasi.

Bahkan adanya HTI di wilayah kabupaten sekitar Banyumas meliputi Banjarnegara, Purbalingga, dan Cilacap merupakan hasil jerih payah dari perjuangan HTI Banyumas. Empat wilayah tersebut sering kali mengadakan kegiatan secara bersama-sama dengan menggunakan istilah HTI Banyumas Raya.

- b. Tahap Interaksi dengan masyarakat tempat partai itu hidup.

Tahap interaksi (*ta'aful*) merupakan tahap untuk menjadikan masyarakat senantiasa berlandaskan Islam. Sehingga masyarakat mau menerima ideologi HTI dan sampai ideologinya menjadi kebiasaan umum bahkan sampai dengan masyarakat menganggap bahwa ideologi tersebut adalah ideologi mereka, sehingga mereka mau membelanya bersama-sama.

Hal ini juga menurut hemat peneliti sudah bisa dikatakan mendekati keberhasilan dimana masyarakat

Banyumas secara umum tidak melakukan protes terhadap ide serta kegiatan yang diadakan oleh HTI Banyumas. Walaupun tidak sampai pada anggapan bahwa ideologi HTI adalah ideologi mereka. Akan tetapi mereka juga tidak melakukan penolakan terhadap ideologi dan kegiatan HTI. Bahkan menurut penelusuran peneliti, beberapa anggota dan pengurus Muslimat NU dan Anggota NU turut aktif dalam kegiatan HTI.

Orang tersebut bernama Nuryati dan Mustini warga Arcawinangun yang menurut pengakuannya sering mengikuti kegiatan HTI. Anggota NU Pasinggangan Banyumas yang bernama Kadadianto juga mengakui kepada peneliti bahwa ia aktif mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Ustadz H. Pujiono, baik berupa pengajian rutin setiap jumat pukul 16.00 WIB di Masjid Buntu maupun kegiatan lainnya.

c. Tahap menerima kekuasaan secara menyeluruh.

Tahap ini bisa dikatakan sebagai tahap perebutan kekuasaan (*istilaam al hukmi*), yaitu merubah sistem demokrasi atau yang lainnya menjadi sistem *khilafah Islamiyah*. HTI Banyumas sangat percaya bahwa *khilafah Islamiyah* akan terwujud di Indonesia. Menurutny *khilafah Islamiyah* merupakan janji Allah, sedang sistem selain *khilafah Islamiyah* tidak memiliki rujukan yang jelas seperti halnya demokrasi.

Dari tiga tahap strategi dakwah tersebut menurut hemat peneliti HTI Banyumas sudah berhasil masuk pada tahap ke dua. Hal ini pula yang disampaikan oleh Muhammad Ustman selaku DPP HTI dan merupakan dosen Universitas Negeri Jember pada saat kegiatan Lyqo Syawal 14 Agustus 2014 di Purwokerto City Walk. Ia menjelaskan bahwa HTI secara umum saat ini berada dipenghujung tahapan interaksi dengan masyarakat. Artinya tinggal satu langkah lagi HTI akan berhasil mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Ia juga menegaskan bahwa rekrutmen dan opini publik akan dimasimalakan pelaksanaannya serta secara terus menerus.

HTI Banyumas dalam melaksanakan tahapan strategi mewujudkan *khilafah Islamiyah* melalui strategi komunikasi yang sudah dirancang sedemikian rupa berdasarkan hasil koordinasi dan instruksi dari DPP HTI. Strategi komunikasi yang merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama dilakukan oleh HTI Banyumas dengan tetap berpegang pada prinsip dakwah Rasulullah yaitu dilakukan dengan cinta damai.

Prinsip cinta damai menurut hemat peneliti juga bagian dari strategi yang dilakukan oleh HTI Banyumas. Melalui prinsip tersebut seorang komunikan apapun golongannya akan merasa tidak

enak manakala menolak ajakan komunikasi yang dilakukan oleh HTI Banyumas. Oleh karena itu HTI Banyumas senantiasa mempertahankan prinsip tersebut agar tidak terlibat tindak kekerasan seperti halnya beberapa ormas Islam lain. Misalnya ISIS, FPI dan lain-lain.

2. Analisis Strategi Komunikasi HTI Banyumas Sebagai Upaya Mewujudkan *Khilafah Islamiyah*

Selanjutnya untuk memudahkan memahami strategi komunikasi HTI Banyumas peneliti melakukan analisis menggunakan konsep Harold D. Laswel. Oleh karena itu perlu kiranya peneliti ungkapkan beberapa rumus pertanyaan strategi tersebut. Kata kuncinya ialah mengenai, siapa komunikatornya?, pesan apa yang dinyatakan?, media apa yang digunakan?, siapa komunikannya?, efek apa yang diharapkan?.

Dari kata kunci tersebut mengandung beberapa pertanyaan lain yaitu; kapan komunikasi dilaksanakan?, bagaimana melaksanakannya? Mengapa dilaksanakan demikian?. Berikut penjelasan atau deskripsi serta analisis lebih lanjut;

1. Komunikator HTI Banyumas

Seorang komunikator merupakan satu diantara kunci keberhasilan sebuah komunikasi. Hal ini dikarenakan melalui komunikatorlah sebuah pesan akan disampaikan kepada komunikan baik berupa individu maupun kelompok bahkan publik. Terkait hal tersebut tentunya juga menjadi bagian yang tak

terelakkan di dalam strategi komunikasi HTI Banyumas sebagai upaya untuk mewujudkan khilafah Islamiyah.

Guna memudahkan memahami komunikator HTI Banyumas peneliti melakukan klasifikasi terhadap komunikator HTI Banyumas yaitu; komunikator internal dan komunikator eksternal.

a. Komunikator Internal

Komunikator internal yang peneliti maksud ialah seorang komunikator yang merupakan pengurus maupun anggota dari HTI Banyumas. Berdasarkan interview peneliti dengan ketua DPD II HTI Banyumas saudara Abdurrouf, ia menjelaskan bahwa orang yang biasanya dijadikan juru bicara atau komunikator ialah ketua. Artinya dalam hal ini saudara Abdurrouf adalah salah satu komunikator HTI Banyumas. Dilihat dari profilnya Abdurrouf pernah aktif sebagai Anggota PMII dan HMI serta Pecinta Alam di kampus Universitas Jember. Pengalaman sebagai anggota ekstra organisasi kemahasiswaan tentunya menjadi bekal tersendiri bagi Abdurrouf untuk bisa memahami pesan dan komunikasi dengan lebih cermat. Pengalaman sebagai pecinta alam juga secara alamiah bisa jadi memberikan penguatan mental secara alami bagi dirinya, sehingga ia tidak cukup gentar ketika berbenturan ide.

Ia menegaskan bahwa dirinya menjadi komunikator tunggal bagi HTI Banyumas jika komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dengan publik baik berupa organisasi maupun individu. Oleh karena itu informasi hanya bisa keluar lewat satu pintu yaitu dirinya. Hal tersebut secara eksplisit menunjukkan betapa ia cukup diandalkan sebagai komunikator oleh HTI Banyumas. Walaupun disatu sisi ini menunjukkan betapa sulitnya untuk mendapatkan informasi mengenai HTI Banyumas karena bersifat satu sumber.

Oleh karena itu ini juga membuat kesulitan tersendiri bagi peneliti didalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait dengan penelitian ini. Sehingga tidak semua informasi peneliti dapatkan melalui interview melainkan dengan cara partisipasi aktif dalam kegiatan. Beberapa kegiatan yang peneliti ikuti ialah Liqo Syawal pada 24 Agustus 2015 di Purwokerto City Walk, Indonesia Congres of Muslim Student (ICMS) pada 28 Oktober 2014 di alun-alun Purwokerto, Workshop Bisnis Islami pada 14 Maret 2015 di Rumah Makan Alas Daun Purwokerto, Halaqoh Islam dan Peradaban 26 April 2015 di Balai Kelurahan Sokanegara Purwokerto dan Rapat dan Pawai Akbar 10 Mei 2015 di alun-laun Simpang Lima Semarang.

Peneliti tidak selalu dapat mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan HTI Banyumas, dikarenakan tidak selalu mendapatkan informasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan. Oleh karena itu guna mendapatkan informasi yang memadai, peneliti meminta beberapa dokumentasi kegiatan HTI Banyumas. Dokumentasi itupun hanya berupa foto-foto kegiatan serta materi beberapa kegiatan.

Berdasarkan penelusuran peneliti, selain Abdurrouf, ada beberapa komunikator lain yaitu Sulaiman. Ia merupakan salah satu anggota yang cukup aktif dalam melakukan kaderisasi. Bahkan dari beberapa temuan peneliti ketika berkunjung ke kantor HTI Banyumas di Jatiwinangun, Sulaiamn Ibnu Rasyid sering dimintai pendapat tentang teknis kegiatan oleh panitia pelaksana kegiatan.

Hal ini memungkinkan ia melakukannya, sebelum aktif sebagai anggota HTI Banyumas ia merupakan ketua Pusat Komando Daerah Lembaga Dakwah se Malang dan sekitarnya. Berdasarkan Pengalamannya tersebut bukanlah hal yang sulit untuk menjadi tim perumus gerakan HTI Banyumas sekaligus komunikator yang handal. Ia berprinsip bahwa dalam melakukan komunikasi secara prinsip melihat apa yang dibutuhkan oleh komunikan.

Selain itu ia merupakan Direktur Lingkar Studi Banyumas. Hal ini tentunya dimaksudkan

guna memudahkan dirinya masuk ke berbagai sektor, karena bisa jadi tidak setiap komunitas berkenan untuk berinteraksi dengan HTI namun jika dengan nama organisasi lain memungkinkan dirinya untuk lebih diterima.

Pada saat peneliti mengikuti kegiatan Ligo Syawal 1435 H dengan tema “Indonesia Milik Allah, Saatnya Khilafah Menggantikan Demokrasi”, hari minggu 24 Agustus 2014 di Purwokerto City Walk, Sulaiman berperan sebagai komunikator dalam bentuk Master of Ceremony, yang mana sekaligus sebagai motivator guna memeriahkan acara tersebut.

HTI Banyumas juga memiliki komunikator khusus di bidang bisnis yaitu, H. Pujiono. Ia merupakan ketua dari komunitas bisnis HTI yang bernama Pengusaha Rindu Syariah. Ia juga dijadikan komunikator pada acara Workshop Bisnis Islami. Berdasarkan temuan peneliti dari ungkapan H Pujiono, menerangkan bahwa kegiatan yang berafiliasi pada bisnis dilakukan oleh HTI Banyumas setiap dua bulan sekali. Hal ini disampaikan pada saat akan penutupan kegiatan workshop.

Agus Siswanto juga merupakan komunikator HTI Banyumas yang cukup ulung. Di HTI ia merupakan aktor yang bertugas untuk melakukan komunikasi dengan para ulama

sekaligus untuk mendiskusikan isu-isu keIslaman terkini. Sebagai contoh ia pernah menjadi komunikator dalam Halaqoh Islam dan Peradaban dengan tema “Indonesia Darurat Maksiat” pada 26 April 2015, ia menyoroti tema tersebut dari sisi hukum Islam dan solusinya.

Aktifitas kesehariannya sebagai dosen di Universitas Muhammadiyah purwokerto. Hal ini tentunya memungkinkan dirinya untuk bisa melakukan ideologisasi kepada para mahasiswanya. Terlebih lagi di Universitas Muhammadiyah Purwokerto ia memiliki jabatan sebagai Pembantu Dekan I Farmasi. Tentunya hal ini akan semakin memudahkan dirinya untuk melakukan ideologisasi bukan hanya kepada mahasiswa tetapi sesama dosen dan juga karyawan.

Beberapa komunikator lain khususnya perempuan berdasarkan penelusuran peneliti melalui dokumentasi kegiatan HTI, diantaranya ialah; Elsi Nuryati selaku ketua Lajnah Khososh Mubalighah Banyumas, Ummu Rayan selaku ketua MHTI Banyumas. Bebrapa anggota MHTI Banyumas lainnya yang menjadi komunikator yaitu; Riris Testisi dan Endah Nur Puspita.

b. Komunikator Eksternal

Komunikator eksternal yang peneliti maksud adalah seorang komunikator dari luar pengurus maupun anggota HTI Banyumas akan

tetapi merupakan pengurus atau anggota HTI dari kota atau kabupaten lain yang dipercaya untuk menyampaikan pesan-pesan yang dikehendaki oleh HTI Banyumas.

Komunikator HTI Banyumas tidak hanya anggota atau pengurus HTI Banyumas, akan tetapi bisa juga diwakili oleh pengurus atau anggota HTI dari kota tau kabupaten lain maupun dari Dewan Pimpinan Pusat HTI. Temuan peneliti, komunikator HTI Banyumas dari luar pengurus maupun anggota ialah Muhammad Utsman selaku salah satu pengurus DPP HTI dan berprofesi sebagai dosen di Universitas Negeri Jember.

Komunikator lain yang dari luar HTI Banyumas berdasarkan temuan peneliti adalah Dede Sulaiman. Ia adalah salah satu pengurus DPP HTI dan aktif sebagai anggota HTI sejak tahun 1999. Ia dijadikan komunikator pada acara Workshop Bisnis Islami “Rahasia Sukses Mengembangkan Bisnis Penuh Berkah” yang dilaksanakan pada Sabtu, 14 Maret 2015 di Rumah Makan Alas Daun Purwokerto. Dede Sulaiman merupakan Owner PT Raja Rak Indonesia Jakarta. Bisa dicek melalui www.rajarakminimarket.com bahwa bisnis yang ditekuni pemasarannya melalu dunia maya bisa menempati urutan teratas pada pencarian google *serching*.

Hal tersebut menunjukkan bahwa, HTI benar-benar telah menyiapkan komunikator dibidang bisnis dengan sebaik mungkin. Bahkan berdasarkan temuan peneliti pada saat mengikuti kegiatan, Dede Sulaiman juga dijadikan sumber rujukan bagi HTI dalam memahami hukum-hukum syariah. Salah satu contoh, peserta workshop yang kebetulan orang HTI bertanya “bagaimana hukumnya bisnis menggunakan uang pinjaman bank?”.

Menurut hemat peneliti, kontinuitas kegiatan yang dilakukan merupakan salah satu cara yang efektif bagi HTI untuk merekrut anggota, tentunya dengan komunikator yang telah disiapkan sedemikian rupa. Bahkan tanpa ragu dan malu, komunikator siap mendampingi para audiens sampai kapanpun untuk bisa bisnis secara mandiri dan siap 24 jam menerima konsultasi usaha.

2. Pesan yang dinyatakan HTI Banyumas

Pesan sebagai sebuah inti dari komunikasi yang mana ibarat HTI sebuah perusahaan, maka pesan adalah produk yang ditawarkan. Oleh karenanya pesan ini harus menarik dan bisa diterima oleh publik. Hal itu pula yang menurut hemat peneliti dilakukan oleh HTI Banyumas. Bagaimana mereka mengemas pesan guna mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Selanjutnya guna memudahkan memahami pesan HTI Banyumas, maka peneliti mengklasifikasi

pesan komunikasi HTI Banyumas yaitu; pesan utama dan pesan turunan.

a. Pesan utama

Pesan utama yang peneliti maksud ialah pesan pokok yang menjadi target HTI Banyumas. Artinya pesan ini disampaikan secara terang-terangan baik baik dalam bentuk komunikasi interpersonal, kelompok maupun massa. Secara interpersonal komunikasi dilakukan oleh HTI Banyumas untuk melakukan pendekatan dan memperoleh simpati dari komunikan. Contohnya ialah apa yang diutarakan oleh Heru, ia merupakan orang yang baru sekitar dua bulan mengikuti kegiatan HTI Banyumas. Berdasarkan ceritanya ia menemukan pamflet atau semacam selebaran di Masjid FatimatuZZahra yang berisi tentang kegiatan Rapat dan Pawai Akbar. Di dalam pamflet tersebut tertera kontak Sulaiman, dan dihubungi olehnya untuk sekedar iseng namun respon Sulaiman sangat baik menurutnya bahkan ia langsung bersilaturahmi kerumahnya untuk menceritakan seputar HTI Banyumas dan wawasan keislaman.

Adapun komunikasi kelompok dilakukan pada saat diskusi rutin dan pengajian rutin yang diadakan atau dikoordinatori oleh para komunikator HTI. Contohnya diskusi rutin sebagai bentuk kaderisasi yang dilakukan oleh Sulaiman

setiap sabtu sore pukul 16.00 Wib di sekretariat HTI banyumas.

Sedangkan komunikasi massa dilakukan oleh HTI dengan cara melakukan publikasi kegiatan melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Sebagai contoh komunikasi massa yang dilakukan melalui Radar Banyumas pada 29 April yaitu berupa perss release tentang kegiatan Halaqoh Islam dan Peradaban tentang Indonesia Darurat Zina.

Sebagaimana tujuan HTI untuk mendirikan *khilafah Islamiyah*, maka pesan-pesan yang dinyatakan oleh HTI Banyumas kepada publik adalah mengenai *khilafah Islamiyah*. Walaupun pada praktiknya tidak selalu secara fulgar, misalnya pada saat Lyqo Syawal 1435 H. Komunikator dalam hal ini Utsman, kurang lebih menyampaikan bahwa kebobrokan negara dikarenakan sistem yang digunakan adalah sistem yang tidak berlandaskan hukum Islam, oleh karena itu ia mengajak audiens untuk mengaji kepada para ulama dan HTI Banyumas siap memfasilitasi ulama-ulama yang menjadi rujukan untuk dijadikan guru.

Jika dilihat dari uraian tersebut, komunikator secara halus mencoba memberikan pemahaman bahwa sistem *Islam* adalah sistem yang tepat dalam mengelola negara, sebagaimana yang diperjuangkan oleh HTI. Perjuangan tersebut

yaitu dengan cara menjadikan Indonesia sebagai *khilafah Islamiyah*.

Contoh lain pesan yang disampaikan secara halus oleh Dede Sulaiman adalah mengenai sistem keuangan negara Indonesia yang bobrok penuh dengan riba akan membuat Indonesia semakin terpuruk dan rakyat menderita, oleh karena itu ia mengajak kepada audiens untuk bersama-sama dengan HTI memperjuangkan sistem keuangan syariah. Adapun sistem keuangan syariah yang dimaksud adalah melalui terbentuknya *khilafah Islamiyah*.

b. Pesan turunan atau penunjang

Pesan turunan atau penunjang yang peneliti maksud ialah pesan yang berfungsi untuk menjembatani komunikasi sampai pada pesan utama. Artinya pesan ini merupakan kamufase atau istilah halus supaya komunikasi tidak risih dan merasa nyaman dengan pesan yang disampaikan. Karena bisa jadi ada beberapa orang yang risih dengan istilah *khilafah Islamiyah* tapi mereka bisa menerima istilah penggunaan hukum Islam seutuhnya. Adapun pesan pengantarnya biasanya dilakukan dengan menyoroti kebobrokan sistem demokrasi beserta kebijakan pemerintahnya dan juga kebobrokan moral masyarakatnya.

HTI Banyumas cukup aktif menyuarakan pendapatnya mengenai kebobrokan pemerintah

dengan sistem demokrasi. Hal ini menunjukkan bahwa sesungguhnya secara tersirat ia ingin menyampaikan kepada publik bahwa sistem demokrasi bukanlah sistem yang dikehendaki Islam. Tentunya dengan harapan publik akan sefaham dengan ide tersebut sehingga akan mau menerima solusi HTI untuk mendirikan *khilafah Islamiyah* atau paling tidak publik sefaham dengan gagasan HTI. Hal ini pula yang diutarakan oleh Sulaiman bahwa HTI tidak mengharuskan masyarakat untuk menjadi HTI, menurutnya mereka yang aktif diorganisasi lain seperti NU, Muhammadiyah dan lainnya tetap aktif di dalam organisasinya. Akan tetapi ia berharap mereka sefaham bahwa *khilafah Islamiyah* adalah kebutuhan bersama.

Pesan yang dinyatakan HTI Banyumas juga bisa bersifat kritik terhadap kebijakan pemerintah, misalnya tentang penolakan pencabutan subsidi BBM untuk rakyat. Pada posisi ini HTI Banyumas mencoba untuk mengambil simpati publik, dengan melakukan aksi kritis terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan rakyat.

Selain itu pesan-pesan HTI Banyumas sebagaimana HTI secara internasional juga senantiasa menyampaikan pesan yang konotasinya anti Amerika. Sebagai contoh yang peneliti temukan di website HTI kolom berita dalam negeri mengenai

tulisan yang bertemakan “Peradaban Amerika dibangun di Atas Darah Orang-orang yang Tidak Bersalah”, berita ini posting pada 19 April 2015. Selain itu pada kolom *nasyrah* yang diposting pada 21 Juni 2014 ada artikel yang berjudul “Amerika Memecah Irak dan Kelompok Kelompok Kaum Kafir Berada di Belakangnya”.

Pesan turunan lain yang lebih umum adalah mengenai penegakkan hukum Islam di dalam kehidupan sehari-hari, yaitu mengenai bagaimana menjadi muslim sejati menurut HTI. Biasanya pesan ini sering dilakukan pada wilayah sekolah dan kampus dengan menggunakan gerakan sayap HTI Banyumas, yaitu Lembaga Dakwah Sekolah dan Lembaga Dakwah Kampus.

3. Media yang digunakan HTI Banyumas

Berdasarkan penelusuran peneliti terhadap Website HTI, pada kolom media terdapat tiga item media komunikasi HTI yaitu, buletin Al Islam, Majalah Al-Wa’ie dan HTI Chanel. Media tersebut sesungguhnya bukan media khusus HTI Banyumas dalam melakukan komunikasi, melainkan media DPP HTI. Akan tetapi media tersebut menjadi media secara umum HTI di seluruh Indonesai, walaupun menurut hemat peneliti, HTI ditingkat DPD I dan DPD II lebih bersifat sebagai agen distributor. Hal ini dikarenakan melalui merekalah buletin Al Islam tabloid Media Umat dan majalah Al-Wa’ie tersebar samapai tingkat basis

dan publik. Media tersebut diistilahkan sebagai media partner HTI Banyumas.

Berdasarkan informasi dari Sulaiman buletin Al Islam untuk wilayah Banyumas kebutuhannya mencapai kurang lebih 3000 eksemplar setiap Jumatnya, sedangkan tabloid Media Ummat kebutuhannya setiap dua minggunya mencapai 500 eksemplar dan majalah Al Wa'ie kebutuhannya setiap bulannya mencapai 500 eksemplar. Distribusi buletin al Islam berdasarkan temuan peneliti dilakukan berdasarkan pada jumlah anggota komunitas yang dimiliki oleh seorang kader. Pada posisi ini seorang kader berperan sebagai komunikator. Berikut ini data tersebut:

NO	NAMA KADER ATAU KOMUNIKATOR	JUMLAH DISTRIBUSI AL ISLAM
1	Andi	30 Eksemplar
2	Reza	5 Eksemplar
3	Asep	5 Eksemplar
4	Sudarno	5 Eksemplar
5	Sholah	5 Eksemplar
6	Endro	5 Eksemplar
7	Agus Siswanto	5 Eksemplar
8	Abu Kayis	5 Eksemplar
9	Qosim	5 Eksemplar
10	Anton	5 Eksemplar
11	Rio	10 Eksemplar
12	Sopari	25 Eksemplar

Data ini peneliti peroleh pada saat peneliti meminta buletin edisi terbaru yaitu edisi 755 tanggal 8 Mei 2015 dimana pada saat itu buletin ditumpuk dirak depan sekretariat. Ternyata buletin tersebut sudah dipisah-pisah dalam plastik dan diberi tanda keterangan tanggungjawab distribusi serta jumlah eksemplarnya.

Selanjutnya HTI Chanel sebagaimana keterangan yang tertera pada website merupaka saluran media resmi Hizbut Tahrir Indonesia. Melalui media televisi, radio, website, aplikasi dan print media HTI Channel bertujuan meningkatkan kesadaran politik di tengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu HTI Chanel bisa dikatakan istilah umum bagi HTI untuk menyebut beberapa jenis media komunikasi mereka.

Hal ini benar adanya sebagaimana penelusuran peneliti bahwa pada kolom media poin HTI Chanel, di dalamnya terdapat media yang dinamakan HTI Radio Chanel dan HTI TV Chanel. Sementara itu Abdurrouf menjelaskan bahwa sosial media merupakan media yang paling diandalkan oleh HTI Banyumas dalam melakukan komunikasi mengenai *khilafah Islamiyah*. Ia berpendapat bahwa suara sosial media merupakan suara tuhan. Oleh karenanya HTI Banyumas tidak mensia-siakan fasilitas yang murah tersebut.

Berikut ini beberapa pesan yang disampaikan dalam bentuk berita melalui internet dan masuk dalam

website resmi DPP HTI <http://hizbut-tahrir.or.id> sejak tahun 2013 hingga saat ini.

NO	JUDUL BERITA	KEGIATAN	TEMPAT DAN WAKTU	POSTING
Tahun 2013				
1	Gathering Tokoh Peduli Ibu Banyumas	Gathering Tokoh Peduli Ibu	RM Leko Komplek Gor Satria Purwokerto, Senin 23 Desember 2013	25 Desember 2013
2	HIP Banyumas "Quo Vadis Apec: Indonesia Untung Atau Buntung?"	Halaqoh Islam dan Peradaban	Aula Kementrian Agama Banyumas, 27 Oktober 2013	29 Oktober 2013
3	HTI Banyumas: "APEC Alat Penjajahan Amerika"	Aksi Tolak KTT APEC	Alun-alun Purwokerto, Sabtu 04 Oktober 2013	07 Oktober 2013
4	Training Da'iyah Ideologis Banyumas	Training Da'iyah Ideologis Banyumas	Aula RM Ciptarasa Purwokert, Minggu 22 September 2013	29 September 2013
5	Tanpa Henti, HTI Banyumas Bersama Umat Tolak Miss World!	Aksi Tolak Miss World	Jalan Jendral Soedirman, 06 September 2013	09 September 2013
6	Semarak Ramadhan MHTI Banyumas	Semarak Ramadhan MHTI Banyumas	Masjid Nurul Ulum Unsoed Purwokerto, Minggu 7 Juli 2013	19 Juli 2013
7	Mudzakarah Muballighah Banyumas	Mudzakarah Muballighah	Ponpes Hidayatul Mubtadi'ien, Kemranjen Banyumas, 27 Juni 2013	04 Juli 2013
8	Media Gathering	Gathering	RM. Leko Gor	27 Juni

	Banyumas	Insan Media	Satria, Selasa 25 juni 2013	2013
9	HTI Banyumas bersama Umat Tolak Kenaikan BBM	Aksi tolak bbm 2013	Halaman DPRD Banyumas, Sabtu 15 Juni 2013	06 Juni 2013
10	Silalah Ukhuwah MHTI Dengan Istri Bupati Banyumas	Wufud atau Silaturahmi	Rumah Dinas Bupati Banyumas, Senin, 29 April 2013	01 Mei 2013
11	Workshop Konferensi Perempuan Internasional (KPI) di Banyumas	Workshop Konferensi Perempuan Internasional (KPI)	Resto Bamboe Asri Purwokerto 30 Desember 2012	1 Januari 2013
12	Refleksi Akhir Tahun, Menuju Indonesia Lebih Baik	Tabligh Akbar	Masjid Nurul Ulum, Jalan HR.Boenyami n, Purwokerto.	29 Desember 2013
13	Saatnya Muballighah Sadar Politik Dan Perjuangkan Khilafah	Liqo Muharam Muballighah 1435 H	Aula Kemenag Banyumas, 1 Desember 2013	05 Desember 2013
14	Remaja Smart dari Blembeng Baturaden	Kajian Muslimah	Musholla Al Ikhlas baturraden, Minggu 24 November 2013	02 Desember 2013
15	Reportase Silaturahmi Keluarga Besar HTI bersama Ulama dan Tokoh	Silaturahmi Keluarga Besar Hizbut Tahrir Indonesia Bersama Ulama & Tokoh Masyarakat	Aula Kementrian Agama Kabupaten Banyumas, Minggu 22September 2013	29 September 2013
16	Usir dan Enyahlah Amerika dari Bumi Kinanah Mesir!	Aksi Solidaritas Mesir	Alun-alun Purwokerto, Rabu 21 Agustus 2013	23 Agustus 2013
17	Tutup Tempat Maksiat	Aksi Tarhib Ramadhan	Jalan Jendral Soedirman, 7	09 Juli 2013

Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi

	Selamanya!!!		Juli 2013	
18	Festival Rajab MHTI Chapter Unsoed Purwokerto	Festifal rajab	Masjid Nurul Ulum Unsoed, Senin 3-8 Juni 2013	12 Juni 2013
19	RUU Ormas = Bungkam Sikap Kritis Masyarakat	Aksi Tolak RUU Ormas	Alun-alun Purwokerto, Selasa 26 Maret 2013	27 Maret 2013
20	Demokrasi Penghambat Perubahan	Bedah Media Umat	Masjid Al Ikhlas Jl Kober Purwokerto, Minggu 27 Januari 2013	09 Maret 2013
Tahun 2014				
1	Aksi HTI Banyumas Tolak Kenaikan Harga BBM	Aksi Tolak Kenaikan Harga BBM 2014	Alun-Alun Purwokerto, Sabtu 08 November 2014	20 November 2014
2	Audiensi Muslimah HTI Banyumas Ke Istri Bupati Banyumas	Wufud MHTI	Rumah Dinas Bupati Banyumas 2 Oktober 2014	03 November 2014
3	Sholat Idul Adha 1435 H bersama DPD II HTI Banyumas	Sholat Idul Adha 1435 H bersama DPD II HTI Banyumas	Ruko PCW	09 Oktober 2014
4	HTI Banyumas Serukan Kirim Tentara, Tegakkan Khilafah dan Bebaskan Palestina	Aksi Solidaritas Palestina	Alun-alun Purwokerto, Minggu, 13 Juli 2014	15 Juli 2014
5	Refleksi Akhir Tahun: Pemerintahan Baru, Harapan Baru?	Halaqoh Islam dan Peradaban	RM D'Saung Purwokerto, 28 Desember 2014	31 Desember 2014
6	Liberalisasi	Aksi Simpatik	Alun-alun	20

	Migas: Akibat Diterapkannya Sistem '50+1'	Masyarakat	Purwokerto, 08 November 2014	November 2014
7	[FOTO] Konferensi Islam dan Peradaban (KIP) Purwokerto	Konferensi Islam dan Peradaban (KIP) Purwokerto	Gedung KORPRI Purwokerto, 1 Juni 2014 di	2 Juni 2014
8	Khilafah Lahirkan Generasi Pemimpin	Diskusi Publik	RM Leko Komplek Gor Satria Purwokerto, 1 Mei 2014	23 Mei 2014
9	Ingin Perubahan? Tiga Hal ini harus Ada	Dirasah Syar'iyah 'Ammah (DSA) Banyumas Raya,	Aula Kelurahan Purwokerto Timur, Minggu 27 April 2014	15 Mei 2014
10	Muballighah Cerdas Tinggalkan Demokrasi Berjuang Menegakkan Khilafah	Majelis Mudzakah Muballighah	Pendopo Masjid Agung Nur Sulaiman Banyumas, Minggu 23 Maret 2014	28 Maret 2014
11	Berjuang Bersama Membangun Kehidupan Islam	Dauroh Dirosah	Ruang Pertemuan Kantor DPD II HTI Banyumas, Minggu 16 Maret 2014)	20 Maret 2014
12	The Real Young Generation Come Back	Training Remaja Smart dengan tema "The Real Young Generation Come Back"	Balai Kelurahan Purwokerto Wetan, Minggu, 09 Februari 2014	27 Februari 2014
Tahun 2015				
1	MHTI Banyumas: Saatnya Mengakhiri Serangan terhadap Syariah	Aksi Damai Mendukung Kampanye Global Women and Shariah	Alu-alun Purwokerto Pada Minggu 08 Maret 2015	10 Maret 2015

2	Akhiri Tuduhan Palsu terhadap Syariah	Kampanya Global Women and Syariah	Masjid Nurul Ulum Unsoed Purwokerto 21 maret 2015	21 April 2015
---	---------------------------------------	-----------------------------------	---	---------------

Berdasarkan penelusuran peneliti, selain website dengan alamat <http://hizbut-tahrir.or.id>, HTI juga memiliki beberapa alamat website lain seperti <http://www.syabab.com>, <http://www.suarakhilafah.com>, <http://mediaumat.com>, dan masih banyak yang lainnya. Semua itu digunakan sebagai media komunikasi di dalam upayanya mewujudkan khilafah Islamiyah.

Sedangkan media komunikasi yang dieklola sendiri oleh HTI Banyumas menurut temuan peneliti adalah layanan internet dalam bentuk facebook dan twitter, dengan nama BanyumasMilikAllah. Adapun media komunikasi yang lain adalah fasilitas dari DPP HTI yang bisa diakses atau dimanfaatkan oleh HTI seluruh Indonesia.

4. Komunikasikan HTI Banyumas

Mengenali sasaran komunikasi bagi seorang komunikator adalah sebuah keharusan guna terwujudnya komunikasi yang efektif. Hal ini dikarenakan dengan mengenali komunikasi dengan baik maka apa yang diinginkan oleh komunikator kepada komunikasi akan lebih mudah tercapai.

Sebagaimana dijelaskan pada bab 2 bahwa sebelum melancarkan komunikasi hendaknya harus dipelajari dulu siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi tersebut. Berdasarkan analisa hasil interview peneliti dengan Abdurrouf, dapat peneliti katakan bahwa komunikasi HTI Banyumas dikelompokkan menjadi enam yaitu; anggota, pelajar, mahasiswa, organisasi kemasyarakatan, masyarakat umum dan pemerintah.

a. Anggota

Anggota merupakan aset utama dalam sebuah organisasi karena tanpa anggota sebuah organisasi tidak akan memiliki struktur kepengurusan. Tanpa struktur kepengurusan maka organisasi tersebut tidak akan bertahan dalam persaingan dengan organisasi lain. Bahkan tidak mungkin akan dapat mencapai tujuan bersama apa yang dicita-citakan organisasi. Hal ini pula kenapa HTI Banyumas menjadikan anggota sebagai salah satu sasaran komunikasi.

Komunikasi kepada anggota dimaksudkan guna mengontrol perkembangan pemahaman mereka akan prinsip atau ideologi HTI. Hal ini sebagaimana menurut Sulaiman bahwa, ada beberapa kegiatan yang mana itu ditujukan hanya untuk internal anggota yang disebut dengan istilah syabab. Kegiatan tersebut ialah diskusi setiap sabtu sore pukul 16 Wib disekretariat HTI Banyumas.

Menurut hemat peneliti komunikasi yang dilakukan dengan anggota lebih bersifat interpersonal dengan cara persuasif. Hal ini dimaksudkan guna menjalin hubungan yang lebih erat antara pengurus dengan anggota, ataupun anggota lama dengan anggota baru. Namun selain itu komunikasi yang dilakukan kepada anggota juga lebih mengedepankan fungsi instruktif. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Muhammad Usman selaku DPP HTI pada saat Liqo Syawal HTI Banyumas di Purwokerto City Walk, ia menjelaskan bahwa komunikasi internal HTI lebih bersifat instruktif, sehingga kegiatan HTI secara nasional akan cenderung sama dan serentak.

b. Pelajar

HTI menjadikan pelajar sebagai komunikannya, merupakan sebagai langkah awal dalam merekrut kader dengan melakukan pendampingan melalui lembaga dakwah sekolah. Pelajar menurut peneliti bukanlah komunikasi yang penting mengenai pesan *khilafah Islamiyah* akan tetapi lebih pada menyiapkan kader sejak dini.

Oleh karena itu kemasan komunikasinya pun akan berbeda dengan komunikasi-komunikasi yang lain. Ketika komunikasi yang lain bisa langsung diajak diskusi tentang *khilafah Islamiyah* dan hal-hal terkait, maka pada tataran pelajar bisa

dikatakan cukup dengan mengambil simpatik mereka melalui kegiatan-kegiatan yang menghibur.

Contoh kegiatan tersebut ialah My Movment 2015, sebuah kegiatan yang memang disiapkan untuk pelajar dengan kemasan training motivasi dan mengambil tema “Kamilah Pemimpin Masa Depan”. Kegiatan ini dilaksanakan pada 15 Februari 2015 di aula Kelurahan Arcawinangun Purwokerto.

c. Mahasiswa

Mahasiswa menjadi bagian dari target komunikasi oleh HTI dalam rangka merekrut kader yang produktif. Sebagaimana menurut Sulaiman bahwa kampus merupakan wilayah yang cukup strategis dalam merekrut kader. Kampus memiliki sumber daya manusia yang produktif dan tidak terbatas.

Dari uraian tersebut menjelaskan bahwa kampus merupakan ladang utama bagi HTI untuk mendapatkan kader yang berkualitas paling tidak dari sisi intelektual dan semangat juangnya. Berdasarkan keterlibatan langsung peneliti dalam kegiatan yang diadakan oleh HTI, bisa dipastikan mereka yang aktif turut serta menjadi panitia kegiatan bersetatus sebagai mahasiswa.

Hal tersebut juga dipertegas oleh Abdurrouf bahwa HTI bukannya menolak mereka yang sudah bisa dikatakan tua akan tetapi HTI lebih tertarik pada mereka yang masih muda. Hal tersebut

dikarenakan akan memberi keuntungan lebih bagi HTI, diantara yaitu mereka yang muda secara umum akan lebih cekatan serta militan didalam perkembangannya sebagai penerus HTI Banyumas. Masa perjuangan kaum muda juga akan lebih panjang dibandingkan dengan kaum tua. Adapun yang paling penting adalah kaum muda akan lebih mudah dalam melakukan pendalaman ideologi HTI karena tidak begitu banyak beban yang ditanggung sebagaimana kaum tua.

d. Organisasi Kemasyarakatan

Organisasi kemasyarakatan yang peneliti pahami disini ialah NU dan Muhammadiyah. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Sulaiman bahwa untuk mewujudkan *khilafah Islamiyah* HTI tidak mungkin berjuang secara mandiri tanpa ada bantuan dari organisasi lain. Sulaiman berpendapat bahwa NU dan Muhammadiyah merupakan organisasi terbesar di Indonesia, oleh karena itu tanpa kesefahaman yang sama dengan kedua organisasi tersebut *khilafah Islamiyah* tidak mungkin terwujud di Indonesia.

Oleh karena itu HTI Banyumas cukup aktif melakukan kunjungan kepada tokoh-tokoh NU dan Muhammadiyah. Bahkan menurut Abdurrouf sebagian besar tokoh-tokoh NU dan Muhammadiyah sefaham dengan gagasan HTI setelah mereka melakukan diskusi bersama.

Walaupun ketika diajak foto bersama sebagian dari mereka tidak mau. Akan tetapi ketika peneliti menanyakan lebih lanjut siapa saja tokoh Muhammadiyah dan NU yang pernah didatangi oleh HTI Banyumas, Abdurrouf tidak berkenan memberikan informasi tersebut. Menurutnya ini permintaan dari mereka para tokoh yang ia kunjungi. Jika informasi ini benar sesungguhnya memberi kesan bahwa komunitas tidak menerima atau tidak sefaham dengan apa yang diinginkan oleh HTI Banyumas.

Selain melakukan kunjungan resmi menurut hemat peneliti HTI Banyumas juga melakukan kamufase terhadap beberapa kebiasaan organisasi kemasyarakatan khususnya NU. Sebagai contoh mereka membuka aktifitas pengajian-pengajian rutin tanpa membawa bendera HTI, sehingga audiens atau komunikan akan merasa lebih nyaman untuk mengikuti kegiatan tersebut.

Mereka juga melakukan aktifitas sholat kepada Nabi sebagaimana umumnya tradisi di NU, walaupun sesungguhnya hal tersebut merupakan perintah Allah Swt. Sebagai contoh pada saat pembukaan acara Rapat dan Pawai Akbar yaitu dengan mengumandangkan sholat yang diiringi musik rebana.

e. Pemerintah

Pemerintah yang peneliti maksud disini ialah, mereka para eksekutif, legislatif dan yudikatif serta instansi-instansi dibawah naungan pemerintah, seperti POLRI, TNI dan Kementrian atau Dinas. Pemerintah dijadikan sebagai salah satu komunikan dikarenakan orang-orang yang ada di dalamnya merupakan penentu kebijakan. Membidik mereka sebagai komunikan adalah salah satu langkah yang cukup berani menurut peneliti. Hal ini dikarenakan perbedaan prinsip yang cukup jelas yaitu; HTI menginginkan *khilafah Islamiyah* sementara pemerintah Indonesai merupakan negara berazaskan Pancasila dengan sistem demokrasi.

Artinya perbedaan prinsip tersebut dapat membuat HTI dalam masalah yang cukup besar yaitu dianggap makar atau sebagai pemberontak. Walaupun hingga saat ini HTI justru menurut hemat peneliti semakin eksis dan lantang dalam menyuarakan *khilafah Islamiyah*. Merka dengan berani melakukan interaksi langsung dengan Polres, Kodim untuk mengutarakan keinginan mereka terkait *khilafah Islamiyah*.

Kunjungan ini mereka istilahkan wufud, komunikasi dalam bentuk diskusi guna menginformasikan program-program HTI, selain itu dengan memberikan buku atau tabloid dan

buletin tentang *khilafah Islamiyah*. Sebagai contoh kunjungan yang dilakukan oleh HTI Banyumas ke Polres Purwokerto Utara pada tanggal 22 Juli 2013. Menurut Abdurrouf mereka disambut cukup ramah oleh kapolres beserta anggotanya.

Fakta ini menurut peneliti menjelaskan akan semangat dan keberanian HTI Banyumas dalam rangka mewujudkan *khilafah Islamiyah*. Akan tetapi memunculkan sebuah pertanyaan bagi pemerintah dengan perbedaan prinsip tersebut mengapa HTI masih bisa aktif di Indonesia padahal sudah cukup jelas bahwa ia tidak menghendaki adanya sistem demokrasi.

f. Masyarakat Umum

Masyarakat umum yang peneliti maksud disini ialah mereka seluruh masyarakat Indonesia, adapun dalam kontek ini adalah seluruh masyarakat Banyumas. Peneliti istilahkan masyarakat umum karena mereka tidak masuk dalam kualifikasi anggota, pelajar, mahasiswa, organisasi kemasyarakatan maupun pemerintah.

Komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat umum lebih bersifat informatif dan persuasif. Maksudnya ialah, komunikasi dilakukan untuk memberikan berbagai macam informasi yang menurut HTI Banyumas layak disampaikan ke publik, dengan maksud menjalin kedekatan dengan masyarakat secara umum. Misalnya tentang

pencabutan subsidi BBM bagi masyarakat oleh pemerintah. Menurut HTI ini harus disampaikan kepada publik untuk dikritisi bahkan ditolak. Pada saat yang sama juga HTI akan menjelek-jelekan sistem pemerintah demokrasi dan menawarkan *khilafah islamiyah* sebagai solusi kesejahteraan umat.

5. Efek Komunikasi yang diharapkan HTI Banyumas

Efek sebagai sebuah perubahan yang terjadi pada diri seorang komunikan setelah menerima pesan merupakan hal yang paling diinginkan oleh seorang komunikator. Sebagaimana pula HTI Banyumas, efek dari komunikasi yang diharapkan baik dari anggota, organisasi, pemerintah dan masyarakat secara umum ialah mau menerima gagasan HTI mengenai *khilafah Islamiyah*. Namun ketika dirinci per-komunikan bisa dipahami sebagai berikut. Anggota diharapkan semakin solid dan mau berusaha maksimal di dalam merekrut anggota serta menyuarakan *khilafah Islamiyah*.

Demikian ini sebagaimana diungkapkan oleh Muhammad Utsman pada saat interview setelah mengisi Lyqo Syawal. Menurutnya HTI Banyumas dan secara umum saat ini diberi target untuk bisa memperoleh anggota minimal satu orang dalam waktu 6 bulan. Hal ini menunjukkan betapa seriusnya HTI dalam usahanya merekrut anggota. Oleh karena itu di

dalam melaksanakan tugasnya ia menggunakan target waktu.

Pelajar diharapkan akan tertarik dengan HTI melalui kemasan-kemasan komunikasi berupa training. Sehingga ketika nanti mereka lulus dan melanjutkan pendidikan ke bangku kuliah maka mereka akan lebih mudah untuk direkrut menjadi seorang kader HTI. Hal ini tentunya dikarenakan komunikasi yang sudah terbangun sejak mereka masih pelajar.

Berdasarkan temuan peneliti pada saat kegiatan Rapat dan Pawai Akbar ada beberapa dari peserta yang masih duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama atau sederajat dan Sekolah Menengah Atas atau sederajat. Berdasarkan pengakuannya yaitu Nisa dan Fajri ia masih duduk dibangku Sekolah Menengah Atas dan beberapa teman serombongannya masih duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama. Ia diajak oleh ustadnya yang bernama Khotam Wakhid dimana selama ini ialah yang aktif mendampingi mereka sebagai Ikatan Remaja Masjid. Hal tersebut menunjukkan bahwa efek yang diharapkan terhadap pelajar sudah mengena.

Organisasi kemasyarakatan diharapkan mau menerima gagasan HTI mengenai *khilafah Islamiyah* dan mau mendukung pemikiran serta gerakan HTI dalam mewujudkan *khilafah Islamiyah* secara bersama-sama. Jika dilihat efek secara keorganisasian

pada konteks ini belum maksimal. Hal ini berdasarkan fakta bahwa NU tegas menolak HTI dan *khilafah Islamiyahnya*. Akan tetapi berdasarkan temuan peneliti pada saat Rapat dan Pawai Akbar ada beberapa peserta yang menurut pengakuannya mereka aktif sebagai pengurus Muslimat NU dan Pengurus NU. Nama-nama tersebut ialah, Mustini dan Naryati mereka adalah Pengurus Wakil Cabang Muslimat NU Arcawinangun, sedangkan Kadadianto adalah Anggota NU kecamatan Banyumas.

Sementara itu efek yang diharapkan dari pemerintah mau mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang tidak pro dan diganti dengan kebijakan-kebijakan yang mensejahterakan rakyat. Selain itu efek yang diharapkan dari pemerintah ialah mau mengesahkan undang-undang yang berdasarkan hukum *Islam*. Sehingga dengan demikian secara perlahan dan pasti *khilafah Islamiyah* akan terwujud di Indonesia.

Adapun efek yang diharapkan dari masyarakat ialah adanya kepercayaan yang utuh masyarakat terhadap HTI dalam memperjuangkan kesejahteraan umat. Melalui kepercayaan tersebut HTI akan lebih mudah merubah *mindset* masyarakat untuk mau mengedepankan *syariat Islam* guna terwujudnya *khilafah Islamiyah*.

6. Kapan Komunikasi HTI Banyumas dilaksanakan?

Berdasarkan pengamatan peneliti, secara umum kapan komunikasi HTI Banyumas dilakukan dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu;

a. Terprogram

Maksud dari terprogram ialah, waktu pelaksanaan komunikasi dilakukan berdasarkan pada program terstruktur dari DPP HTI. Oleh karena itu waktunya ditentukan oleh DPP HTI. Waktu yang dimaksud disini tidaklah selalu bersifat spesifik hingga memperhitungkan hari, tanggal dan tempat. Akan tetapi lebih bersifat tahunan, bulanan atau mingguan. Sebagai contoh komunikasi yang dilakukan melalui program Lyqo Syawal tentunya ini hanya dilakukan satu tahun sekali dan pada bulan Syawal.

b. Insidental

Mengapa peneliti menggunakan bahasa insidental dikarenakan waktu pelaksanaan komunikasi bisa muncul sewaktu-waktu walaupun bisa jadi atas instruksi dari DPP HTI. Sebagai contoh dalam menyikapi isu lokal Banyumas maka HTI Banyumas akan melaksanakan komunikasinya pada waktu dimana isu tersebut sedang hangat-hangatnya. Contohnya tentang isu Indonesia Darurat Maksiat yang memang sengaja diusung oleh HTI dalam Halaqoh Islam dan Peradab pada Minggu 26 April 2015.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, waktu pelaksanaan komunikasi HTI Banyumas dapat dikatakan pada saat anggota membutuhkan penjelasan dan pemahaman lebih, mengenai isu yang berkembang disekitarnya baik isu internasional, nasional dan lokal. Adapun yang terakhir komunikasi dilakukan pada waktu ada instruksi dari DPP HTI. Sebagai contoh komunikasi yang dilakukan guna memberi motivasi kader dan menggugah kesadaran umat akan khilafah maka DPP HTI menginstruksikan untuk mengadakan kegiatan Rapat dan Pawai Akbar di seluruh kota se Indonesia. Dalam hal ini HTI Banyumas ikut serta di kota Semarang.

7. Bagaimana Cara HTI Banyumas melaksanakan komunikasinya.

Di dalam melaksanakan komunikasinya HTI Banyumas menggunakan cara dalam bentuk kegiatan, diantaranya yaitu:

a. Diskusi

Diskusi dilakukan dalam rangka memfasilitasi anggota untuk meningkatkan pengetahuan mereka khususnya mengenai *khilafah Islamiyah* dan hal-hal terkait. Diskusi biasanya dilakukan mingguan dan bulanan, yaitu satu minggu sekali atau satu bulan sekali. Namun menurut Abdurrouf walupun dikatakan diskusi mingguan

atau bulanan, akan tetapi tidak selalu rutin setiap minggu atau setiap bulannya. Hal ini dikarenakan banyaknya aktifitas yang dimiliki oleh masing-masing anggota dan pengurus.

Selain itu diskusi juga dilakukan dalam rangka memfasilitasi mereka selain anggota dan pengurus dalam arti masyarakat umum yang ingin mengaji bersama HTI Banyumas. Dalam rangka tersebut biasanya dilaksanakan setelah mengadakan workshop, pelatihan dan kegiatan publik lainnya. Hal ini dikarenakan untuk menjalin hubungan yang lebih dengan audiens sekaligus memberi mereka kesempatan untuk mengenal lebih dalam tentang HTI maupun tema-tema khusus yang diinginkan.

Kemudian jika mereka berkenan maka akan dijadikan sebagai anggota HTI. Adapun prinsipnya menurut Sulaiman adalah dengan cara sukarela dan tidak ada paksaan. Apabila mereka tidak mau maka sudah tidak diperkenankan ikut ngaji, akan tetapi mereka tetap bisa melakukan diskusi bersama.

b. Liqo Syawal

Liqo Syawal adalah kegiatan yang dilaksanakan setiap bulan Syawal dan dikemas dalam bentuk seminar. Liqo Syawal dilaksanakan dengan membawa pesan *khilafah Islamiyah* secara terang-terangan. Berdasarkan pengamatan peneliti, Liqo Syawal HTI Banyumas tahun 1235 H/ 2014M

dilaksanakan pada hari Minggu 24 Agustus 2015 di Purwokerto City Walk.

Tema yang diusung adalah “Indonesia Milik Allah Saatnya Khilafah Menggantikan Demokrasi”. Kegiatan tersebut dihadiri oleh Muhammad Usman selaku salah satu pengurus DPP HTI sekaligus sebagai salah satu narasumbernya. Peserta pada kegiatan Liqo Syawal tersebut mencapai 200an orang. Akan tetapi jumlah tersebut berdasarkan pengamatan peneliti meliputi tamu undangan dari luar HTI Banyumas. Diantaranya ialah HTI Banjarnegara, Purbalingga, dan Cilacap.

c. Halaqoh Islam dan Peradaban

Halaqoh Islam dan Peradaban adalah cara komunikasi HTI Banyumas yang dikemas dalam bentuk seminar serta diperuntukan untuk umum. Acara ini merupakan agenda bulanan HTI Banyumas, walaupun secara praktek tidak selalu rutin setiap bulan. Menurut Sulaiman dikarenakan minimnya biaya, sehingga perlu penghematan. Dampaknya kegiatan Halaqoh Islam dan Peradaban tidak bisa dilaksanakan setiap bulan sekali.

Halaqoh Islam dan Peradaban yang terbaru dilakukan yaitu pada 26 April 2015 di Balai Kelurahan Sokanegara Purwokerto. Tema yang diusung ialah “Indonesia Darurat Maksiat Selamatkan dengan Syariat Islam”. Narasumbernya

perwakilan dari Polres Banyumas, Satpol PP Banyumas dan DPD II HTI.

Sebelumnya dilaksanakan pada 28 Desember 2014 di Rumah Makan D'Saung Purwokerto dengan konsep Refleksi Akhir Tahun 2014. Adapun komunikatornya dalam bentuk narasumber yaitu Abdurrouf dan Sulaiman.

d. Kegiatan Rajaban

Istilah kegiatan Rajaban yang peneliti maksud ialah kegiatan rutin yang selalu dilakukan oleh HTI Banyumas dan HTI secara umum pada bulan rajab. Kegiatan ini sebagai bentuk peringatan akan terbentuknya *khilafah Islamiyah* pada era Rasulullah dan runtuhnya *khilafah Islamiyah* di Turki. Kegiatan pada bulan Rajab didesain untuk kegiatan publik dan bersifat kolosal atau besar-besaran.

Kegiatan bulan Rajab secara umum ditujukan kepada publik, dimana HTI bermaksud menunjukkan seberapa besar jumlah mereka dan dukungan umat terhadap mereka. Adapun beberapa kegiatan pada bulan Rajab yang pernah dilakukan ialah:

1) Konferensi Islam dan Peradaban

Konferensi Islam dan Peradaban merupakan cara HTI melakukan komunikasi tentang *khilafah Islamiyah* secara terang-terangan melalui orasi di dalam ruangan.

Konferensi Islam dan Peradaban adalah salah satu cara yang terpenting bagi HTI untuk menunjukkan jati diri mereka tidak hanya secara kualitas tetapi secara kuantitas.

Konferensi Islam dan Peradaban HTI Banyumas yang terbaru dilakukan adalah pada Minggu 1 Juni 2014 di Gedung KORPRI Purwokerto. Komunikatornya dalam bentuk narasumber yaitu Abdur Rauf dan Muhammad A. Fillah. Hadir pula komunikator khusus untuk bidang politik DPP HTI yaitu Karebet.

2) Rapat dan Pawai Akbar

Kegiatan ini bukanlah sebagaimana rapat dipahami secara umum yang berbentuk komunikasi dua arah. Pada kegiatan ini komunikasi hanya bersifat satu arah, karena acara dikemas hanya dalam bentuk orasi diruang publik secara bergantian. Adapun audiens bersifat sebagai pendengar dan pasif.

Rapat dan Pawai Akbar dilaksanakan pada 09 Mei 2015 di lapangan Simpang Lima Semarang. Acara ini merupakan acara HTI se Jawa Tengah yang dikoordinatori oleh DPD I HTI Jawa Tengah. Acara inipun tidak lepas dari agenda HTI yaitu untuk menyuarakan *khilafah Islamiyah* dan mengkritisi bahkan bisa jadi menjelek-jelekan demokrasi, liberalisme dan sekulerisme yang melanda Bangsa Indonesia.

e. Workshop

Workshop merupakan salah satu cara HTI dalam melakukan komunikasi guna memberikan daya tarik tersendiri bagi komunikan untuk mengikuti acara tersebut. Oleh karenanya workshop biasanya dikemas semenarik mungkin sesuai dengan kebutuhan komunikan. Sebagaimana istilah yang ada dalam kata workshop tetntunya kegiatan ini tidak langsung mengarah pada pesan *khilafah Islamiyah*. Akan tetapi lebih pada tema yang umum akan tetapi pesan mengenai *khilafah Islamiyah* akan muncul ditengah-tengah obrolan tema yang diusung.

Workshop yang pernah peneliti ikuti ialah Workshop Bisnis Islami. Kegiatan ini tidak dengan fulgar mengatasnamakan HTI Banyumas melainkan dilaksanakan oleh Pengusaha Rindu Syariah yang beralamat di Baturraden Km 13. Kegiatan ini tentunya untuk menarik minat masyarakat secara umum agar mau mengikuti kegiatan tersebut.

Menurut hemat peneliti ketika komunikan tidak bisa didekati dengan cara fulgar atas nama HTI maka langkah tersebut menjadi cara yang tepat untuk bisa melakukan kontak langsung dengan komunikan. Hal ini dikarenakan esensi kegiatan tersebut adalah kegiatan HTI. Ketua Pengusaha Rindu Syariah sekaligus narasumber

kegiatan yaitu H. Pujiono adalah anggota aktif HTI Banyumas. Narasumber berikutnya Dede Sulaiman merupakan pengurus DPP HTI.

f. ICMS (Indonesia Congres of Muslim Student)

ICMS merupakan kemas kegiatan yang tergolong baru, dikarenakan baru ada pada tahun 2014. Komunikasi dalam bentuk ICMS dikemas dengan melakukan orasi panggung bebas. Adapun tema yang diusung secara fulgar menyuarakan *khilafah Islamiyah* dan menolak sistem pemerintah selain *khilafah slamiyah*.

ICMS HTI Banyumas pada tahun 2014 dilakukan di jalan Jendral Soedirman depan alun – alun persis yang diikuti oleh beberapa perwakilan kampus di daerah banyumas. Diantaranya Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Sembari orasi peserta ICMS yang lain melakukan teatrikal dan membagikan selebaran yang berisi tentang pentingnya *khilafah Islamiyah* dan bobroknya pemeritahan demokrasi Inonesia. Adapun komunikator atau yang melakukan orasi ialah, Abdurrouf dan Agus Siswanto. Sedangkan perwakilan dari masing-masing kampus ialah Immadudin Sidiq Mahasiswa Universitas Jendral Soedirman, Piki Darmawan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Turino

Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma dan lain sebagainya.

g. Training

Training biasanya dilakukan oleh HTI Banyumas untuk kalangan remaja baik pelajar maupun mahasiswa yaitu diantaranya dengan mengatasnamakan Lembaga Dakwah Sekolah, Lembaga Dakwah Kampus, dan Tim Sekolah MHTI. Training yang terbaru dilaksanakan yaitu training kepemimpinan di kelurahan Arcawinangun pada 27 Februari 2014 yang dihadiri kurang lebih 100 peserta. Selain itu ada pula Training Remaja Smart dengan tema “The Real Young Generation Come Back” yang dilaksanakan pada 09 Februari 2014 di Balai Kelurahan Purwokerto Wetan.

h. Pendelegasian

Pendelegasian atau dikenal dengan istilah wufud dalam HTI Banyumas merupakan kegiatan berupa kunjungan atau silaturahmi yang dilakukan oleh HTI. Beberapa Wufud yang pernah dilakukan HTI Banyumas adalah; wufud ke Polsek Purwokerto Utara, wufud ke DPRD Kab. Banyumas, wufud ke Tokoh atau Ulama. Acar semacam ini dilakukan dalam rangka melakukan pendekatan sekaligus pemberian informasi.

Salah satu kebiasaan HTI Banyumas dalam melakukan kunjungan atau silaturahmi ialah

melakukan diskusi yang temanya sudah dipersiapkan sedemikian rupa oleh HTI Banyumas. Selain itu mereka selalu memberikan kenang-kenangan berupa buku atau tabloid dan majalah serta buletin kepada tuan rumah. Hal ini tentunya dimaksudkan untuk melakukan ideologisasi secara halus, karena dengan demikian mereka akan membaca buku yang diberikan.

i. Gelaran Pustaka

Gelaran Pustaka merupakan salah satu cara HTI dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat umum. Bentuknya ialah dengan menyediakan bahan bacaan-bacaan untuk umum dan bisa dibaca secara gratis. Pada gelaran pustaka biasanya sekaligus dimanfaatkan juga oleh HTI untuk melakukan orasi kepada publik.

Gelaran pustaka biasanya dilakukan pada minggu pagi walaupun tidak selalu rutin. Adapun tempatnya diantaranya di kompleks Alun-alun Purwokerto dan kompleks GOR Satria Banyumas. Waktu pelaksanaan mulai sekitar jam 07.00 hingga 09.00 WIB. Gelaran pustaka yang peneliti dapatkan datanya ialah gelaran pustaka dengan kemasan pustaka jalanan pada Minggu 19 April 2015 di kompleks alun-alun Purwokerto.

j. Aksi

Aksi yang peneliti maksud disini ialah, cara HTI dalam melakukan komunikasi dengan

publik melalui orasi di ruang terbuka. Beberapa aksi yang pernah dilakukan oleh HTI banyumas ialah; aksi tolak RUU ormas pada 26 Maret 2013, aksi tolak kenaikan BBM pada 15 Juni 2013, aksi menolak demokrasi kapitalis pada 27 Oktober 2014. Melalui aksi yang dilakukannya HTI mencoba untuk membangun opini publik. Membangun opini publik merupakan langkah yang penting bagi HTI Banyumas dan HTI secara umum karena itu merupakan bagian dari langkah untuk membuat masyarakat sefaham atau seide dengan HTI.

8. Alasan Mengapa Komunikasi HTI Banyumas dilaksanakan demikian

Beberapa alasan mengapa komunikasi HTI banyumas dilaksanakan dengan cara demikian ialah.

a. Instruksi DPP HTI

Peneliti katakan sebagai instruksi DPP HTI hal ini berdasarkan informasi dari Muhammad Sulaiman yang hadir sebagai narasumber Liqo Syawal menjelaskan bahwa aktifitas yang dilakukan oleh HTI adalah bersifat instruktif. Artinya berdasarkan arahan dari DPP HTI. Oleh karena itu kegiatan HTI secara nasional bisa dikatakan Homogen.

Sebagai contoh, kegiatan ICMS, Lyqo Syawal, Halaqoh Islam dan Peradaban, Konferensi Islam dan Peradaban yang dilakukan oleh HTI

Banyumas juga secara serentak dilakukan oleh HTI di wilayah atau kota lain. Adapun yang baru saja dilakukan ialah Rapat dan Pawai Akbar yang diselenggarakan di 33 kota besar seluruh Indonesia.

b. Membangun opini publik secara langsung

Abdurrouf menjelaskan bahwa beberapa komunikasi dilakukan dalam rangka membangun opini publik yang kaitannya dengan menyuarakan isu tertentu seperti isu BPJS dan yang lainnya. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa terkadang seseorang malu atau tidak berani menyuarakan isi hati atau pemikirannya karena merasa sendiri.

Oleh karena itulah penting bagi HTI untuk melakukan komunikasi dalam bentuk orasi secara out door atau lebih dikenal masyarakat dengan istilah demonstrasi. Hal ini dimaksudkan untuk membangun opini bahwa mereka dalam arti publik memiliki kawan yang sama-sama menyuarakan kepentingan mereka. Sehingga yang tadinya seseorang merasa sendiri akan dengan berani menyuarakan isi hati dan pemikirannya bersama-sama HTI.

c. Hemat biaya pengeluaran

Hemat biaya pengeluaran menjadi alasan tersendiri bagi HTI dalam melakukan komunikasi yang dikemas secara beraneka ragam kegiatan dan di dalam memilih media komunikasi yang digunakan. Sebut saja Halaqoh Islam dan

Peradaban sebuah kegiatan yang dipersiapkan untuk dilaksanakan setiap bulan sekali namun tidak selalu bisa demikian. Bahkan terkadang hanya setahun tiga kali.

Dari sisi media sebut saja facebook dan twitter adalah fasilitas internet yang disediakan secara gratis. Adapun website, majalah, tabloid dan buletin merupakan media komunikasi yang difasilitasi oleh DPP HTI. Tugas HTI Banyumas hanyalah menyebarkan atau mendistribusikannya.

d. Memudahkan publik untuk mendapat informasi

Sebagaimana dijelaskan di atas, bahwa satu diantara HTI Banyumas melakukan komunikasi dengan cara demikian ialah untuk memberikan kemudahan informasi bagi publik dan sekaligus menyadarkannya dari keterbelengguan pemerintah. Beberapa bentuk komunikasi yang masuk dalam kualifikasi ini adalah komunikasi massa yang dilakukan dengan cara, penyebaran buletin setiap jum'at dan penyebaran majalah serta tabloid.

e. Menjalin hubungan yang lebih erat dengan komunikasi

Kegiatan yang dilandasi dengan pertimbangan menjalin hubungan yang lebih erat dengan komunikasi ialah wufud atau silaturahmi, baik ke tokoh, pemerintah maupun individu. Menurut hemat peneliti silaturahmi juga dimaksudkan untuk

merekrut anggota secara personal. Hal ini berdasarkan pengalaman peneliti pada saat melakukan kontak pertama dengan HTI Banyumas, mereka cukup bersemangat dalam merespon peneliti.

Berbeda ketika mereka mengetahui bahwa peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang komunikasi organisasi dan strategi komunikasi mereka. Bagi peneliti terasa betul bahwa mereka memberi sekat yang lebih bagi peneliti dalam memperoleh informasi. Peneliti juga sempat mau dikunjungi kerumah namun hingga saat ini tidak pernah terjadi entah apa alasannya. Padahal peneliti juga memberikan alamat sebagaimana mereka minta.

Berdasarkan pada pemaparan strategi komunikasi di atas dengan menggunakan konsep Harol D. Laswel. Dapat peneliti pahami bahwa strategi komunikasi HTI Banyumas sebagai upaya untuk mewujudkan *khilafah Islamiyah* sangatlah cermat dalam merencanakan dan memanajemen tindakan komunikasi guna terwujudnya *khilafah Islamiyah*.

Melalui tahapan yang telah dirumuskan secara umum di dalam mewujudkan *khilafah Islamiyah* yang terdiri dari tiga tahap tersebut, HTI Banyumas melakukan pengamatan yang cukup jeli untuk bisa melakukan komunikasi secara efektif

guna terwujudnya *khilafah Islamiyah*. Hal ini bisa dilihat pula memalalui komponen strategi komunikasi sebagai berikut dan korelasi antar komponen tersebut.

Membangkai pesan, ini dilakukan oleh HTI Banyumas dengan cara memperhatikan kebutuhan komunikan. Seperti telah peneliti sebutkan di atas yaitu membagi komunikan menjadi beberapa kualifikasi, merupakan cara yang bagus guna membedakan kemasan pesan yang akan disampaikan. Hal ini dikarenakan dengan demikian akan memudahkan HTI Banyumas dalam melakukan ideologisasi serta rekrutmen dan pengopininan secara publik.

Berkaitan dengan waktu dalam melakukan komunikasi secara personal dan kelompok, HTI seringkali melakukannya pada hari libur yaitu melalui kegiatan seperti Halaqoh Islam dan Peradaban, Training dan lain sebagainya. Sedangkan komunikasi untuk pengopininan kepada publik sering dilakukan pada hari-hari aktif yaitu antara hari senin sampai jumat. Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audiens.

Mengenali sasaran komunikator, dalam melakukan komunikasi sangatlah perlu bagi seorang komunikator untuk mengetahui sasaran

komunikasi atau komunikan. Hal ini bisa dilakukan oleh HTI hanya dengan memahami komunikan yang oleh peneliti bagi dalam beberapa kualifikasi, yaitu anggota, pelajar, mahasiswa, organisasi kemasyarakatan dan pemerintah. Hal ini dikarenakan setiap dari komunikan memiliki kerangka referensi masing-masing yang bisa menjadi penghambat komunikasi. Selain itu pula pengamatan pada situasi dan kondisi juga dilakukan oleh HTI Banyumas dalam melakukan komunikasi, paling tidak melalui pengawalan isu pemerintah dan respon balik dari kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan rakyat serta fenomena penyimpangan sosial.

Pemilihan media komunikasi, hal yang harus dilakukan sebelum menyebarkan pesan adalah melakukan pemilihan media komunikasi yang tepat. Hal ini sangat memungkinkan bagi HTI Banyumas karena mereka memiliki beragam media komunikasi yang disiapkan oleh DPP HTI. Media komunikasi dalam bentuk layanan internet tentunya dapat dipilih untuk melakukan komunikasi dimana komunikannya adalah orang-orang yang melek teknologi, paling tidak pelajar dan mahasiswa.

Selain sebagai media komunikasi internet dengan berbagai macam fasilitasnya juga bisa

dimanfaatkan sebagai ruang dokumentasi. Sebagai contoh facebook dan twitter, melalui layanan tersebut HTI Banyumas dapat melakukan pengarsipan baik berupa foto maupun data-data dalam bentuk lain.

Majalah Al-wa'ie, tabloid Media Umat, buletin Al Islam dan buku serta pamflet bisa dijadikan media komunikasi yang mana komunikannya berupa anggota, organisasi kemasyarakatan, masyarakat umum dan pemerintah. Walaupun tidak menutup kemungkinan untuk para pelajar dan mahasiswa.

Menyebarkan pesan, merupakan tindakan dari komunikasi itu sendiri. Usaha agar sebuah pesan diterima oleh komunikan bukan sekedar memberikan informasi melalui media massa, maka komunikasi harus diarahkan kepada sasaran yang tepat bukan disebarkan segala arah. Demikian pula tentunya maksud dari pembagian komunikan dan pengklamufasean pesan *khilafah Islamiyah*.

BAB V
KESIMPULAN DALAM PENELITIAN
KOMUNIKASI ORGANISASI

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian komunikasi organisasi pada HTI Banyumas, maka didapatkan beberapa simpulan sebagai berikut: pertama, komunikasi organisasi HTI Banyumas yang terjadi selama ini dapat dikualifikasikan menjadi dua model yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Bentuk dari komunikasi internal ialah komunikasi antara ketua dan bawahan serta sesama rekan kerja atau antar lajnah. Komunikasi itu bisa berupa komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Adapun komunikasi eksternal di dalam HTI Banyumas, terjadi antara HTI Banyumas secara keorganisasian dengan komunikasi diluar HTI Banyumas.

Komunikasi tersebut berupa hubungan masyarakat, periklanan, promosi dan survei konsumen. Komunikasi internal dalam HTI Banyumas lebih bersifat penguatan organisasi yaitu berupa instruksi dan koordinasi sebagai bentuk kaderisasi, sedangkan komunikasi eksternal lebih bersifat publikasi. Komunikasi organisasi HTI Banyumas menggunakan empat pola komunikasi yaitu pola instruktif, diplomasi, propaganda dan controlling. Adapun gaya komunikasinya menggunakan gaya struktural dan kultural. Komunikasi organisasi HTI Banyumas

dalam bentuk komunikasi massa dilaksanakan melalui dua media yaitu media cetak dan media elektronik.

Kedua, strategi komunikasi HTI Banyumas sebagai upaya mewujudkan *Khilafah Islamiyah* dilakukan sebagai langkah turunan dari tahapan di dalam mewujudkan *khilafah Islamiyah* yang meliputi tiga tahap yaitu; pengkaderan, interaksi dengan umat dan pengambil alihan kekuasaan. Langkah turunan tersebut ialah dengan melakukan komunikasi terhadap komunikan yang diklasifikasi menjadi enam yaitu; anggota, pelajar, mahasiswa, organisasi kemasyarakatan, pemerintah dan masyarakat umum. Adapun pelaksanaan komunikasinya ialah dengan berbagai macam kegiatan yang disiapkan secara terprogram dan insidental serta berdasarkan instruksi dari DPP HTI. Beberapa kegiatan tersebut diantaranya; diskusi mingguan, Halaqoh Islam dan Peradaban, Liqo Syawal, Kegiatan Rajaban, ICMS, Workshop, Training, Wufud, Gelaran Pustaka dan Aksi. Dari seluruh kegiatan tersebut secara prinsip HTI tidak pernah meninggalkan poin penting dari pesannya yaitu *khilafah Islamiyah* sebagai bentuk konsistensi dan kontinuitas pesan. Adapun media komunikasi yang digunakan oleh HTI Banyumas untuk menyebarkan pesan yaitu melalui Internet dengan memanfaatkan layanan facebook dan twitter dengan akun BanyumasMilikAllah. Sedangkan website, tabloid dan majalah serta buku merupakan fasilitas media komunikasi yang diberikan oleh DPP HTI kepada HTI Banyumas.

Dalam penutup penelitian komunikasi organisasi, perlu adanya rekomendasi yang ditujukan pada objek penelitian. Rekomendasi atau saran pada penelitian mengenai HTI Banyumas adalah, pertama, HTI Banyumas hendaknya lebih terbuka dalam

memberikan informasi mengenai berbagai macam hal terkait organisasinya. Hal ini agar menunjukkan kepada publik bahwa HTI Banyumas siap untuk berpartner dengan siapa saja, bukan hanya siap untuk dijadikan partner. Kedua, HTI Banyumas hendaknya melakukan komunikasi dengan organisasi masyarakat secara umum jangan hanya terfokus pada NU dan Muhammadiyah. Hal ini dimaksudkan untuk mempercepat dalam memperoleh simpatisan dari organisasi masyarakat lain yang tidak sebesar NU dan Muhammadiyah. Ketiga, HTI Banyumas hendaknya lebih terusterang didalam melakukan aktifitas komunikasi dalam berbagai bentuk kegiatan di lingkungan masjid, sehingga tidak memicu konflik dengan organisasi lain yang merasa kecolongan olehnya.

Keempat, HTI Banyumas hendaknya memiliki penambahan media komunikasi jangan hanya mengelola facebook dan twitter. Akan tetapi memiliki website sendiri agar tidak tergantung pada fasilitas media yang diberikan oleh DPP HTI baik berupa media cetak maupun elektronik. Selain itu media HTI Chanel khususnya Radio dan TV HTI Chanel hendaknya juga diperbanyak layanannya jangan hanya berkekuatan untuk 1000 pendengar atau penonton.

Kelima, HTI Banyumas, hendaknya mendaftarkan diri sebagai partai di dalam pemilihan umum. Hal ini dimaksudkan guna melakukan komunikasi secara politik dengan pemerintah. Sehingga tidak hanya melakukan pengopinan saja tetapi ikut rembug dalam penentuan kebijakan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, 2005, *Islam dan Radikalisme di Indonesia*, Jakarta: LIPI Press.
- Akhtar Rizvi, Sayyid Sa'eed, tt, *Imamate: Vicegerency of The Prophet*.
- Al-Amin, Ainur Rofiq, 2012, *Membongkar Proyek Khilafah Ala Hizbut Tahrir di Indonesia*, Yogyakarta: LKIS.
- An-Nabhani, 2001, *Mafahim Hizbut Tahrir*, Bogor: Pustaka Fikrul Mustanir.
- _____, 2010, *Mafahim Hizbut Tahrir*, Pnj: Abdullah, Jakarta: Hizbut Tahrir Indonesia.
- _____, 2001, *At-Taktilul Hizbi*, Bogor: Pustaka Fikrul Mustanir.
- _____, 2013, *Pembentukan Partai Politik Islam*, Pnj: Zakaria, Bogor: Hizbut Tahrir Indonesia.
- _____, 2005, *Ajizah ad-Daulah al-Khilafah*, Bogor: Pustaka Fikrul Mustanir.
- _____, 20014, *Struktur Negara Khilafah (Pemerintah dan Administrasi)*, Pnj: Yahya, Jakarta: Hizbut Tahrir Indonesia.
- Asnawati, 2011, *Jaringan Hizbut tahrir Indonesia di Kota Depok Jawa Barat dan Kota Semarang*, dalam "Perkembangan Paham Keagamaan Transnasional di Indonesia", Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI.
- Baran, Zeyno, 2004, *Hizb Ut-Tahrir: Islam's Political Insugency*, Washington: The Nixon Center.
- Bekun, Rafik and Jamal Badawi, 1999, *The Leadership Process in Islam*, Canada:

- Budyatana, Muhammad dan Leila Mona Ganiem, 2011, *Teori Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Cutlip, Scot M., 2007, *Effective Public Relation*, Penj: Tri Wibowo, Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Djunaidi, A.F, 2005, *Filosofi dan Etika Kepemimpinan dalam Islam*, dalam Al-Mawardi Edisi XIII.
- Effendi, Onong Uchyana, 1986, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya.
- _____,_____,1993, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung Citra Aditya Bakti.
- _____,_____, 1992, *Spektrum Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.
- _____,_____, 1998, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Karya.
- Fajar, Marhaeni, 2009, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fisher, Aubrey, 1987, *Teori-Teori Komunikasi*, Penj: Soejono Trimo, Bandung: CV Remadja Karya.
- Hamid, Farid dan Heri Budianto, 2011, *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*, Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Hilmy, Masdar, 2009, *Manufacturing the "Ontological Enemy" Socio-Political Construction of anti-Democracy Discourses among HTI Activists in Post-New Order Indonesia*, in Journal of Indonesia Islam Volume 03, Number 02.
- Hybels, Sandra, 2007, *Communicating Effectively*, New York: Shenzen Donelley Printing.

- Ivancevich, John M., Robert Konopaske, Michael T. Matteson, 2007, *Perilaku dan Manajemen Organisasi Jilid 2*, Penj: Dharma Yuwono, Bandung: Erlangga.
- Jurdi, Syarifuddin, 2008, *Pemikiran Politik Islam Indonesia, Pertautan Negara, Khilafah, Masyarakat Madani dan Demokrasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kareem Newell, 1840, *Accountability in the Khilafah*, Cairo.
- Littelmores, J, 2003, *The Communicative Effectiveness of Different Types of Communication Strategy*, University of Birmingham.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009, *Theories of Human Communication*, Pnj: Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta: Salemba Humanika.
- Laswell, Harold D, 2007, *The Structure and Function of Communication in Society*, in Illetisim Kuram Ve Arastirma Dergisi Sayi 24 Kis-Bahar.
- Mubarok, Achmad, 2014, *Psikologi Dakwah Ciri-Ciri Dakwah yang Efektif*, dalam Risalah No.46/Thn VII/1435 H.
- Muhammad, Arni, 2004, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy, 2008, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilahi, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Purnada Media.
- M. Nicotera, Anne. Linda L. Putnam, 2009, *Building Theories of Organization The Constitutive Role of Communication*, New York: Routledge.

- Nurudin, 2013, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pace, R.Wyne dan Don F. Faules, 2005, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Penj: Deddy Mulyana, Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Parek, Udai, 1996, *Perilaku Organisasi Pedoman ke Arah Pemahaman Proses Komunikasi Antar Pribadi dan Motivasi Kerja*, Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi.
- Person, Judy C, 2003, *Human Comunication*, New York: R R Donnelley.
- Qadeem Zallum, Abdul, 2000, *How the Khalifah Was Destroyed*, London: De-Luxe Printers.
- Qodir, Zuly, 2013, *HTI dan PKS Menuai Kritik: Perilaku Gerakan Islam Politik Indonesia*, Bantul: Jussuf Kalla School of Government.
- Rizal, Syamsu, 2011, *Jaringan Hizbut tahrir Indonesia di Kota Makassar Sulawesi Selatan*, dalam "Perkembangan Paham Keagamaan Transnasional di Indonesia", Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI.
- _____, 2011, *Crafting Hizbiyyin in Contemporary Indonesia Da'wah and Recruitment of Hizbut Tahrir Indonesia in South Sulawesi*, in *Journal of Indonesia Islam* Volume 5, Number 01.
- Rosilawati, Yeni, 2008, *Employe Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand Image)*, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 6, Nomor 3.

- Ruliana, Poppy, 2014, *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- S. Schiefelbein, Jill. R. Corman Steven, 2006, *Communication and Media Strategi in The Jihadi War of Ideas*, Arizona State University.
- Sastropoetro, Santoso, 1991, *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, Bandung: Alumni.
- Selznick, Phillip, 1948, *Foundation of The Theory of Organization*, in *American Sociological Review*, Vol. 13, No. 1.
- Shobron, Sudarno, 2014, *Model Dakwah Hizbut Tahrir Indonesia*, dalam *Profetika Jurnal Studi Islam* Vol. 15, No. 1.
- Singaribun, Masri dan Sofyan effendi, 1989, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3EES Indonesia.
- Sondang dan Siagian, 1989, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Jakarta: Bina Aksara.
- Stuart, Hannah dan Houriya Ahmed, 2009, *Hizb Ut-Tahrir Ideolgy and Strategy*, London: the Centre for Social Cohesion.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- _____, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Suryanto, 2015, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Pustaka Setia.
- Susanto, Astrid S, 1976, *Filsafat Komunikasi*, Bandung: Penerbit Binacipta

Tanzeh, Ahmad, 2011, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras.

Umar, Husein, 2010, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-masalah Manajaemen Strategik untuk Skripsi, Tesis dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers.

West, Richard dan Lynn H. Turner, 2008, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, Penj: Maria Natalia Damayanti Maer, Jakarta: Salemba Humanika.

Wibowo, 2013, *Perilaku dalam Organisasi*, Jakarta: Rajawali Perss.

Yusup, Pawit M., 2009, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, Jakarta: Bumi Aksara.

Buletin Al Islam, Edisi 718 22 Agustus 2014.

<http://hizbut-tahrir.or.id/tentang-kami/> 14 april 2014.

<http://artipengetahuan.blogspot.com/2013/03/pengertian-istilah-strategi-tujuan-dan.html>, didownload pada hari sabtu 07-12-2013.

<http://www.hizbut-tahrir.or.id/2008/07/03/ketua-dpp-hti-hafidz-abdurrahman-khilafah-wajib-dan-urgen/> didownload pada 02 februari 2015.

<http://emka.web.id/ke-nu-an/2011/said-aqil-nu-tolak-pendirian-negara-islam-di-nkri/> didownload pada 02 februari 2015.

BIOGRAFI PENULIS

Turhamun, lahir di Kebumen tepatnya di dukuh Krenceng desa Pandansari kecamatan Sruweng pada 02 Februari 1987. Ia lahir dari pasangan Bapak Nursodik dan Ibu Turiyem. Ia beristrikan Siti Nurmahyati dari Banyumas, dan hingga saat ini dianugerahi empat putra yaitu, Maulana Bimantara, Ken Akhtar Malik Wijaya, Ken Akmal Malik Wijaya dan Muhammad Husein Wisnu Wardhana.

Sebagai anak desa ia mengawali pendidikan di SD, MTS, dan MA serta mengaji di Pondok Pesantren Al Ikhsan yang ada di desanya. Pendidikan Strata satu didapatkan di sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN Purwokerto) dan pendidikan Strata dua didapatkan di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Saat ini ia sedang menempuh pendidikan doktoral di Universitas Islam negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Ia mengawali karir dalam bidang akademik di Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen pada tahun 2015. Sejak 2016 hingga saat ini ia mengabdikan sebagai dosen di jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto. Ia dipercaya mengampu beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan komunikasi seperti Komunikasi Organisasi, Komunikasi Politik, *Public Relation*, *Fundraising*, Hukum Dan Etika Media Masa serta mengampu beberapa matakuliah kedakwaan

seperti, Dakwah Multikultural, Pemikiran Gerakan dan Kebijakan Dakwah, Akhlak Tasawuf dan lain sebagainya.

Ada beberapa karya tulis yang sudah ia publikasikan, di antaranya Dakwah Multikultural Sebagai Realita Dakwah, dan Strategi Fundraising Organisasi Kemasyarakatan.

Di kampus ia dipercaya juga untuk mengawal Moderasi Beragama sebagai amanah dari rencana jangka Panjang menengah Nasional dengan posisi sebagai sekretaris Pusat Moderasi Beragama UIN Saizu. Selain itu melalui Unit Pengembangan (UPT) Ma'had Al-Jami'ah ia juga dipercaya untuk menggawangi bidang kerjasma antara UIN Saizu dengan pesantren mitra dalam bidang Baca Tulis Al Quran dan Praktik Pengamalan Ibadah. Ia juga menjadi bagian dari pembina unit kegiatan mahasiswa (UKM) Master. Oleh kementerian Agama ia juga dipercaya sebagai Fasilitator Provinsi Mata Pelajaran Bahasa Indonesia untuk jenjang Madrasah Aliah.

Selain sebagai dosen ia juga merupakan orang yang aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan, karenanya ia juga pernah menjadi bagian dari pengurus Ansor di tingkat cabang (kabupaten) maupun wilayah (provinsi). Saat ini ia juga diamanahi untuk menjadi sekretaris Lembaga Wakaf Nahdlatul ulama Kabupaten Banyumas, sebuah lembaga yang konsen untuk pendataan dan pengamanan asset-aset pengurus besar nahdlatul ulama.

