

URGENSI KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTAR PENGURUS & JAMAAH MASJID DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI IBADAH

TAUFIK RAHMAN

Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal
Kabupaten Tanjung Jabung Barat
Email: Taufikrahmanhs1@gmail.com

Abstract

‘Tujuan penulisan tulisan ilmiah ini adalah untuk mengetahui berkenaan dengan urgensi komunikasi interpersonal antar pengurus dan jamaah masjid dalam meningkatkan motivasi ibadah. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan secara intim antara dua orang dengan yang saling mencurahkan isi hatinya atas apa yang terjadi dan atas sebagainya yang mana komunikasi interpersonal tersebut lebih berhasil dari sekedar komunikasi antara satu orang dengan orang banyak dalam kegiatan ceramah-cermah misalnya. Oleh sebab itu pengurus masjid perlu melakukan pendekatan komunikasi interpersonal kepada jamaah yang mereka memerlukan motivasi khusus dalam hal ibadah.’

Keywords: komunikasi, interpersonal jamaah, pengurus, motivasi.

INTRODUCTION

Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesamanya. Dalam kehidupannya manusia sering dipertemukan satu sama lainnya dalam suatu wadah baik formal maupun informal. Organisasi adalah sebuah sistem sosial yang kompleksitasnya jelas terlihat melalui jenis, peringkat, bentuk dan jumlah interaksi yang berlaku. Proses dalam organisasi adalah salah satu faktor penentu dalam mencapai organisasi yang efektif. Salah satu proses yang akan selalu terjadi dalam organisasi apapun adalah proses komunikasi. Melalui organisasi terjadi pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman. Mengingat perannya yang penting dalam menunjang kelancaran berorganisasi, maka perhatian yang cukup perlu dicurahkan untuk mengelola komunikasi dalam organisasi. Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian sebuah organisasi terutama dengan timbulnya salah faham dan konflik

Komunikasi memelihara motivasi dengan memberikan penjelasan kepada para jamaah tentang apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka mengerjakannya dan apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan praktik ibadah jika sedang berada di bawah standar. Aktivitas komunikasi di perkantoran senantiasa disertai dengan tujuan yang ingin dicapai, sesama dalam kelompok dan masyarakat. Budaya komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi harus dilihat dari berbagai sisi. Sisi pertama adalah komunikasi antara ustad kepada jamaah atau antara pengurus dengan jamaah. Sisi kedua antara jamaah yang satu dengan jamaah yang lain. Sisi ketiga adalah antara jamaah kepada ustad atau pengurus masjid. Masing-masing komunikasi tersebut mempunyai polanya masing-masing.

Di antara kedua belah pihak harus ada *two-way-communications* atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun kelompok, untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Komunikasi merupakan sarana untuk mengadakan koordinasi antara berbagai subsistem dalam lingkungan masjid. Menurut Kohler ada dua model komunikasi dalam rangka meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan lembaga ini. Pertama, komunikasi koordinatif, yaitu proses komunikasi yang berfungsi untuk menyatukan bagian-bagian (subsistem) lembaga. Kedua, komunikasi interaktif, ialah proses pertukaran informasi yang berjalan secara berkesinambungan, pertukaran pendapat dan sikap yang dipakai sebagai dasar penyesuaian di antara sub-sub sistem dalam lembaga, maupun antara lembaga dengan jamaah. Frekuensi dan intensitas komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut.

Dalam hal komunikasi yang terjadi antar pengurus dan jamaah masjid¹ sangat perlu dilakukan komunikasi interpersonal kepada jamaah yang khusus yang mereka memerlukan motivasi dalam hal ibadah. Beribadah atau lebih tepatnya mengabdikan kepada Allah adalah sebuah keniscayaan dalam kehidupan manusia.

¹ Masjid diambil dari akar kata '*Sajada, Yasjudu, Masjidan*' yang artinya tempat sujud. Lihat: Sofyan Syafri Harahap, *Manajemen Masjid* (Yogyakarta: Bhakti Prima Rasa, 1996), h.26

Hal ini selaras dengan perintah yang tertuang dalam Al-Qur'an bahwa manusia dan jin diciptakan untuk tujuan mengabdikan kepada-Nya. Meskipun, baik kita beribadah maupun durhaka sesungguhnya sama sekali tak mempengaruhi sedikit pun keagungan Allah. Ibadah merupakan kebutuhan bagi diri manusia sendiri. Tetapi dalam kondisi tertentu ada masanya seseorang tersebut mengalami keadaan yang lemah atau masalah beribadah atau dapat pula mengalami turunnay motivasi untuk beribadah. Oleh karena itulah, jamaah mesti melakukan komunikasi interpersonal kepada pengurus, ustad atau kiyai untuk mengobati turunnya motivasi ibadah tersebut.

Oleh karena itulah, melalui artikel ini penulis ingin memberikan satu ulasan singkat mengenai urgensi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pengurus masjid kepada jamaah tertentu yang membutuhkan motivasi dalam beribadah. Komunikasi searah antara ustad dengan jamaah yang ramai biasanya tidak seluruhnya dapat memberikan efek yang begitu berhasil dalam memberikan motivasi kepada jamaah, akan tetapi dengan komunikasi interpersonal akan lebih terasa dan menyentuh. Oleh karena itulah artikel ini penulis beri judul: '*Urgensi Komunikasi Interpersonal Antar Pengurus & Jamaah Masjid dalam Meningkatkan Motivasi Ibadah*'.

RESEARCH METHODS

Metode penelitian (*research methods*) adalah “cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam merancang, melaksanakan, pengolahan data, dan menarik kesimpulan berkenaan dengan masalah penelitian tertentu”.. Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Menurut Furchan, penelitian deskriptif mempunyai karakteristik: *Pertama*, Penelitian deskriptif cenderung menggambarkan suatu fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur-ketat, mengutamakan obyektivitas, dan dilakukan secara cermat. *Kedua*, Tidak adanya perlakuan yang diberikan atau

dikendalikan, dan tidak adanya uji h.². Sementara Ronny Kountur, penelitian deskriptif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: *Pertama*, Berhubungan dengan keadaan yang terjadi saat itu. *Kedua*, Menguraikan satu variabel saja atau beberapa variabel namun diuraikan satu persatu. *Ketiga*, Variabel yang diteliti tidak dimanipulasi atau tidak ada perlakuan (treatment).³

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif di sini adalah jenis penelitian di mana temuan tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lainnya. Menurut Saifuddin Azwar, pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang analisisnya lebih menekankan pada proses inferensi deduktif dan induktif, serta pada proses menganalisis dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, menggunakan logika ilmiah.⁴ Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada pengaturan alam atau pada konteks suatu entitas, ini dilakukan karena ontologi alami membutuhkan keberadaan fakta secara keseluruhan yang tidak dapat dipahami jika dipisahkan dari konteks.⁵

Pendekatan semacam ini berfokus pada penalaran berdasarkan realitas sosial secara objektif dan melalui paradigma fenomenologis, yang berarti bahwa metode ini digunakan untuk tiga pertimbangan: *Pertama*, untuk memfasilitasi pemahaman berbagai realitas, *Kedua*, menghadirkan secara intrinsik antara peneliti dan kenyataan; *Ketiga*, metode ini lebih sensitif dan dapat menyesuaikan dengan bentuk nilai yang digunakan.⁶ Pendekatan kualitatif digunakan berdasarkan pertimbangan jika ada beberapa realitas yang memudahkan peneliti dalam melakukan studinya dan dengan pendekatan ini penajaman pengaruh dan pola nilai lebih sensitif untuk disesuaikan.

² Ahmad Furchan, *Pengantar Pendidikan dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), h.14

³ Ronny K, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PPM, 2003), h.76.

⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h.55

⁵ Linclon & Guba, *Qualitative Research* (Singapore: Mc. Graw Hill Book Co, 1986).

⁶ Lexy J. Meolong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. RosdakKarya, 2017).

RESULTS AND DISCUSSION

A. Konsep Komunikasi

Tuhan telah menciptakan manusia sebagai makhluk sosial, yang tidak dapat hidup tanpa orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Berbagai macam cara dan upaya dilakukan oleh manusia, dimana komunikasi menjadi salah satu sarana mutlak keberadaannya, guna mencapai kebutuhan-kebutuhannya tersebut.

Siapa pun dan bagaimanapun keadaannya manusia tidak dapat terlepas dari kebutuhan-kebutuhan biologis seperti makan dan minum, kebutuhan fisiologi seperti keamanan dan penghargaan diri, kebutuhan psikologi seperti keberhasilan dan kebahagiaan. Komunikasi merupakan aktualisasi diri agar orang lain mengetahui bahkan merespon keinginan manusia, maka terjadilah suatu proses komunikasi yang berkesinambungan. Dengan kata lain, komunikasi merupakan proses saling mempengaruhi antara dua orang atau lebih, dengan menggunakan sarana tertentu, baik sarana yang berada dalam diri manusia (internal) maupun yang berada di luar diri manusia (eksternal), sehingga tercapai suatu keputusan tertentu bagi yang membutuhkan.

Ada berbagai macam definisi atau pengertian dari para ahli mengenai komunikasi ini. “Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna”⁷ proses komunikasi melibatkan dua orang atau lebih, baik secara langsung atau bertatap muka, maupun dengan menggunakan media.

Menurut Carl I. Hovland, pengertian komunikasi adalah “ Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap”⁸. Sementara menurut Stewart L. Lubis dan Sylvia Moss “komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua

⁷ Effendy Onong uchatna, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Penerbit Remaja, 2002), h.9

⁸ Effendy Onong uchatna, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h.10

orang atau lebih”.⁹ Untuk lebih jelasnya, para ahli memberikan batasan-batasan dan pengertian dari pengertian komunikasi, yaitu:

1. James A.F Stoner, dalam bukunya yang berjudul: Manajemen , menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.
2. John R. Schemerhorn cs. Dalam bukunya yang berjudul: Managing Organizational Behaviour, menyatakan bahwa komunikasi itu dapat diartikan sebagai proses antara pribadi dalam mengirimkan dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.
3. William F. Glueck, dalam bukunya yang berjudul: Manajemen menyatakan bahwa komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama, yaitu:
 - a) Interpersonal Communications, komunikasi antar pribadi yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.
 - b) b.Organizational Comunciations, yaitu dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian informasi kepada orang banyak didalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada hubungan.¹⁰

Dari batasan pengertian tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa hampir semua ahli menyatakan bahwa komunikasi adalah proses terbentuknya suatu kegiatan antara dua orang atau lebih, dimana didalamnya terdapat seorang (komunikator) yang memiliki, ide dan informasi untuk disampaikan kepada orang lain (komunikan), sehingga terciptanya suatu stimulus atau respon yang dapat menghasilkan keputusan dan tindakan yang berarti bagi yang membutuhkannya.

Pada dasarnya para pelaku komunikasi menginginkan, agar kegiatan komunikasi berjalan efektif. Untuk memenuhi keinginannya tersebut, tidak sedikit pelaku komunikasi yang mengikuti saran para ahli. Salah satunya

⁹ Mulyana, Deddy, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), h.69

¹⁰ Wijaja, H. A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta Penerbit Bumi Ajsara, 1997), h.8.

yaitu saran dari Harold Lasswell, sering juga disebut paradigma Lasswel yang mengemukakan bahwa “ Cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : who says what in which channel to whom with what effect? ”¹¹ dengan demikian, bahwa dalam melakukan secara efektifitas diperlukan komunikasi secara efektif diperlukan jawaban yang tepat atas pertanyaan tersebut, yaitu :

1. Komunikator (Communicator, source, sender)
2. Pesan (Message)
3. Media (Channel, media)
4. Komunikan (Communicant, communicate, receiver, recipient)
5. Efek (Effect, impact, influence)

Kelima jawaban tersebut akhirnya dijadikan sebagai sumber unsur atau komponen dalam komunikasi, dan sangat dibutuhkan oleh para pelaku komunikasi aktif yang menginginkan kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

B. Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi ada beberapa macam, yaitu :

1. Tatap muka (face-to-face)
2. Bermedia (Mediated)
3. Verbal (Verbal)
 - a) Lisan (Oral)
 - b) Tulisan
4. Non verbal (Non-verbal)
 - a) Gerakan/ isyarat badaniah (gestural)
 - b) Bergambar (Pictorial).¹²

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapat umpan balik (Feedback) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat di penuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap

¹¹ Mulyana, Deddy, *Komunikasi Organisasi*, h.10

¹² Effendy Onong uchatna, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h.7

muka (face-to-face) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (Oral) dan tulisan (Written/printed). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (gesturual) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

C. Proses Komunikasi

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, gerakan, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.¹³

Dalam proses komunikasi primer ini menjelaskan, bahwa seorang (komunikator) menyampaikan informasi, gagasan dan idenya kepada orang lain (komunikan), dengan menggunakan sarana media yang ada di dalam dirinya (internal). Untuk itu diperlukan kemampuan agar dapat menstranmisikan perasaan dan pikirannya tersebut kepada orang lain. Kemampuan yang dimaksud adalah bagaimana seorang manusia menggunakan dan memadukan bahasa dalam dirinya. Baik berupa isyarat seperti menggunakan alat maupun gambar, kemudian dikemas sedemikian rupa agar orang lain mengerti isi pesan yang disampaikan oleh

¹³ Effendy Onong uchatna, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h.11

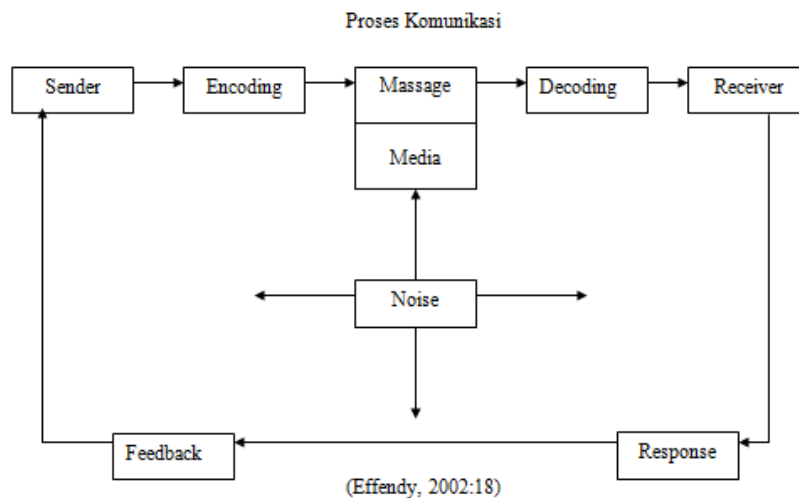
komunikator dengan komunikan mempunyai kesamaan makna dalam menyampaikan pesannya.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Pengertian dan komunikasi secara sekunder ini hampir sama dengan komunikasi secara primer, “ Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang media pertama”.¹⁴

Proses komunikasi secara sekunder merupakan penerapan teknologi yang terus berkembang zaman. Kegiatan komunikasi ini dilakukan oleh komunikator dengan menggunakan media yang berada diluar dari manusia (eksternal), dan biasanya dilakukan karena komunikan berada lebih jauh dari komunikator dan jumlahnya relatif banyak media yang biasanya digunakan yaitu telepon, internet, majalah, televisi, dan lain sebagainya.

Sebenarnya media komunikasi yang mutlak dan lebih sering digunakan adalah bahasa. Namun banyak orang beranggapan bahwa bahasa hanya merupakan simbol atau lambang saja, dan media kedua ialah yang difokuskan sebagai media komunikasi. Akan tetapi pada dasarnya, sebelum menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesannya. Untuk lebih jelasnya, kita simak paradigma Lasswel dalam gambar berikut:



¹⁴ Effendy Onong uchatna, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h.16

Dari gambar di atas dapat penulis simpulkan, agar komunikasi berjalan efektif maka komunikator merupakan titik awal berlangsungnya proses komunikasi sebaliknya mengetahui dengan jelas kepada siapa tujuan dan apa yang diinginkan. Proses komunikasi kurang lebih berlangsung seperti ini : komunikator (pengirim) menyandikan pikiran dan gagasan kedalam sebuah pesan dengan menggunakan media, kemudian disampaikan kepada komunikan (penerima). Komunikasi menerima pesan tersebut kemudian muncul suatu pemahaman atau pengiriman, kemudian komunikan memberikan tanggapan atau respon. Kemudian diharapkan dapat umpan balik (feedback) kepada komunikator, sehingga tercapailah apa yang diinginkan oleh komunikator. Namun, komunikasi akan mengalami hambatan apabila terjadi gangguan (noise) yang tidak terduga. Dimana komunikan tidak dapat menerima pesan dari komunikator dengan baik.

D. Motiasi Ibadah

Secara etimologis istilah motivasi (motivation) berasal dari perkataan bahasa latin, yakni *movere* yang berarti menggerakkan (*to move*). Diserap dalam bahasa Inggris menjadi *motivation* berarti pemberian motif, penimbunan motif atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan.¹⁵

Selanjutnya Winardi juga mengemukakan, bahwa motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Berdasarkan hal tersebut pengertian mengenai motivasi tidak bisa lepas dari konsep motif. Pada intinya dapat dikatakan bahwa motif merupakan penyebab terjadinya tindakan. Steiner sebagaimana dikutip mengemukakan motif adalah “suatu pendorong dari dalam untuk beraktivitas atau bergerak dan secara langsung atau mengarah kepada sasaran akhir”.¹⁶

¹⁵ Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002), h.67

¹⁶ Hasibuan, Malayu SP, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta : Bumi Aksara, 2001).

Sedarmayanti mendefinisikan motivasi sebagai kondisi mental yang mendorong aktivitas dan memberi energi yang mengarah kepada pencapaian kebutuhan memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan (Sedarmayanti: 2001). Hasibuan mendefinisikan motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.¹⁷

Chung & Megginson (menjelaskan motivation is defined as goal-directed behavior. It concerns the level of effort one exerts in pursuing a goal, it is closely related to employee satisfaction and job performance (motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar suatu tujuan, motivasi berkaitan erat dengan kepuasan pekerjaan dan performansi pekerjaan).¹⁸

Berdasarkan pada beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu penggerak atau dorongan-dorongan yang terdapat dalam diri manusia yang dapat menimbulkan, mengarahkan, dan mengorganisasikan tingkah lakunya. Hal ini terkait dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan, baik kebutuhan fisik maupun kebutuhan rohani.

Dalam kaitannya dengan kegiatan rohani terhadap motivasi ketaatan beribadah Lansia, maka motivasi merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri Lansia yang dapat menimbulkan, menjamin, dan memberikan arah pada ketaatan beribadah Lansia. Ketaatan secara etimologi sebagaimana disebutkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti tunduk, kepatuhan, kesetiaan. Taat kepada Allah berarti patuh, tunduk, setia kepada Allah SWT dengan memelihara syariat-Nya, melaksanakan segala perintah-Nya, meninggalkan segala larangan-Nya dan mencontoh sunnah rasul-Nya.¹⁹

¹⁷ Hasibuan, Malayu SP, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*.

¹⁸ Gomes, Faustino Cardoso, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h.

¹⁹ Shodiq, M, *Kamus Istilah Agama*, (Jakarta: Bina Ciptama, 1990), h.72

Sedangkan “ibadah” berasal dari kata “abada” yang berarti menyembah, menghinakan diri kepada Allah.²⁰ Dari kata dasar “abada” kemudian dibentuk menjadi masdar “ibadatan” yang berarti pengabdian. Jadi, ketaatan beribadah dapat diartikan sebagai kepatuhan dan kesetiaan seorang hamba kepada Allah untuk menjalankan perintah serta meninggalkan larangan-Nya. Ketaatan beribadah juga berarti melaksanakan semua perintah Tuhan sesuai dengan kemampuan dan meninggalkan seluruh laranganNya dengan niat yang ikhlas. Unsur niat atau kesengajaan merupakan salah satu penentu berpahala tidaknya perbuatan dan tingkah laku sehari-hari. Tindakan keagamaan yang tidak disertai dengan niat atau tanpa kesadaran beragama bukanlah ibadah. Sebaliknya tingkah laku sosial dan pekerjaan sehari-hari, apabila disertai niat karena Allah adalah termasuk ibadah.²¹

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi ketaatan beribadah adalah merupakan sebab yang mendorong seseorang tunduk, patuh, berserah diri hamba kepada sang Khaliq. Penyerahan dengan hati, perkataan dan perbuatan untuk mengerjakan perintah-Nya dan meninggalkan larangan-Nya yang dilakukan secara ikhlas untuk mencapai keridloan Allah SWT, dan mengharap pahala-Nya di akhirat dan dilakukan secara terus menerus dalam kehidupan manusia.

CONCLUSION

Komunikasi interpersonal sangat perlu dilakukan oleh jamaah kepada pengurus masjid atau guru atau ustad yang menjadi pengajar di masjid untuk meningkatkan motivasi beribadah. Terkadang disaat jamaah mendapatkan permasalahan hidup yang cukup berat mereka membutuhkan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan kembali gairah ibadah ke dalam masjid. Dalam Al-Qur'an Allah memerintahkan orang mukmin untuk taat, sebagaimana disebutkan dalam surat An-Nisa ayat 59 yaitu:

²⁰ Yunus, Mahmud, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: Departemen Agama, 1996), h.33

²¹ Ahyadi, Abdul Aziz, *Psikologi Agama, Kepribadian Muslim Pancasila*, (Bandung: Sinar Baru Algensido, 1995), h.54

مِنْكُمْ الْأَمْرَ وَأُولَى الرَّسُولَ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَالْأَطِيعِ أَمْرُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
تُؤْمِنُونَ تُمْكِنُ إِنَّ وَالرَّسُولَ اللَّهُ إِلَى فَرُدُّهُ شَيْءٍ فِي تَنَازَعْتُمْ فَإِنْ
تَأْوِيلًا أَحْسَنَ وَخَيْرَ ذَلِكَ الْآخِرُ وَالْيَوْمَ بِاللَّهِ

Artinya: 'Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya'. (QS. An-Nisa: 59).

Dalam prakteknya, ketaatan ibadah tidak dapat dilepaskan dari unsur taqwa, karena taqwa merupakan sikap mental dan kepatuhan seseorang (mukmin) dalam melaksanakan perintah-perintah-Nya serta menjauhi larangan-larangan-Nya atas dasar kecintaan (Razak: 1996). Ketaatan dan ketaqwaan bukan berarti ketakutan, melainkan merupakan suatu bentuk kesadaran hati untuk menjalankan hukum-hukum sang Khaliq. Ibadah merupakan amal dasar untuk mendapatkan ketenangan hidup manusia, semua aktifitasnya dicapai manusia pada dasarnya tidak lain adalah hasil amal ibadah. Oleh karena itu, sebagai hamba harus taat beribadah dengan berbagai macam bentuk amal perbuatan dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan, yakni hidup di dunia dan di akhirat.

Secara garis besar, ibadah dapat dibedakan menjadi dua, yakni ibadah mahdilah dan ghairu mahdilah. Ibadah mahdilah merupakan bentuk pengabdian langsung seorang hamba kepada sang Khaliq secara vertikal atau ibadah yang ketentuan dan pelaksanaannya telah ditetapkan oleh nash dan merupakan sari ibadah kepada Allah SWT. Di antara ibadah mahdilah yang terpenting meliputi, sholat, zakat, puasa dan ibadah haji. Sedangkan ibadah ghairu mahdilah merupakan ibadah horizontal (sosial) yang berhubungan dengan sesama makhluk atau lingkungan. Bisa juga disebut semua perbuatan yang mendatangkan kebaikan dan dilaksanakan dengan niat yang ikhlas karena Allah SWT, seperti minum, makan dan bekerja mencari nafkah (Syukur: 2000).

Oleh karena itulah perlu dibangun komunikasi yang baik antara jamaah dengan pengurus masjid. Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan kerja suatu organisasi. Hal ini dapat dipahami sebab komunikasi yang

tidak baik mempunyai dampak yang luas terhadap kehidupan organisasi, misalnya konflik antar pegawai, dan sebaliknya komunikasi yang baik dapat meningkatkan saling pengertian, kerja sama dan kepuasan kerja. Oleh karena itu hubungan komunikasi yang terbuka harus diciptakan dalam organisasi. Pada dasarnya komunikasi di dalam organisasi, terbagi kepada tiga bentuk:

1. Komunikasi Vertikal

Bentuk komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah dan sebaliknya. Artinya komunikasi yang disampaikan pimpinan kepada bawahan, dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik. Fungsi komunikasi ke bawah digunakan pimpinan untuk:

- a. Melaksanakan kebijaksanaan, prosedur kerja, peraturan, instruksi, mengenai pelaksanaan kerja bawahan.
- b. Menyampaikan pengarahan doktrinasi, evaluasi, teguran.
- c. Memberikan informasi mengenai tujuan organisasi, kebijaksanaan-kebijaksanaan organisasi, insentif.

Seorang pimpinan harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya, dan memahami cara-cara mengambil kebijaksanaan, terhadap bawahannya. Keberhasilan organisasi dilandasi oleh perencanaan yang tepat, dan seorang pimpinan organisasi yang memiliki jiwa kepemimpinan. Kedua hal tersebut merupakan modal utama untuk kemajuan organisasi yang dipimpinnya.

Fungsi komunikasi ke atas digunakan untuk:

- a. Memberikan pengertian mengenai laporan prestasi kerja, saran, usulan, opini, permohonan bantuan, dan keluhan.
- b. Memperoleh informasi dari bawahan mengenai kegiatan dan pelaksanaan pekerjaan bawahan dari tingkat yang lebih rendah.

2. Komunikasi Horizontal

Bentuk komunikasi secara mendatar, diantara sesama pegawai dsbnya. Komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal. Fungsi komunikasi horizontal/ke samping digunakan oleh dua pihak yang mempunyai

level yang sama. Komunikasi ini berlangsung dengan cara tatap muka, melalui media elektronik seperti telepon, atau melalui pesan tertulis.

3. Komunikasi diagonal

Bentuk komunikasi ini sering disebut juga komunikasi silang. Berlangsung dari seseorang kepada orang lain dalam posisi yang berbeda. Dalam arti pihak yang satu tidak berada pada jalur struktur yang lain. Fungsi komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain. Melalui jalur hierarki/tingkatan seorang pimpinan harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya secara baik, sehingga dapat membangkitkan minat dan gairah kerja disertai komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam penerapannya komunikasi dapat dilakukan secara formal dan informal. Umumnya komunikasi formal ada dalam setiap organisasi dan dapat terjadi antar personal dalam organisasi melalui jalur hirarkhi dengan prinsip pembagian tugas untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Komunikasi formal merupakan suatu sistem dimana para anggotanya bekerjasama secara tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Komunikasi formal pada dasarnya berhubungan dengan masalah kedinasan.

Komunikasi informal adalah kebalikan dari komunikasi formal biasanya terjadi dengan spontan sebagai akibat dari adanya persamaan perasaan, kebutuhan, persamaan tugas dan tanggung jawab. Komunikasi informal pada pelaksanaannya tidak terikat oleh waktu, ruang dan tempat, kadang-kadang komunikasi informal lebih berhasil, dan peranannya tidak kalah penting, karena dapat disampaikan setiap saat, asalkan bermanfaat untuk kemajuan organisasi. Namun penyampaianannya kurang sistematis, karena pertumbuhan dan penyebarannya tidak teratur. Kadang-kadang seorang pimpinan selalu beranggapan bahwa keberadaan organisasi informal merupakan suatu hal yang janggal, yang merupakan akibat gagalnya komunikasi formal yang memunculkan ketidakstabilan organisasi formal.

Bentuk komunikasi informal dapat berupa pertemuan yang tidak direncanakan, seperti: bertemu dan ngobrol di kantin pada jam makan siang, di

resepsi, atau pertemuan lainnya. Komunikasi informal ini mempunyai hal-hal yang positif, seperti:

- a. Bila jalan yang ditempuh melalui komunikasi formal melewati hambatan, dengan terpaksa digunakan komunikasi informal.
- b. Dalam suasana konflik dan penuh ketegangan.
- c. Sebagai sarana komunikasi.

Dari kedua bentuk komunikasi tersebut di atas, setiap pimpinan harus dapat menempatkan diri agar tidak timbul perasaan suka atau tidak suka. Pimpinan harus mencari dan melaksanakan nilai-nilai positif dari hubungan-hubungan tersebut. Ukuran sukses tidaknya seorang pimpinan terletak pada bagaimana pimpinan memadukan nilai positif yang dihasilkan dari komunikasi formal dan informal. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, kita perlu bersikap terbuka dan menggantikan sikap dogmatis. Kita perlu juga memiliki sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap saling memahami, menghargai dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak, tidak terkecuali dalam lembaga pendidikan.

REFERENCES

- Ahmad Furchan, *Pengantar Pendidikan dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004),
- Ahyadi, Abdul Aziz, *Psikologi Agama, Kepribadian Muslim Pancasila*, Bandung: Sinar Baru Algensido, 1995.
- Effendy Onong uchatna, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Penerbit Remaja
- Gomes, Faustino Cardoso, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Hasibuan, Malayu SP, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Persada*, 2002.
- Hasibuan, Malayu SP, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta : Bumi Aksara, 2003.
- Lexy J. Meolong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. RosdakKarya, 2017)
- Linclone & Guba, *Qualitative Research* (Singapore: Mc. Graw Hill Book Co, 1986)
- Mulyana, Deddy, 2000, *Komunikasi Organisasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Razak, Nasaruddin, *Dienul Islam*, Bandung, al-Ma'arif, 1996.
- Ronny K, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PPM, 2003).
- Rosdakarya, 2002.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).
- Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju, 2001.
- Shodiq, M, *Kamus Istilah Agama*, Jakarta: Bina Ciptama, 1990.
- Syukur, Amin, *Pengantar Studi Islam*, Semarang: Bima Sejati, 2000.
- Sofyan Syafri Harahap, *Manajemen Masjid* (Yogyakarta: Bhakti Prima Rasa, 1996).
- Wijaja, H. A.W. 1997, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta Penerbit Bumi Ajsara.
- Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Yunus, Mahmud, *Kamus Arab Indonesia*, Departemen Agama, 1996.