



**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GURU
PEMBIMBING SEKOLAH MINGGU BUDDHIS ANANDA
DALAM PENCAPAIAN KINERJA PROGRAM KEGIATAN
SEKOLAH MINGGU**

SKRIPSI

ERICO HONOVI PUI

20200400016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2024



**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI GURU
PEMBIMBING SEKOLAH MINGGU BUDDHIS ANANDA
DALAM PENCAPAIAN KINERJA PROGRAM KEGIATAN
SEKOLAH MINGGU**

diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ERICO HONOVI PUI

20200400016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2024**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Organisasi Guru Pembimbing Sekolah Minggu Buddhis Ananda dalam Pencapaian Kinerja Program Kegiatan Sekolah Minggu

Nama : Erico Honovi Pui

NIM : 20200400016

Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora

Skripsi ini disetujui pada tanggal 19 Juli 2024

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Kepala Program Studi

Dr. F.X Rahyono, S.S. M.Hum
NIDN: 8918350022

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom
NIDN: 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Erico Honovi Pui

NIM : 20200400016

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Organisasi Guru Pembimbing Sekolah Minggu Buddhis Ananda dalam Pencapaian Kinerja Program Kegiatan Sekolah Minggu.

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 19 Juli 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom
NIDN: 0310048205

Dr. F.X Rahyono, S.S. M.Hum
NIDN: 8918350022



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

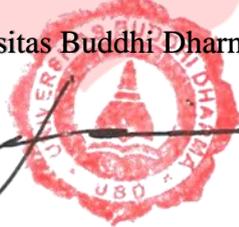
Nama : Erico Honovi Pui
NIM : 20200400016
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Organisasi Guru Pembimbing Sekolah Minggu Buddhis Ananda dalam Pencapaian Kinerja Program Kegiatan Sekolah Minggu.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Tim Penguji

1. Ketua Penguji : **Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom** ()
NIDN. 0310048205
2. Penguji 1 : **Adrallisman, S.S., M.Hum** ()
NIDN. 0427117501
3. Penguji 2 : **Galuh Kusuma Hapsari S.Si., M.Ikom** ()
NIDN. 0401018307

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas Buddhi Dharma



Dr. Senya Ayu Kumala S.Hum., M.Hum.
NIDN. 0418128601



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir dalam bentuk skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Guru Pembimbing Sekolah Minggu Buddhis Ananda Dalam Pencapaian Kinerja Program Kegiatan Sekolah Minggu” merupakan asli karya saya sendiri
2. Karya tulis ini murni ide, rumusan, dan penelitian saya sendiri, dengan tidak diperbantukan oleh pihak lainnya, kecuali oleh pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini, tidak ada karya ataupun opini yang sudah dituliskan ataupun disebarakan kepada orang lain, terkecuali dengan terang saya cantumkan sebagai referensi penulisan naskahnya melalui pencantuman penulisnya di daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika ada hal yang menyimpang di dalamnya, saya bersedia mendapat konsekuensi akademik berupa dicabutnya gelar yang sudah saya peroleh melalui karya tulis ini, serta konsekuensi lain sebagaimana norma dan ketentuan hukum yang ada.

Tangerang, 19 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Erico Honovi Pui

NIM: 20200400016

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berupa Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu sesuai prosedur yang berlaku. Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Organisasi Guru Sekolah Minggu Buddhis Ananda dalam Pencapaian Kinerja Program Kegiatan Sekolah Minggu** ini memuat penelitian kualitatif mengenai strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh guru pembimbing Sekolah Minggu Buddhis Ananda dalam pencapaian kinerja program kegiatan sekolah minggu. penelitian ini disusun dengan tujuan melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak arahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP - Rektor Universitas Buddhi Dharma
2. Sonya Ayu Kumala S.Hum., M.Hum. - Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.I.Kom. - Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma
4. Dr. FX. Rahyono, S.S, M.Hum - Dosen Pembimbing dan Pembimbing Akademik yang dengan sabar membantu dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Dr. Lilie Suratminto, M.A, Galuh Kusuma Hapsari S.Si., M.Ikom., Suryadi Wardiana S.I.Kom., M.I.Kom, Hot Saut Halomoan, S.Pd.,M.Hum, Alfian Pratama S.Sos.,M.IKom., dan Widhia Seni S.I.Kom.,MA.Journalism, selaku dosen tetap Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepala Tata Usaha dan Staf Fakultas Sosial dan Humaniora yang telah membantu kelancaran administrasi.

7. Kedua Orang Tua, yaitu Papa dan Mama tercinta, serta kakak kandung, yaitu Ce Ching dan Cece Lisa selaku keluarga yang selalu mengingatkan, mendukung, mensupport, dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi, baik dalam bentuk materi maupun dukungan lain.
8. Mutiara Mudita, Selvy Gunawan, Antika Yosika, dan Novianti selaku pengurus dan rekan-rekan guru di Sekolah Minggu Buddhis Ananda yang telah membantu penulis dalam memperoleh hasil penelitian serta menyediakan waktu untuk menjawab pertanyaan seputar penelitian ini.
9. Pak Aseng, Pak Irvandy, Bu Mumu, Mba Hasna, dan Ci Cindy yang telah membantu melonggarkan waktu bekerja penulis di PT. Mekar Agung Sejahtera agar dapat fokus mengejar bimbingan dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang telah berjuang bersama sejak awal penelitian hingga selesai.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah disebutkan maupun yang tidak disebutkan namanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha sebaik mungkin sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Terima kasih sekali lagi, semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 19 Juli 2024



Erico Honovi Pui

ABSTRAK

Pendidikan Agama Buddha merupakan bagian dari pendidikan keagamaan di Indonesia. Pendidikan Agama Buddha memiliki tujuan utama untuk mengajarkan Buddha Dharma kepada peserta didik melalui Sekolah Minggu di vihara. Telah aktif selama 31 tahun, Sekolah Minggu Buddhis Ananda didukung oleh berbagai kegiatan edukatif dan menarik. Keberhasilan ini tidak terlepas dari peran guru-guru pembimbing sekolah minggu buddhis yang menerapkan strategi komunikasi organisasi dalam pelaksanaan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh tim guru-guru Sekolah Minggu Buddha (SMB) Ananda dalam mencapai pelaksanaan program Sekolah Minggu. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh tim guru-guru SMB Ananda untuk mencapai terlaksananya program Sekolah Minggu. Tujuan penelitian adalah untuk mengenal, memahami, dan menganalisis strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh tim guru-guru SMB Ananda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada empat narasumber yaitu guru-guru SMB Ananda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat arus komunikasi vertikal dalam bentuk penyampaian instruksi kerja, arus komunikasi horizontal untuk koordinasi antar guru, arus komunikasi diagonal antara guru dengan orang tua dan pengurus vihara, serta arus komunikasi disebar secara serentak. Gaya komunikasi yang ditemukan dalam penelitian ini mencakup gaya kesetaraan (*equalitarian style*), gaya akomodatif (*relinquishing style*), dan gaya terstruktur (*structured Style*). Gaya-gaya ini berkontribusi dalam pelaksanaan tugas fungsional, tugas perilaku, dan tugas etika guru-guru SMB Ananda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh SMB Ananda terbukti efektif dalam mendukung pelaksanaan program Sekolah Minggu.

Kata kunci : *strategi komunikasi organisasi, arus komunikasi organisasi, gaya komunikasi organisasi, kinerja organisasi*

ABSTRACT

Buddhist Religious Education is part of religious education in Indonesia. Buddhist Religious Education aims primarily to teach Buddha Dharma to students through Sunday School at viharas. Active for 31 years, Buddhist Sunday School Ananda is supported by various educational and engaging activities. This success is closely tied to the role of Buddhist Sunday School mentoring teachers who implement organizational communication strategies in program execution. This research aims to examine the organizational communication strategies used by the teachers' team of Buddhist Sunday School (SMB) Ananda in achieving the implementation of the Sunday School program. The research problem formulation is how organizational communication strategies are used by the SMB Ananda teachers' team to achieve the implementation of the Sunday School program. The research goal is to know, understand, and analyze the organizational communication strategies applied by the SMB Ananda teachers' team.. This study uses a qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews with four sources, namely SMB Ananda teachers. The research findings indicate vertical communication flows in the form of job instruction delivery, horizontal communication flows for coordination among teachers, diagonal communication flows between teachers and parents and vihara managers, and simultaneous dissemination communication flows. Communication styles found in this study include equalitarian style, relinquishing style, and structured style. These styles contribute to the implementation of functional tasks, behavioral tasks, and SMB Ananda teachers' ethical tasks. The conclusion of this study is that the organizational communication strategies applied by SMB Ananda are proven to be effective in supporting the implementation of the Sunday School program.

Keywords: *organizational communication strategies, organizational communication flows, organizational communication style, organizational performance*

DAFTAR ISI

JUDUL DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Kerangka Konseptual	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teoretis	11
2.2.1 Komunikasi	11
2.2.2 Manajemen	12
2.2.3 Komunikasi Organisasi	14
2.2.4 Arus Komunikasi Organisasi	15
2.2.4.1 Komunikasi Vertikal, Horizontal, Diagonal	15
2.2.4.2 Arus Komunikasi Serentak, Berurutan, dan Informal	20
2.2.5 Gaya Komunikasi Organisasi	23
2.2.6 Komunikasi Organisasi dan Kinerja Organisasi	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1	Wawancara	29
3.5	Teknik Analisis Data	29
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Profil Organisasi	32
4.2	Temuan Hasil Penelitian	34
4.3	Pembahasan.....	37
4.3.1	Program Kegiatan Organisasi	37
4.3.2	Perencanaan Program Kegiatan SMB	42
4.3.3	Arus Komunikasi dalam Perencanaan dan Pelaksanaan Program Kegiatan SMB	51
4.3.3.1	Arus Komunikasi Vertikal.....	52
4.3.3.2	Arus Komunikasi Horizontal.....	66
4.3.3.3	Arus Komunikasi Diagonal	70
4.3.3.4	Arus Komunikasi Serentak (Berurutan)	75
4.3.3.5	Arus Komunikasi Informal.....	78
4.3.4	Gaya Komunikasi Organisasi dalam Membangun Kinerja Guru SMB	81
4.3.4.1	Tugas Fungsional Kinerja Guru SMB	82
4.3.4.2	Tugas Perilaku Kinerja Guru SMB	85
4.3.4.3	Tugas Etika Kinerja Guru SMB	91
4.3.4.4	Gaya Komunikasi Organisasi	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA		102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		104
LAMPIRAN.....		105

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Temuan hasil penelitian program kegiatan SMB.....	34
Tabel 4. 2 Temuan hasil penelitian arus komunikasi organisasi.....	35
Tabel 4. 3 Temuan hasil penelitian tentang gaya komunikasi organisasi dalam membangun kinerja organisasi.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual	5
Gambar 2. 1 Ilustrasi Arus Komunikasi Vertikal.....	16
Gambar 2. 2 Ilustrasi Arus Komunikasi Horizontal.....	18
Gambar 2. 3 Ilustrasi Arus Komunikasi Diagonal	19
Gambar 2. 4 Ilustrasi Arus Komunikasi Serentak.....	20
Gambar 2. 5 Ilustrasi Arus Komunikasi Berurutan.....	22
Gambar 4. 1 Logo Sekolah Minggu Buddhis Ananda	32
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Sekolah Minggu Buddhis Ananda	33



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penting dalam penyampaian informasi, pemikiran, dan gagasan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk lisan maupun tulisan, kepada satu orang atau lebih. Sebagai makhluk sosial, manusia menggunakan komunikasi untuk berinteraksi dan memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara individu maupun dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk di dalam kelompok dan organisasi.

Dalam suatu organisasi, yang terdiri dari individu-individu dengan peran dan kewajiban masing-masing, sistem komunikasi yang baik sangat diperlukan agar organisasi tersebut dapat berfungsi secara optimal. Komunikasi dalam organisasi dimanfaatkan sebagai alat untuk mempersuasi, menyamakan persepsi, dan mengoordinasikan tindakan individu atau kelompok demi mencapai visi yang telah disepakati bersama. Menurut Himstreet dan Baty dalam bukunya yang berjudul "*Business Communication: Principles and Methods*" menyatakan bahwa komunikasi dalam organisasi melibatkan sistem umum yang menggunakan simbol, sinyal, atau perilaku untuk menyampaikan pesan antar individu (Purwanto, 2011). Sebuah organisasi akan berfungsi dengan optimal ketika komunikasi di dalamnya berjalan secara efektif, memungkinkan pertukaran gagasan, pengambilan keputusan, dan koordinasi yang baik.

Komunikasi organisasi adalah proses penyampaian dan pertukaran pesan melalui jaringan individu, kelompok, dan divisi dalam sebuah organisasi. Keberhasilan komunikasi organisasi dapat diukur dari sejauh mana visi dan misi organisasi dapat tercapai. Untuk mencapai hal ini, penting untuk memperhatikan beberapa aspek, seperti arus komunikasi, yang meliputi komunikasi vertikal, horizontal, diagonal, dan serentak, serta gaya komunikasi organisasi, baik yang bersifat formal maupun informal.

Dalam penerapan strategi komunikasi organisasi, terdapat dua faktor penting yang harus diperhatikan, yaitu arus komunikasi dan gaya komunikasi. Arus komunikasi yang efektif memastikan bahwa informasi dapat mengalir dengan lancar di antara semua tingkat organisasi, memungkinkan koordinasi yang baik dan

pengambilan keputusan yang tepat waktu. Sementara itu, gaya komunikasi organisasi memengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima, serta bagaimana anggota organisasi berinteraksi satu sama lain. Gaya komunikasi yang inklusif dan terbuka dapat menciptakan lingkungan kolaboratif yang mendorong partisipasi aktif dari semua anggota.

Pentingnya komunikasi dalam organisasi juga tercermin dalam prinsip-prinsip manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian (Syahputra & Aslami, 2023). Prinsip-prinsip ini memungkinkan organisasi untuk melaksanakan setiap tindakan dengan fleksibilitas tinggi untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, manajemen yang efektif tidak dapat terlepas dari strategi komunikasi yang baik.

Dalam konteks Pendidikan Agama Buddha (PAB), komunikasi organisasi memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam Sekolah Minggu Buddhis (SMB) yang diselenggarakan di berbagai vihara sebagai pendidikan pendukung yang bersifat informal. SMB bertujuan untuk membantu anak-anak didik memahami Buddha Dhamma, meningkatkan kemampuan bersosialisasi, dan mengaplikasikan PAB dalam kehidupan sehari-hari. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan, SMB adalah aktivitas belajar mengajar informal yang berlangsung setiap hari Minggu di vihara atau cetiya.

SMB Ananda, yang berlokasi di Vihara Sasana Subhasita, Tangerang, telah berdiri sejak tahun 1993 dan terus aktif dalam melaksanakan program-program kegiatan sekolah minggu. SMB Ananda merupakan bagian dari komitmen Vihara Sasana Subhasita untuk mendidik anak-anak Buddhis agar mampu mengaplikasikan nilai-nilai Buddha Dhamma dalam kehidupan sehari-hari. Dalam lebih dari tiga dekade, keberhasilan SMB Ananda tidak terlepas dari peran guru-guru pembimbing yang menerapkan strategi komunikasi organisasi yang efektif.

Alasan Peneliti melakukan Penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh guru-guru pembimbing di SMB Ananda dapat mempengaruhi keberhasilan program kegiatan sekolah minggu. Dengan memahami pentingnya arus komunikasi, gaya komunikasi organisasi, dan aspek-aspek kinerja organisasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

wawasan yang lebih mendalam tentang cara meningkatkan efektivitas pendidikan nonformal di vihara dan organisasi pendidikan keagamaan lainnya.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan orientasi lapangan dan pengamatan terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh guru pembimbing SMB Ananda, peneliti menemukan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Program kegiatan organisasi apa yang dikomunikasikan oleh guru-guru pembimbing SMB Ananda dalam merencanakan kegiatan sekolah minggu?
2. Bagaimana arus komunikasi organisasi yang digunakan dalam perencanaan dan pelaksanaan program-program kegiatan SMB?
3. Apa gaya komunikasi organisasi yang diterapkan untuk membangun kinerja guru-guru SMB?

Berdasarkan beberapa identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka pengkerucutan rumusan masalah yang dapat dideskripsikan adalah “Bagaimana strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh tim guru-guru SMB Ananda dalam pencapaian kinerja program sekolah minggu?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengenal, memahami, dan menganalisa strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh tim guru-guru SMB Ananda dalam upaya pencapaian kinerja program sekolah minggu.

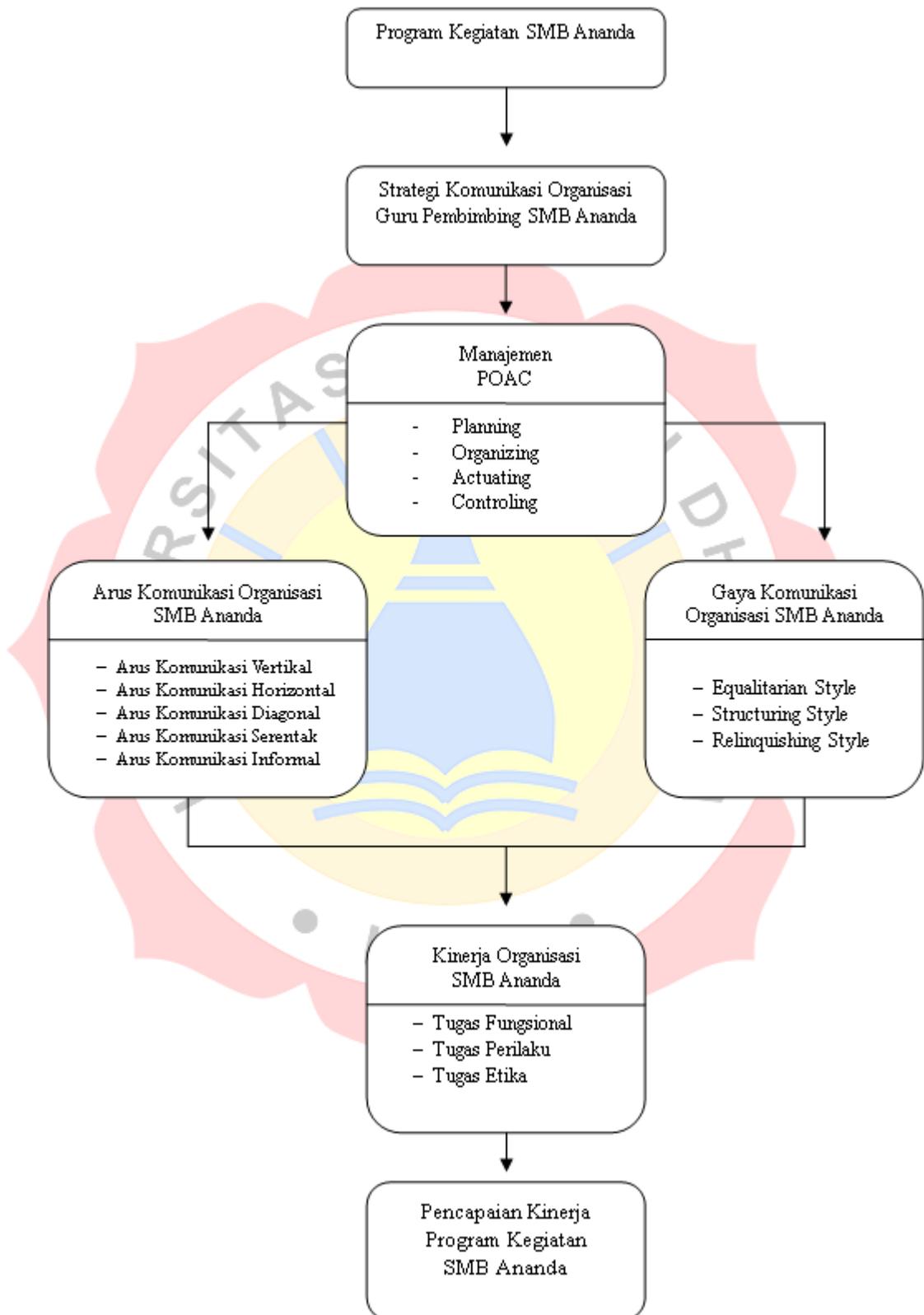
Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, penulis, dan lembaga terkait. Secara spesifik, penelitian ini menawarkan manfaat teoritis dan praktis dalam kajian strategi komunikasi organisasi guru pembimbing SMB Ananda dalam merencanakan kegiatan sekolah minggu.

Bagi organisasi, baik profit maupun non-profit, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menyusun dan merancang strategi komunitas dalam menjalankan program kegiatan. Penelitian ini juga bertujuan menambah wawasan dan memperkaya ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi organisasi terkait perencanaan kegiatan.

Pada saat yang sama, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan panduan bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk memahami strategi perencanaan kegiatan melalui komunikasi organisasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberi manfaat dan menjadi referensi dalam merancang strategi pelaksanaan kegiatan pembelajaran, baik untuk Sekolah Minggu Buddhis maupun pendidikan keagamaan lainnya.



1.4 Kerangka Konseptual



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, pertama-tama perlu mencari studi sebelumnya. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai landasan dan juga sebagai pelengkap bagi penelitian yang akan dilakukan. Kajian penelitian terdahulu dilaksanakan untuk menambah wawasan yang lebih luas dan lebih baik lagi. Dalam penelitian terdahulu, ditemukan beberapa studi yang telah membahas tentang komunikasi organisasi. yang dilakukan oleh sebuah kelompok organisasi terkhususnya di bidang organisasi keagamaan dan juga organisasi pendidikan. Komunikasi organisasi yang dilakukan mencakup strategi hingga cara penyampaian pesan komunikasi organisasi yang dilaksanakan mencakup tentang arus komunikasi organisasi, dan gaya komunikasi organisasi. Penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi dalam pencapaian kinerja program kegiatan dengan objek penelitian SMB Ananda berbeda dengan studi sebelumnya, dalam penelitian terdahulu ditemukan beberapa penelitian sejenis yang berhubungan dengan identifikasi masalah dalam penelitian ini

Penulis menemukan beberapa penelitian serupa dalam bentuk **skripsi**, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian Pola Komunikasi Organisasi GP Ansor (Fia Ismatul, 2020)

Pada tahun 2020, Fia Ismatul Aulia dari Institut Agama Islam Negeri Purwokerto melakukan penelitian kualitatif deskriptif yang berjudul "Pola Komunikasi Organisasi Gerakan Pemuda Ansor (GP Ansor) Ranting Desa Pruwatan Dalam Membina Organisasi". Penelitian ini menginvestigasi pola komunikasi organisasi GP Ansor serta arah komunikasinya dalam upaya membina organisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendalami dan mendeskripsikan lebih lanjut bagaimana pembinaan organisasi dilakukan oleh GP Ansor ranting Pruwatan. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara dengan pihak terkait dan pengumpulan data dari dokumentasi. Penelitian menunjukkan bahwa pemimpin GP Ansor menerapkan pola roda dan bintang dalam pembinaan organisasi. Komunikasi di GP Ansor terbagi menjadi dua pola utama: komunikasi

formal yang berlangsung secara vertikal dan horizontal, serta komunikasi informal yang terjadi antarpribadi di antara pengurus, anggota, dan ketua GP Ansor.

2. Penelitian Komunikasi Organisasi UKM Bapinda (Agustina, 2023)

Pada tahun 2023, Dwi Agustina dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melakukan penelitian skripsi dengan judul "Komunikasi Organisasi UKM Bapinda dalam Pelaksanaan Kegiatan Dakwah di UIN Raden Intan Lampung". Penelitian ini mengkaji proses komunikasi organisasi UKM Bapinda dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam organisasi Bapinda. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami proses komunikasi organisasi UKM Bapinda serta faktor yang mempengaruhinya dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pengurus dan anggota UKM Bapinda. Sampel penelitian terdiri dari delapan orang yang dipilih secara purposive dari seluruh pengurus dan anggota aktif UKM Bapinda. Data sekunder diperoleh dari literatur, dokumentasi, laporan kegiatan, jurnal, skripsi, dan pedoman kepustakaan. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi UKM Bapinda dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di UIN Raden Intan Lampung terorganisir secara sistematis. Proses penyampaian pesan menggunakan model komunikasi vertikal dan horizontal, baik secara lisan maupun tertulis. Jaringan komunikasi formal pada UKM Bapinda dibangun dalam bentuk jaringan bintang. Konflik dan hambatan dalam komunikasi organisasi diatasi dengan upaya saling memahami dan berkomunikasi baik secara horizontal, vertikal, maupun melalui bentuk komunikasi lainnya.

3. Penelitian Jenis dan Fungsi Pesan Komunikasi Organisasi Gereja IFGF (Malaha, 2021)

Angelita P. Malaha dari Universitas Atmajaya Yogyakarta melakukan penelitian skripsi pada tahun 2021 dengan judul "Jenis dan Fungsi Pesan dalam Komunikasi Organisasi Gereja IFGF (*International Full Gospel Fellowship*) Jogja dalam Pelaksanaan *Super Sunday*". Penelitian ini mengkaji jenis pesan

dan fungsi dari arus komunikasi di IFGF Jogja, baik dalam komunikasi ke bawah, ke atas, maupun horizontal selama kegiatan *Super Sunday*. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggambarkan jenis pesan dan fungsi komunikasi organisasi tersebut. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam untuk mengeksplorasi berbagai jenis pesan dan fungsi arus komunikasi. Analisis data dilakukan dengan reduksi data dan penarikan kesimpulan. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis pesan yang dominan dalam *Super Sunday* IFGF Jogja, yaitu pertama, komunikasi ke bawah yang mencakup instruksi, pelayanan, pembinaan rohani, standarisasi, pengambilan keputusan, informasi, persekutuan, perencanaan, evaluasi, dan pembagian tugas. Fungsi arus komunikasi ke bawah meliputi fungsi informatif, evaluatif, membangun hubungan, persuasif melalui pelayanan, dan integratif melalui apresiasi. Kedua, komunikasi ke atas mencakup penyampaian masalah, laporan, pertanggungjawaban, pendapat, dan evaluasi, dengan fungsi informatif untuk menyampaikan informasi, laporan, dan masukan. Ketiga, arus komunikasi horizontal dalam *Super Sunday* mencakup dukungan kerja, koordinasi, masukan, evaluasi, dan penyatuan konsep, dengan fungsi koordinatif, informatif, dan solutif dalam pelaksanaan kegiatan *Super Sunday* IFGF Jogja.

Berikutnya, penulis menemukan beberapa penelitian serupa dalam bentuk **Jurnal Penelitian** yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian Pola Komunikasi Organisasi PBNU (Panjaitan dkk., 2024)

Adlin Panjaitan, Ika Yuliasari, dan David Rizar Nugroho dari Universitas Jayabaya melakukan penelitian jurnal pada tahun 2024 dengan judul “Pola Komunikasi Organisasi PBNU Pada Forum Religion of Twenty (R20) di Bali”. Penelitian ini mengulas pola komunikasi yang digunakan oleh organisasi PBNU dalam berinteraksi dari pengurus hingga banomnya dalam mengelola organisasi Islam terbesar di Indonesia dan internasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pola komunikasi dominan yang digunakan PBNU antara pimpinan dan bawahannya dalam menyelenggarakan program kerja R20 di Bali. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan

konstruktivisme, melibatkan observasi, wawancara, dokumentasi, dan materi audio visual. Data dianalisis secara sistematis dengan menghubungkan teori dan bukti lapangan untuk menggambarkan pola komunikasi secara menyeluruh. Penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi antara pimpinan PBNU dan ketua pelaksana R20 di Bali adalah komunikasi vertikal yang terstruktur berdasarkan sistem birokrasi. Pola komunikasi yang dominan dalam PBNU selama R20 adalah pola roda dan rantai, tergantung pada konteks pekerjaan yang dilakukan. Pola roda terjadi ketika ketua PBNU menjadi pusat pertukaran informasi melalui konsolidasi dan koordinasi, sementara pola rantai disesuaikan dengan kinerja individu dalam komite selama persiapan dan evaluasi program kerja R20.

2. Penelitian Strategi Komunikasi Organisasi MIS Azzaky Medan (Fadhli, 2021)

M. Nurul Fadhli dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara melakukan penelitian jurnal pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi di MIS Azzaky Medan”. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi organisasi yang diterapkan dan pelaksanaannya di sekolah MIS Azzaky Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi komunikasi organisasi yang digunakan di sekolah tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam fenomena yang diteliti dengan teori yang relevan, serta mengumpulkan data melalui library research dan field research. Penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi komunikasi organisasi di MIS Azzaky Medan meliputi beberapa aspek. Komunikasi vertikal di sekolah ini belum optimal karena kekurangan kehadiran kepala sekolah dalam proses pembelajaran. Sementara itu, komunikasi horizontal cukup baik dengan tingginya interaksi antar sesama anggota setingkat. Komunikasi diagonal juga terlaksana dengan baik, memberikan kebebasan kepada anggota organisasi dari berbagai tingkat untuk berkomunikasi secara formal maupun informal. Temuan ini mengindikasikan bahwa struktur koordinasi strategi komunikasi organisasi di MIS Azzaky Medan masih perlu disesuaikan untuk memperkuat kebersamaan dan kebebasan dalam komunikasi antar anggota organisasi.

3. Penelitian Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi PMVBI (Wijaya Okki Setiya, Santi Paramita, Adi Nugroho, 2023)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Okki Setiya Wijaya, Santi Paramita, dan Adi Nugroho dari Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri pada tahun 2023 berjudul “Produktivitas Organisasi Sekber PMVBI (Pemuda Buddhayana) Kabupaten Jepara Menurut Gaya Komunikasi Pemimpin” mengulas tentang produktivitas Sekretariat Bersama Persaudaraan Muda mudi Vihara Buddhayana Indonesia (Sekber PMVBI) Kabupaten Jepara, dengan fokus pada gaya komunikasi pemimpin yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam produktivitas organisasi Sekber PMVBI berdasarkan gaya komunikasi pemimpin yang diterapkan dalam dua periode kepemimpinan, yaitu 2017-2020 dan 2021-2024. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan *natural observation*, di mana data diperoleh dari observasi menyeluruh tanpa intervensi. Penelitian menunjukkan bahwa pada periode 2017-2020, pemimpin Sekber PMVBI menerapkan gaya komunikasi *withdrawal style*, *structural style*, *relinquishing style*, dan *equalitarian style*. Sementara itu, periode 2021-2024, gaya komunikasi yang diterapkan adalah *structural style*, *relinquishing style*, dan *equalitarian style*. Penelitian menemukan bahwa penerapan gaya komunikasi *withdrawal style* pada periode sebelumnya berkontribusi pada ketidakaktifan organisasi, sementara gaya komunikasi *structural style*, *relinquishing style*, dan *equalitarian style* pada periode terkini berdampak positif terhadap peningkatan produktivitas organisasi.

Berdasarkan analisis terhadap enam penelitian terdahulu, penulis menemukan bahwa pemahaman komunikasi organisasi yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap jalannya program kegiatan organisasi. Sebaliknya, komunikasi yang kurang baik dapat membuat organisasi tidak terorganisir dan menghambat efektivitas program.

Peneliti juga menemukan rumpang-rumpang penelitian berupa kelebihan dan kekurangan dari masing-masing penelitian terdahulu yang menjadi dasar untuk penelitian saat ini. Penelitian terdahulu umumnya membahas pola komunikasi yang

digunakan oleh pengurus organisasi dan menjelaskan arus komunikasi vertikal serta horizontal, namun tidak mencakup arus komunikasi diagonal, serentak, berurutan ataupun informal. Selain itu, penelitian tersebut tidak menjelaskan bagaimana gaya komunikasi organisasi membangun kinerja dalam hal tugas fungsional, tugas perilaku, dan tugas etika.

Penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis mengenai strategi komunikasi organisasi guru pembimbing SMB Ananda berfokus pada arus pesan komunikasi. Fokus ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak membahas pola komunikasi organisasi secara umum. Dengan menambahkan analisis arus komunikasi diagonal, serentak, dan berurutan, serta gaya komunikasi dalam membangun kinerja organisasi melalui tugas fungsional, tugas perilaku, dan tugas etika, penelitian ini diharapkan memberikan perspektif baru dan lebih mendalam tentang bagaimana pesan disampaikan dan diterima dalam organisasi serta dampaknya terhadap efektivitas kerja dan pencapaian tujuan organisasi.

2.2 Landasan Teoretis

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah proses di mana ide, gagasan, atau informasi ditransmisikan melalui lisan, tulisan, atau simbol dari pengirim kepada penerima, dengan tujuan untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku. Komunikasi dianggap efektif ketika komunikator dan komunikan memahami bahasa yang digunakan serta mengerti makna dari materi yang dibicarakan. (Effendy, 2003). Dari pengertian yang disampaikan di atas, dapat ditarik benang merah bahwa komunikasi merupakan proses interaksi antar manusia untuk mendapatkan satu pemahaman tentang suatu hal (lmsspada.kemendikbud.go.id, 2021). Komunikasi terjadi dalam berbagai konteks kehidupan. Selain bersifat informatif, di mana pesan dipahami oleh penerima, komunikasi juga dapat bersifat persuasif, di mana pesan tidak hanya dipahami tetapi juga diterima dan diyakini, sehingga dapat memotivasi seseorang untuk bertindak.

Menurut Harold Lasswell cara yang baik untuk merepresentasikan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut “*who says what in which channel to whom with what effect?*” atau “siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan bagaimana pengaruhnya?”. Berdasarkan

pengertian yang disampaikan oleh Lasswell maka dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu dengan yang lain, yaitu: komunikator, isi, saluran atau media, komunikan, dan terakhir efek (Mulyana, 2016).

Menurut (Mulyana, 2016) dalam bukunya berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, secara garis besar, kegiatan komunikasi dibagi menjadi enam tingkatan, yaitu: Komunikasi intra-pribadi (*intrapersonal communication*), komunikasi antar-pribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi publik (*public communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), dan komunikasi dengan masyarakat luas (*mass communication*).

Dalam penelitian ini penulis meneliti strategi komunikasi organisasi yang dilaksanakan oleh guru pembimbing SMB Ananda dalam pencapaian kinerja program kegiatan sekolah minggu, yang tujuannya untuk dapat memberikan kegiatan ajar mengajar yang efektif bagi anak-anak SMB Ananda. Fokus komunikasi yang diteliti meliputi komunikasi organisasi internal yang dilakukan oleh guru-guru SMB Ananda.

2.2.2 Manajemen

Manajemen adalah strategi yang diterapkan oleh seorang pemimpin untuk mengaplikasikan keterampilannya dalam sebuah organisasi. Manajemen dalam konteks pengelolaan organisasi dipahami secara komprehensif, mencakup berbagai aspek seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, serta pemanfaatan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. George R Terry dalam bukunya yang berjudul *principles of management* mengartikan manajemen sebagai proses perencanaan, penggerakan aktivitas, dan pencapaian hasil yang diharapkan dengan melibatkan serta memanfaatkan sumber daya manusia yang ada dalam organisasi (Terry R George, 1977). Oleh karena itu, manajemen dapat dipahami sebagai kemampuan atau otoritas untuk mengelola suatu usaha dan bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan usaha tersebut. Dimensi manajemen ini diperjelas lagi melalui fungsi-fungsi manajemen yang disebut oleh Terry dalam buku *principles of management* dengan istilah POAC, yang merupakan akronim dari kata *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (Terry R George, 1977).

1. *Planning* (Perencanaan)

Planning atau perencanaan merupakan proses yang menetapkan tujuan yang ingin dicapai serta merencanakan cara dan sarana yang diperlukan untuk mencapainya. Prinsip dasar dalam perencanaan dan pengorganisasian adalah pengalokasian sumber daya yang terbatas. Dalam merancang rencana, perlu ditentukan terlebih dahulu apa yang harus dilakukan, bagaimana caranya, dan siapa yang akan melaksanakan tugas dalam organisasi. Perencanaan harus mempertimbangkan faktor teknis, ekonomi, sosial, dan layanan yang diberikan oleh organisasi. Oleh karena itu, perencanaan berfungsi sebagai jembatan antara kondisi saat ini dan tujuan yang ingin dicapai, menjadi tolok ukur bagi pemimpin dalam menentukan tindakan yang perlu diambil oleh anggota organisasi. Rencana yang jelas akan memudahkan anggota organisasi dalam melaksanakan tugasnya, sehingga memberikan kontribusi yang optimal dan positif bagi organisasi.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing atau pengorganisasian merupakan pengelolaan dan pengaturan seluruh sumber daya yang ada dalam organisasi, baik itu sumber daya manusia maupun sumber daya material. Pengaturan sumber daya organisasi dilakukan berdasarkan konsep yang tepat melalui berbagai fungsi seperti persyaratan tugas, prosedur kerja, tanggung jawab, dan hubungan antar fungsi. Fungsi-fungsi ini menciptakan suatu keterkaitan dalam sistem, di mana setiap bagian saling mendukung dan satu lini bergantung pada lini lainnya. Oleh karena itu, pengorganisasian adalah proses menghubungkan semua aktivitas kerja, penggunaan tenaga kerja, dan pemanfaatan sumber daya melalui struktur formal dengan wewenang yang sesuai untuk setiap peran.

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating atau pelaksanaan merupakan aktivitas mengarahkan dan memberdayakan seluruh sumber daya organisasi dalam upaya mencapai target. Dalam proses penggerakan (*actuating*), dilakukan integrasi semua kegiatan dan pembentukan kerjasama di setiap lini, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara efektif dan efisien.

4. Controlling (Pengawasan)

Controlling atau pengawasan merupakan kegiatan yang perlu diterapkan agar anggota organisasi dapat bekerja sama dengan baik dan bergerak sejalan menuju pencapaian sasaran serta tujuan bersama organisasi. Pengawasan dilakukan untuk mengevaluasi hasil kerja, mencegah terjadinya penyimpangan, dan mengambil tindakan tegas jika diperlukan terhadap berbagai penyimpangan yang terjadi.

2.2.3 Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan tempat di mana orang berhimpun, bergabung, dan bekerja sama secara terstruktur, terancang dan teratur melalui suatu jenjang hierarki kerja atau jabatan dengan memanfaatkan semua komponen yang tersedia dalam organisasi (individu, anggaran, material, teknologi, sistem, dan lingkungan) untuk menggapai tujuan yang sudah dicanangkan. Dalam organisasi, komunikasi bertujuan untuk menciptakan rasa kebersamaan yang harmonis dan membangun perasaan saling memiliki di antara anggota. Dengan begitu, komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan yang terlaksana di sebuah organisasi dengan maksud untuk memelihara kerja sama antar golongan yang berkepentingan secara harmonis. Komunikasi organisasi pada esensinya merupakan komunikasi antarmanusia (*human communication*) yang terlaksana didalam organisasi (suranto, 2018, p. 13). Menurut Wayne Pace dan Don F. Faules (1998: 31) mengartikan komunikasi organisasi sebagai sebuah aktivitas pendistribusian pesan yang nantinya dapat diinterpretasi atau dipahami seluruh pihak yang berkomunikasi di organisasi yang bersangkutan. Sedangkan, menurut Arni Muhammad (2002: 67) mengartikan komunikasi organisasi (*organizational communication*) proses dimana pesan-pesan dipertukarkan di dalam sebuah organisasi, dipengaruhi oleh lingkungan internal maupun eksternal organisasi tersebut. (suranto, 2018, p. 17). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi struktural, yang mencakup arus komunikasi, gaya komunikasi, dan kinerja organisasi.

2.2.4 Arus Komunikasi Organisasi

Arus komunikasi merujuk pada aliran atau jaringan distribusi informasi dalam suatu organisasi. Arus komunikasi mencerminkan bagaimana informasi dibuat, disampaikan, diterima, dan ditafsirkan secara konsisten dan berkelanjutan di seluruh organisasi. dan bagaimana informasi tersebut dapat diterima dan ditafsirkan. Dalam pengelolaannya, suatu organisasi memerlukan keahlian dan keterampilan tertentu serta dukungan untuk koordinasi kerja yang efektif dari seluruh bagian organisasi (suranto, 2018, p. 81).

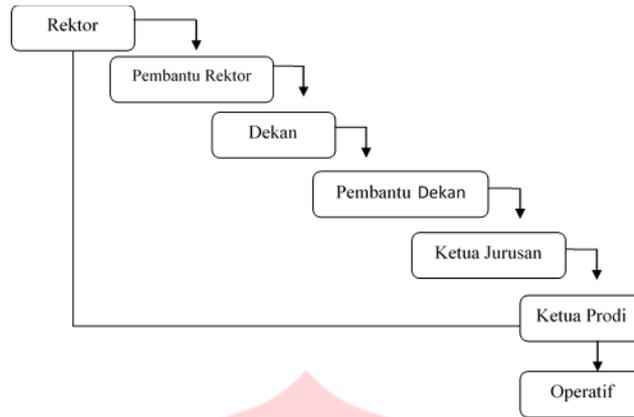
Menurut (suranto, 2018) dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Organisasi Prinsip Komunikasi Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi, Arus komunikasi dalam organisasi dibagi menjadi dua bagian yaitu: (a) Komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal; (b) komunikasi serentak dan berurutan;

2.2.4.1 Komunikasi Vertikal, Horizontal, Diagonal

Suatu definisi organisasi menyatakan bahwa organisasi adalah tempat di mana individu berkumpul dalam sistem hierarki atau struktur jabatan untuk mencapai visi yang telah ditetapkan. Dari definisi tersebut, organisasi memerlukan adanya jenjang hierarki atau posisi yang membedakan peran setiap individu di dalamnya, seperti pemimpin, staf pimpinan, dan anggota (suranto, 2018, p. 82). Dalam pendistribusian informasi pada proses komunikasi dapat diidentifikasi tiga pola arus yang umum dipakai, yaitu : (a) vertikal, (b) horizontal, dan (c) diagonal.

1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah aliran komunikasi yang terjadi antara pihak-pihak dalam organisasi dengan tingkat jabatan atau kedudukan yang berbeda secara hierarkis dan struktural. Contohnya adalah komunikasi antara pimpinan dan bawahan, bawahan dan atasan, serta dalam struktur yang serupa. Komunikasi vertikal dibagi lagi menjadi dua, yaitu: (a) Komunikasi vertikal ke bawah (*downward communication*), dan (b) komunikasi vertikal ke atas (*upward communication*). Ilustrasi arus komunikasi vertikal dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. 1 Ilustrasi Arus Komunikasi Vertikal
sumber: Suranto Aw

a. Komunikasi vertikal ke bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi vertikal ke bawah berlangsung ketika pihak-pihak pada kedudukan yang lebih tinggi mengirimkan pesan kepada anggota yang memiliki kedudukan lebih rendah. Komunikasi ke bawah dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang membantu para anggota organisasi dalam melakukan pekerjaan mereka, melakukan pengendalian dan pengawasan kerja, serta memberikan instruksi yang jelas agar anggota memahami tugas-tugas yang harus dilaksanakan, prosedur kerjanya, dan hal-hal lain yang terkait. (suranto, 2018, p. 84). Menurut (suranto, 2018) bentuk pesan yang dikomunikasikan dalam aliran ke bawah meliputi:

1. Pengarahan atau instruksi pekerjaan (*Job Instruction*),
2. Penjelasan mengenai alasan mengapa pekerjaan tersebut perlu dilakukan (*job rationale*),
3. Penjelasan mengenai peraturan-peraturan yang berlaku di organisasi,
4. Pemberian perintah yang harus segera dilaksanakan,
5. Petunjuk kepada anggota agar dapat meningkatkan kinerja mereka,
6. Penyampaian teguran agar mengantisipasi adanya pelanggaran yang dilakukan anggota
7. Pemberian apresiasi kepada anggota atas kinerja dan prestasi kerja,
8. Terakhir, pemberian motivasi agar anggota dapat bekerja lebih memuaskan.

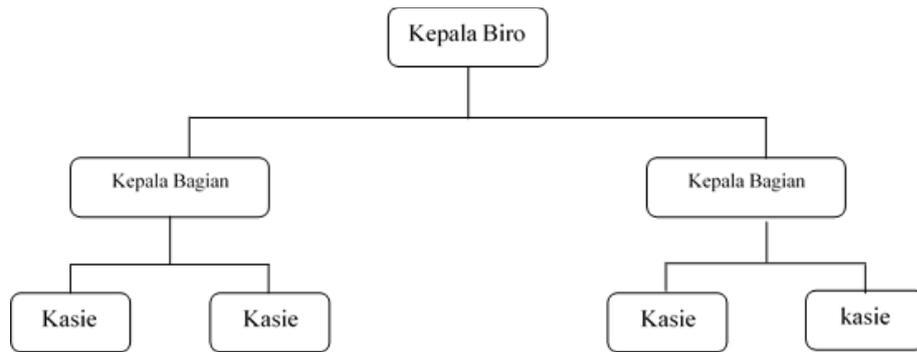
b. Komunikasi vertikal ke atas (*Upward Communication*)

Sebaliknya, komunikasi vertikal ke atas berlangsung dari pihak-pihak yang memiliki kedudukan lebih rendah (*subordinat*) mengirimkan pesan ke pihak-pihak yang berkedudukan lebih tinggi. Komunikasi ke atas dilakukan dengan tujuan untuk menyampaikan aspirasi bawahan berupa laporan, keluhan, dan usulan. Hal ini memungkinkan para eksekutif untuk mencari solusi dan mengambil kebijakan yang tepat berdasarkan masukan dari bawahan. (suranto, 2018, p. 85). Menurut (suranto, 2018) wujud pesan dari komunikasi ke atas, yaitu:

1. Memberikan informasi mengenai pekerjaan ataupun kewajiban yang telah diselesaikan,
2. Memberikan informasi mengenai masalah-masalah pekerjaan ataupun alasan mengapa tugas atau kewajiban belum terselesaikan oleh bawahan,
3. Penyampaian keluhan bawahan baik dari dirinya ataupun hambatan selama pelaksanaan tugas atau kewajiban,
4. Menyampaikan pendapat sebagai respons terhadap kebijakan pimpinan atau kebijakan organisasi,
5. Melaporkan pertanggungjawaban atas tugas atau kewajiban yang sudah ditunaikan, dan
6. Memberikan pendapat atau masukan sebagai aspirasi dari bawahan.

2. Komunikasi Horizontal

Arus komunikasi horizontal seringkali disebut sebagai arus komunikasi mendatar, menyamping, atau sejajar. Disebut demikian karena proses penyampaian informasi melibatkan pegawai atau pimpinan yang memiliki level hierarki jabatan yang sejajar, untuk saling berbagi informasi dan mengkoordinasikan pekerjaan. Misalnya pemimpin dengan pemimpin, antarkepala seksi, ataupun anggota dengan anggota. Ilustrasi arus komunikasi horizontal dapat dilihat dari gambar dibawah ini.



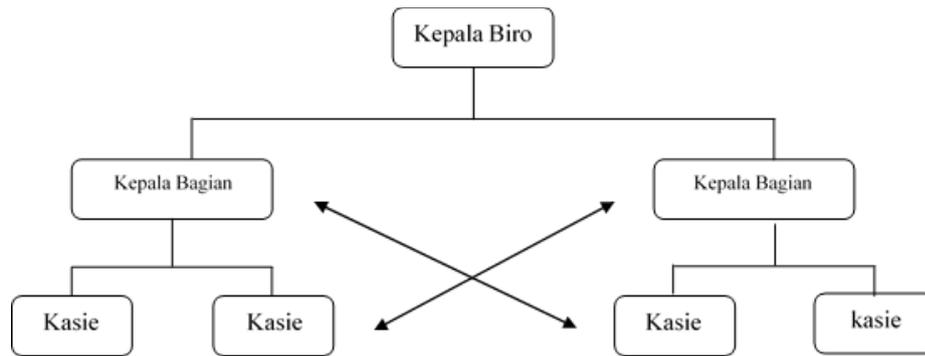
Gambar 2. 2 Ilustrasi Arus Komunikasi Horizontal
sumber: Suranto Aw

Pada gambar 2.2 tampak bahwa arus komunikasi horizontal terjadi secara mendatar melibatkan pihak organisasi yang memiliki kedudukan setingkat, antara sesama kepala bagian, atau kasie sesama kasie. Arus komunikasi semacam ini terjadi karena adanya inisiatif antar pihak dengan tujuan meningkatkan kerja sama, koordinasi, dan konsolidasi untuk memastikan kelancaran tugas dan menciptakan suasana kerja yang harmonis. Komunikasi horizontal dianggap efektif untuk menyelesaikan masalah yang kompleks, melibatkan berbagai divisi dalam organisasi (suranto, 2018, p. 88). Menurut (suranto, 2018) wujud arus komunikasi horizontal, yaitu:

1. Rapat yang terintegrasi untuk merumuskan kebijakan;
2. Bersama-sama menetapkan tujuan;
3. Memperkuat kolaborasi lintas divisi;
4. Melakukan koordinasi;
5. Berbagi dan menerima masukan;
6. Konsultasi tentang pekerjaan;
7. Tukar-menukar atau barter informasi;
8. Mencegah tumpang tindih dalam pekerjaan.

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi antara anggota dengan tingkat kedudukan, tugas, atau fungsi yang berbeda, di mana mereka tidak memiliki wewenang langsung satu sama lain. Ilustrasi arus komunikasi diagonal dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. 3 Ilustrasi Arus Komunikasi Diagonal
sumber: Suranto Aw

Dilihat dari gambar 2.3 terlihat bahwa seorang kasie dapat terlibat dengan kepala bagian pada divisi kerja bagian lain. Berdasarkan gambar di atas, komunikasi diagonal dapat digambarkan sebagai komunikasi dua arah, yaitu diagonal ke bawah dan diagonal ke atas. Komunikasi diagonal ke bawah terjadi ketika informasi disampaikan dari pihak dengan kedudukan lebih tinggi kepada pihak dengan kedudukan lebih rendah yang berada di divisi atau unit kerja yang berbeda. Menurut (suranto, 2018) bentuk arus komunikasi diagonal ke bawah, meliputi:

1. Meminta pandangan dari divisi lain;
2. Meminjam dokumen;
3. Mengirim pesan;
4. Mengundang ke pertemuan;
5. Melakukan pengecekan silang (*crosscheck*) untuk memvalidasi informasi
6. Melakukan klarifikasi.

Sebaliknya, komunikasi diagonal ke atas terjadi ketika informasi disampaikan dari pihak yang berkedudukan lebih rendah kepada pihak yang berkedudukan lebih tinggi dari divisi kerja yang berbeda. Menurut (suranto, 2018) bentuk-bentuk arus komunikasi diagonal ke atas meliputi:

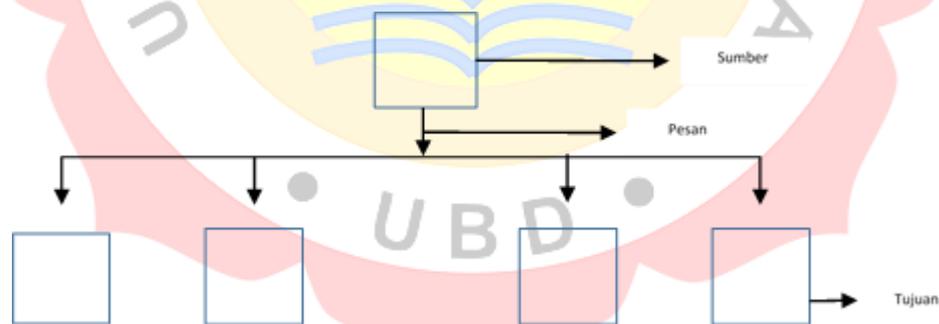
1. Mengemukakan pendapat;
2. Menanyakan kepastian pertemuan;
3. Mengonsultasikan ide atau gagasan;
4. Mengonfirmasi jadwal;
5. Dan sebagainya.

2.2.4.2 Arus Komunikasi Serentak, Berurutan, dan Informal

Arah dan target penyebaran informasi sangat bergantung pada isi dan situasi informasi itu sendiri. Contohnya terdapat informasi yang hanya ditujukan pada anggota tertentu dimana anggota lain tidak mendapatkan informasi, lalu di kasus lain terdapat anggota yang memiliki kinerja kurang baik sehingga pimpinan memberikan informasi berupa teguran secara berjenjang dan berurutan melalui kepala bagian anggota tersebut, dan juga terdapat komunikasi yang perlu didistribusikan kepada seluruh anggota dan komunikasi dilaksanakan secara serentak. Menurut (suranto, 2018) dalam bukunya yang berjudul komunikasi organisasi prinsip komunikasi untuk peningkatan kinerja organisasi, selain arus komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal. Arus komunikasi dibagi juga menjadi: (a). Arus Komunikasi Serentak, (b). Arus Komunikasi Berurutan, dan (c). Arus Komunikasi Informal.

1. Arus Komunikasi Serentak

Arus komunikasi serentak merupakan proses pendistribusian informasi yang memungkinkan sasaran/target audiens dapat menerima informasi dari sumber yang sama secara bersamaan dan serentak. Ilustrasi arus komunikasi serentak dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. 4 Ilustrasi Arus Komunikasi Serentak
sumber: Suranto Aw

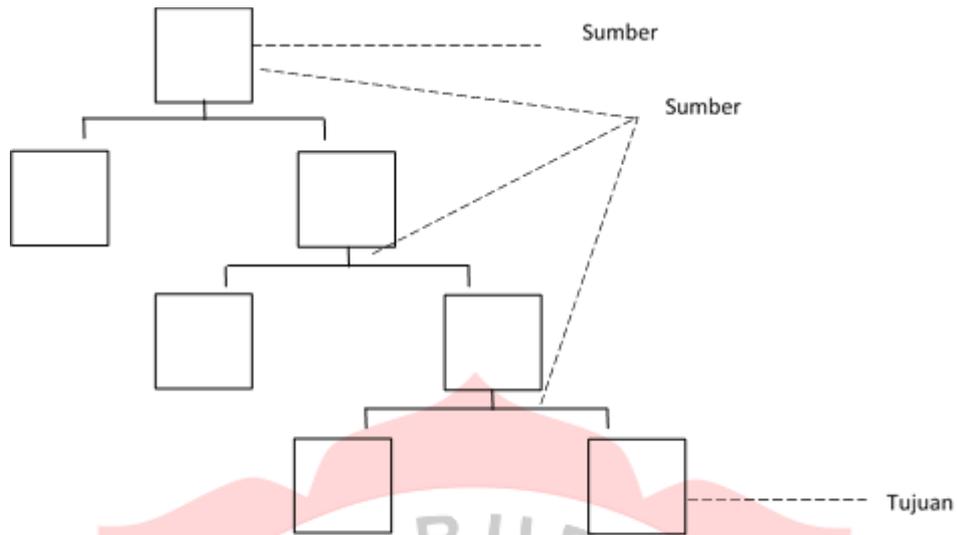
Pada gambar diatas menunjukkan bahwa audiens selaku komunikan berperan sebagai tujuan atau sasaran dalam penerimaan pesan dari sumber secara bersamaan. Tantangan yang dihadapi dalam penyebaran arus komunikasi serentak adalah pemilihan saluran komunikasi sesuai dengan karakteristik komunikan dan sifat pesan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju, organisasi dapat mengupayakan penyebaran informasi secara serentak dengan mudah melalui

media komunikasi seperti brosur, buletin, ataupun komunikasi elektronik dan internet melalui *internet broadcast*, *whatsapp*, ataupun media komunikasi elektronik lainnya. Dengan bantuan media atau saluran komunikasi tersebut maka para anggota organisasi yang tersebar di berbagai divisi lain dapat memperoleh informasi dari pihak manajemen.

Arus komunikasi serentak memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya, antara lain: (a) mengurangi terjadinya bias komunikasi, karena komunikan dapat mendapatkan informasi langsung dari manajemen atau pimpinan; (b) arah penyebaran pesan dapat diatur oleh sumber atau manajemen; (c) respon atau feedback dari komunikan dapat diketahui dengan segera. Selain kelebihan, kelemahan dari arus komunikasi serentak adalah bilamana metode atau saluran komunikasi tidak memadai, maka akan menciptakan penyebaran informasi tidak sempurna seperti yang diharapkan oleh manajemen (suranto, 2018, p. 91).

2. Arus Komunikasi Berurutan

Wayne Pace dan Don F. Faules (suranto, 2018) menyampaikan bahwa penyampaian pesan secara berurutan adalah bentuk komunikasi yang kerap kali digunakan di dalam sebuah organisasi. Penyebaran informasi secara berurutan merupakan bentuk perluasan dari penyebaran secara serentak, di mana pesan didistribusikan kepada komunikan pertama, yang kemudian meneruskan informasi tersebut kepada komunikan berikutnya. Layaknya rantai, penyebaran informasi ini berlangsung secara berantai dari komunikator ke komunikan, dan dari komunikan ke komunikan lainnya hingga menyebar tidak beraturan ke seluruh anggota di semua divisi dalam lingkungan organisasi (suranto, 2018). Ilustrasi arus komunikasi berurutan dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. 5 Ilustrasi Arus Komunikasi Berurutan
sumber: Suranto Aw

Dari gambar tersebut, tergambar bahwa arus komunikasi berurutan memperlihatkan pola penyebaran informasi, seorang anggota di organisasi setelah menerima informasi lalu meneruskan ke anggota lain, sebuah divisi setelah menerima informasi kemudian melanjutkan penyebaran ke divisi yang lain. Kesempatan memperoleh informasi tidak sama, terdapat ada anggota yang bisa mendapatkan informasi sesegera mungkin, tetapi ada juga anggota yang tertunda menerima informasi.

Walaupun dominan dipakai di dalam suatu organisasi, pola penyebaran informasi berurutan memiliki kelemahan, yaitu : (a) kevalidasian informasi diragukan, karena adanya kecenderungan setiap anggota komunikasi menambah atau mengurangi informasi yang disampaikan ke anggota lain; (b) arah penyebaran pesan tidak dapat diatur oleh manajemen, akibatnya memungkinkan pihak luar dari organisasi dapat menerima informasi; (c) manajemen tidak dapat mengetahui respons komunikasi sesegera mungkin (suranto, 2018, p. 93).

3. Arus Komunikasi Informal

Arus komunikasi informal merupakan penyebaran informasi yang berlangsung secara natural, tidak adanya kontrol dari pihak manajemen. Isi pesan yang didistribusikan umumnya berupa isu, rumor, desas-desus, dan lain sebagainya. Arus komunikasi informal dapat terjadi dimana saja, di jamuan makan, di tempat

publik, maupun di media sosial. Arus komunikasi informal akan semakin menguat apabila para anggota mensinyalir jaringan komunikasi formal tidak efektif dalam mengakomodasi aspirasi anggota. Sehingga, anggota mencari arus alternatif lain berupa arus komunikasi informal yang lebih nyaman berkomunikasi dengan cara ini. Karena sifatnya yang tidak formal, maka arus komunikasi informal memungkinkan untuk melibatkan pengurus dan anggota organisasi secara lintas divisi (suranto, 2018, p. 93).

2.2.5 Gaya Komunikasi Organisasi

Gaya komunikasi (*communications style*) merupakan kumpulan sikap antarindividu yang spesifik dan digunakan dalam konteks tertentu. Gaya komunikasi dapat mengilustrasikan bagaimana perilaku individu di dalam organisasi saat menyampaikan ide atau gagasan mereka. Tubb dan Moss (Robert dkk., 2021, hlm. 171) membagi gaya komunikasi menjadi enam gaya yang masing-masing gaya tersebut disesuaikan dengan maksud dan tujuan pengiriman pesan, yaitu:

1. *Controlling Style*

Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan dan mengatur, sering kali komunikan tidak dapat berkesempatan untuk umpan balik. Umumnya, gaya komunikasi ini digunakan untuk mempengaruhi orang lain agar bekerja efektif.

2. *Equilitarian Style*

Gaya komunikasi ini menekankan kesetaraan dan timbal balik dalam penyampaian pesan. Komunikan dan komunikan dianggap sama dalam hierarki.

3. *Structuring Style*

Gaya komunikasi ini terstruktur dan sistematis, mengikuti alur komunikasi yang telah ditetapkan dalam organisasi untuk memperkuat instruksi yang diberikan.

4. *Dynamic Style*

Gaya komunikasi yang agresif, komunikator akan berfokus pada aksi dan stimulus untuk merangsang anggota organisasi agar bekerja efektif dan efisien, gaya komunikasi ini cocok untuk menangani situasi kritis.

5. *Relinquishing Style*

Gaya komunikasi yang akomodatif, di mana atasan bersedia menerima masukan dan saran dari orang lain, gaya komunikasi ini cocok untuk menciptakan kolaborasi dengan individu yang berpengalaman dan bertanggung jawab.

6. *Withdraw Style*

Gaya komunikasi yang cenderung menghindari tanggung jawab dan interaksi. Gaya komunikasi ini tidak efektif digunakan didalam organisasi, sebab dengan tidak adanya kemauan untuk bertanggung jawab maka tidak ada juga motif untuk melakukan komunikasi.

2.2.6 **Komunikasi Organisasi dan Kinerja Organisasi**

Kinerja organisasi mencerminkan seberapa baik suatu kegiatan atau kebijakan telah dilaksanakan dalam upaya mencapai visi, misi, tujuan, dan sasaran organisasi. Oleh karena itu, kinerja tersebut merupakan kondisi yang menggambarkan hasil pencapaian yang telah diraih oleh organisasi (suranto, 2018). Kurniawan (2013:3) dalam (suranto, 2018, p. 129) mendefinisikan makna kinerja organisasi sebagai

“Suatu ukuran pencapaian atau hasil dari mengelola suatu organisasi berhubungan dengan segala aspek yang akan, sedang, dan telah dilakukan oleh organisasi tersebut dalam kurun waktu tertentu.”

Dari definisi kinerja organisasi yang telah dipaparkan, maka dapat diasumsikan bahwa kondisi ini bersifat dinamis, artinya ketika di suatu organisasi mengevaluasi kinerja, maka tingkat kinerja di organisasi tersebut akan berubah juga seiring berjalannya waktu.

Kinerja organisasi mencerminkan bagaimana individu (baik pimpinan maupun anggota) melaksanakan tanggung jawab, jabatan, dan perannya dalam organisasi. Ini berarti ukuran kinerja dapat berbeda antara satu anggota dengan anggota lainnya karena perbedaan tugas dan kewenangan jabatan mereka. Secara umum, indikator

kinerja yang positif adalah sikap, perilaku, dan kegiatan yang secara nyata mendukung pelaksanaan program kerja dan pencapaian visi organisasi. (suranto, 2018, p. 131).

Menurut (suranto, 2018), standar kinerja seseorang dalam organisasi dapat dibagi menjadi tiga indikator, yaitu:

1. **Tugas Fungsional**, seberapa baik seseorang menyelesaikan segala aspek pekerjaan yang menjadi kewajiban dan tanggung jawabnya.
2. **Tugas Perilaku**, seberapa baik seseorang mengelola dirinya sendiri maupun orang lain dalam organisasi. Ini mencakup cara seseorang menangani konflik, memberdayakan orang lain, serta bekerja sama dalam tim untuk mencapai visi organisasi.
3. **Tugas Etika**, Seberapa baik seseorang menjaga profesionalitasnya dan mematuhi nilai serta norma etika yang berlaku di dalam organisasi.

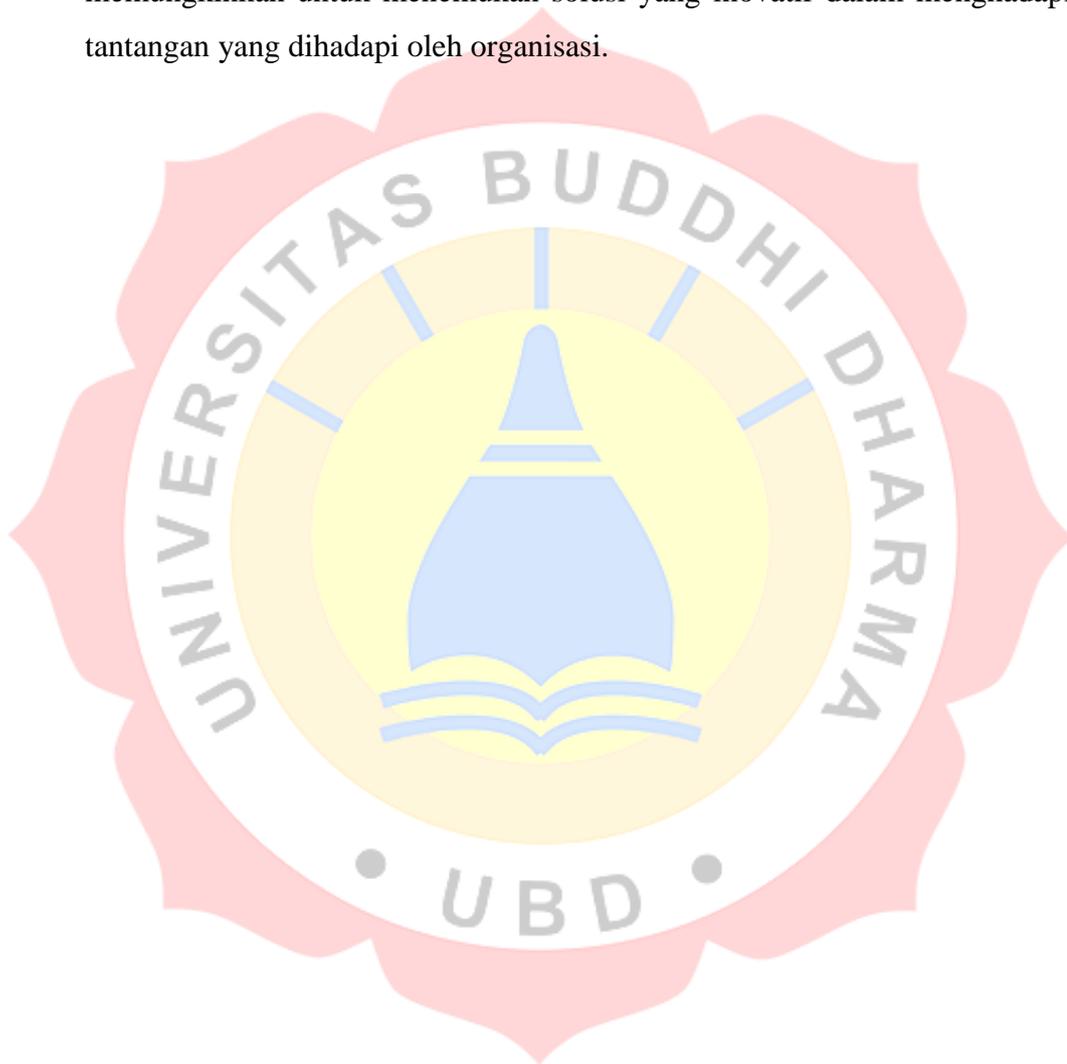
Menurut (suranto, 2018), hubungan antara komunikasi dengan kinerja organisasi secara mudah di gambarkan, bahwa komunikasi yang dilakukan secara efektif akan berpengaruh juga ke meningkatnya kinerja organisasi. Hal ini disebabkan karena semua pekerjaan dan semua pihak di dalam organisasi sejatinya saling berhubungan satu sama lain. Komunikasi pada situasi ini berfungsi untuk meningkatkan keharmonisan kerja dalam organisasi. Sebaliknya, Komunikasi yang tidak efektif menyebabkan kurang baiknya kinerja sebuah divisi yang menyebabkan koordinasi antar divisi terganggu sehingga berpengaruh negatif juga pada divisi lain dan berakhir pada penurunan kinerja organisasi itu sendiri.

Menurut (suranto, 2018), faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kinerja anggota dalam organisasi terbagi menjadi empat, yaitu:

1. **Efektivitas dan Efisiensi:** Efektivitas organisasi mencerminkan sejauh mana visi organisasi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Efisiensi berkaitan dengan jumlah upaya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tertentu.
2. **Otoritas dan Tanggung jawab:** Kemampuan setiap anggota organisasi untuk melaksanakan tugas dan wewenang sesuai dengan tanggung jawabnya
3. **Disiplin:** Meliputi disiplin dalam pengaturan waktu dan disiplin dalam kerja. Disiplin waktu mencakup penggunaan waktu secara efektif untuk mendukung

penyelesaian tugas-tugas formal, sedangkan disiplin kerja mencerminkan ketekunan anggota dalam bekerja tanpa harus diawasi secara langsung oleh atasan.

4. **Inisiatif dan Kreativitas**, Kemampuan untuk mengaktifkan daya pikir secara maksimal dalam menyelesaikan tugas-tugas. Inisiatif penting dalam menyelesaikan pekerjaan secara efektif, sementara kreativitas memungkinkan untuk menemukan solusi yang inovatif dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh organisasi.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma penelitian adalah cara pandang atau sudut pandang yang dimiliki oleh seorang peneliti terhadap realitas sosial di sekitarnya. Paradigma ini mencakup keadaan pikiran peneliti terhadap fakta-fakta kehidupan sosial dan sikapnya terhadap ilmu pengetahuan atau teori yang digunakan sebagai dasar pemahaman tentang subjek penelitiannya. Dari pengertian yang sudah disebutkan, maka dapat disebutkan bahwa pengertian paradigma penelitian merupakan pandangan atau perspektif yang dimiliki oleh seorang peneliti terhadap asumsi-asumsi dasar dari suatu penelitian. Paradigma ini mempengaruhi pemilihan model, metode, dan pelaksanaan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam menggali dan menganalisis fenomena yang diteliti. (Abdussamad, 2021).

Dalam penelitian kualitatif, paradigma penelitian kualitatif memainkan peran kunci dalam membentuk landasan teoretis dan metodologis dari suatu penelitian. Paradigma penelitian kualitatif adalah pendekatan yang mendalam untuk memahami fenomena sosial atau perilaku manusia melalui interpretasi makna dan konteks yang kompleks. Dalam penelitian kualitatif, penekanan utama diberikan pada pemahaman mendalam, interpretasi, dan deskripsi fenomena yang diamati, lebih dari sekadar pengukuran dan generalisasi statistik. Metode seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis teks digunakan untuk mengeksplorasi makna subjektif dan konteks sosial dari fenomena tersebut.

Paradigma yang digunakan oleh penulis dalam penelitiannya adalah metode penelitian kualitatif *non-positivisme*, dengan menggunakan wawancara terstruktur sebagai pendukung data. Penulis berharap bahwa dengan pendekatan ini, data yang disajikan dapat lebih lengkap dan mendalam.

3.2 Metode Penelitian

Pendekatan kualitatif dalam penelitian adalah metode yang menghasilkan data berupa kata-kata daripada angka. Data ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti kemudian menafsirkan dan menjelaskan data tersebut

untuk mendapatkan jawaban yang rinci dan jelas terhadap permasalahan yang diteliti.

Penelitian kualitatif bersifat induktif, yang berarti penelitian ini tidak dimulai dengan penalaran teoritis tetapi dengan pengamatan langsung terhadap lapangan atau fakta empiris. (Abdussamad, 2021). Peneliti perlu melakukan penelitian lapangan untuk mengamati proses atau penemuan yang terjadi secara alami. Setelah itu, peneliti menarik catatan, melakukan analisis, interpretasi, menyusun laporan, dan menarik kesimpulan dari proses tersebut. Pendekatan kualitatif mengutamakan makna, yang berkisar pada persepsi individu terhadap peristiwa yang diamati, lebih dari sekadar angka atau statistik.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah Penelitian Deskriptif Kualitatif, di mana data disajikan dalam bentuk paparan atau penggambaran naratif mengenai situasi atau kondisi yang diteliti. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang implementasi strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh guru pembimbing SMB Ananda dalam mencapai tujuan program kegiatan sekolah minggu.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sesuatu yang secara melekat terkait dengan rumusan masalah yang ingin diteliti, dan juga sebagai tempat di mana data dapat dikumpulkan dalam konteks penelitian. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian merujuk pada individu yang berada di dalam konteks penelitian dan berperan menjadi sumber informasi (Mochamad Nashrullah dkk., 2023). Dalam Penelitian ini, subjek yang dijadikan sebagai penelitian adalah Ketua dan guru pembimbing SMB Ananda yang berlokasi di Vihara Sasana Subhasita, Kota Tangerang.

Dalam penelitian kualitatif, objek penelitian berfungsi untuk menggambarkan dengan jelas fokus atau sasaran dari penelitian yang dirumuskan dalam masalah penelitian. Dalam konteks ini, penulis memfokuskan objek penelitiannya pada SMB Ananda, dengan menitikberatkan pada strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh guru pembimbing dalam melaksanakan program kegiatan sekolah minggu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara

Teknik wawancara dilakukan oleh penulis untuk mengamati strategi yang dilakukan oleh guru-guru pembimbing SMB Ananda dalam pencapaian kinerja program kegiatan sekolah minggu. Wawancara adalah metode pengumpulan data penelitian yang melibatkan pengajuan pertanyaan kepada informan atau subjek penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara langsung tatap muka atau melalui media telekomunikasi seperti telepon atau video call. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai isu atau tema penelitian yang sedang diteliti. Wawancara juga dapat digunakan untuk memvalidasi informasi atau keterangan yang telah didapat melalui teknik pengumpulan data lainnya.

Wawancara yang dilakukan oleh penulis adalah wawancara secara terstruktur (*Structured Interview*) dimana penulis telah menyiapkan instrument wawancara sebagai pedoman pertanyaan bagi informan. Instrumen wawancara dibuat berdasarkan hasil identifikasi masalah terkait dengan program kegiatan, arus komunikasi organisasi, dan gaya komunikasi organisasi. Daftar pertanyaan wawancara dibagi menjadi dua, yaitu instrument wawancara untuk *key informat* (ketua SMB Ananda) dan untuk *informan* (guru pembimbing SMB Ananda). Instrument wawancara terlampir pada lampiran skripsi ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis untuk mencari dan mengorganisir data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori, pembagian data menjadi unit-unit yang relevan, sintesis data, pengidentifikasian pola atau temuan, pemilihan data yang signifikan untuk dipelajari lebih lanjut, serta pembuatan kesimpulan yang dapat dipahami baik oleh peneliti maupun oleh pihak lain yang tertarik dengan hasil penelitian tersebut. (Abdussamad, 2021).

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan Model Miles dan Huberman untuk menganalisis data dari pengumpulan hingga penyelesaian proses pengumpulan data. Menurut Miles dan Huberman (1984) sebagaimana dikutip dalam

(Abdussamad, 2021) analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga mencapai titik di mana data jenuh dan analisis mencapai kesimpulan yang jelas. Proses analisis data meliputi langkah-langkah penyajian data dan verifikasi/kesimpulan.

1. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan lainnya. Miles and Huberman (1984) dalam (Abdussamad, 2021) menjelaskan bahwa dengan diadakannya penyajian data memudahkan peneliti untuk memahami serta mendalami apa yang sebenarnya terjadi dan untuk merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang mereka pahami.

Penyajian data yang dilakukan peneliti adalah dengan cara memberikan kode wawancara untuk memudahkan dalam pengklasifikasian hasil wawancara.

Setiap satuan data diberi nomor kode data sebagai berikut:

1. Huruf I : Inisial dan Peran Narasumber
 - a. **M** (Mutiara) – Narasumber 1 : Ketua SMB;
 - b. **SG** (Selvy Gunawan) – Narasumber 2 : Guru pembimbing kelas Belum sekolah sampai TK
 - c. **AY** (Antika Yosika) – Narasumber 3 : Guru pembimbing kelas Satu sampai Tiga SD
 - d. **NV** (Novianti) – Narasumber 4: Guru pembimbing kelas Empat sampai Enam SD
2. Digit II : Nomor Pertanyaan (jawaban sesuai dengan nomor Pertanyaan)

Contoh : Kode data (M-8) artinya adalah jawaban dari Mutiara selaku ketua SMB untuk pertanyaan nomor 8.

2. Penarikan Hasil Analisis/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap terakhir dari analisis data kualitatif adalah penarikan hasil analisis dan verifikasi. Hasil analisis awal yang diajukan oleh peneliti bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat pada tahap selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti perlu kembali ke lapangan untuk

mengumpulkan data tambahan. Jika hasil analisis awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka hasil analisis tersebut dapat dipercaya.

Hasil analisis yang kredibel memungkinkan penelitian kualitatif untuk menjawab permasalahan yang telah diformalkan sejak awal. Namun, permasalahan penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan perkembangan penelitian.

Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian kualitatif dapat berfungsi sebagai hipotesis. Jika didukung oleh data yang luas, hipotesis tersebut dapat menjadi teori.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan selama 5 bulan mulai dari pengajuan judul sampai dengan proses penyusunan skripsi selesai yaitu Maret 2024 sampai Juli 2024. Lokasi penelitian dilaksanakan di Sekolah Minggu Buddhis Ananda di Vihara Sasana Subhasita yang berlokasi di Jalan Tegal Sari IV No.31 – Kota Tangerang.