

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus (FSLDK)

Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus (FSLDK) Indonesia adalah forum koordinasi dakwah yang memiliki tujuan untuk terciptanya gerak dakwah yang teratur, terpadu, dan kompak tadi menuju ummatam wahidah.

Sejarah pembentukan FSLDK Indonesia berawal dari sarasehan LDK (Lembaga Dakwah Kampus) yang diselenggarakan pertama kali oleh Jemaah Shalahuddin UGM pada tanggal 14 – 15 Ramadhan 1406 atau 24 – 25 Mei 1986. Forum yang pembukaannya diadakan di Gedung Pertemuan UGM dan pertemuan lanjutannya di Pesantren Budi Mulya itu, diikuti oleh 26 peserta utusan 13 LDK se-Jawa, yakni Jemaah Shalahuddin UGM, Jemaah Mujahidin IKIP Yogyakarta, LAI Undip Semarang, Unsoed Purwokerto, UNS Solo, Lpisat Usakti Jakarta, UI Jakarta, BKI Bogor, UIKA Bogor, Karisma Salman ITB Bandung, Unpad Bandung, UKKI Unair Surabaya, BDM Al-Hikmah IKIP Malang.

Setelah menyadari bahwa FSLDK dihadiri oleh LDK yang berbeda-beda proses terbentuk, kelembagaan, kondisi lingkungan, maka hubungan utama antar LDK dalam FSLDK semata karena ikatan ukhuwah islamiyyah. Itulah yang selama ini terus berlangsung hingga kini sehingga bisa menjadi rumah bagi semua LDK di Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi FSLDK Indonesia

a. Visi

“Sebagai Wahana Ukhuwah LDK se-Indonesia yang Konstruktif dan Kolaboratif demi terwujudnya Indonesia Madani ”

b. Misi

1. Mengukuhkan pembinaan aktivis dakwah kampus yang berlandaskan kepada Al Qur'an dan As Sunnah dengan pemahaman yang komprehensif.
2. Akselerasi potensi LDK Se Indonesia dan Kader FSLDK Indonesia.
3. Menguatkan nilai islam sesuai dengan indentitas dan fikrah dakwah.
4. Menggiatkan pengabdian keumatan dalam mengakomodasi kader dakwah dan masyarakat Indonesia.
5. Menjadi garda terdepan dalam pengelolaan isu nasional dan internasional.
6. Menumbuh kan dan menge mbangkan ukhuwah Islamiyah dalam menjaga semangat kolaborasi dan sinergisasi dalam gerakan dakwah.

1.1.3 Logo FSLDK Indonesia



Gambar 1.1 Logo FSLDK Indonesia

Sumber : <https://fslkd.id/about/>

Diakses pada tanggal 21 November 2020

1.1.4 Struktur FSLDK

Struktur FSLDK saat ini (tahun 2021) ada tiga bagian, yaitu :

a. Pusat Komunikasi Nasional (Puskomnas)

Puskomnas diamanahkan kepada salah satu LDK untuk mengoordinasikan dan mengomunikasikan gerak dakwah kampus

secara nasional untuk menciptakan sinergisitas & akselerasi dakwah kampus. Syarat LDK yang ditunjuk sebagai puskomnas adalah LDK Mandiri.

b. Pusat Komunikasi Daerah (Puskomda)

Puskomda merupakan koordinator dakwah untuk lembaga dakwah kampus pada daerah tertentu. Amanah ini diberikan kepada salah satu LDK Madya/Mandiri di daerah tersebut. Saat ini ada sebanyak 38 Puskomda yang tersebar di Indonesia, yaitu:

Tabel 1.1 Daftar Puskomda FSLDK Indonesia

Daftar Puskomda FSLDK Indonesia			
No	Nama Puskomda	No	Nama Puskomda
1	Puskomda Aceh	20	Puskomda Kalbar
2	Puskomda Sumut	21	Puskomda Kalteng
3	Puskomda Sumbar	22	Puskomda Kalsel
4	Puskomda Sumsel	23	Puskomda Kaltimkaltara
5	Puskomda Bengkulu	24	Puskomda Sulteng
6	Puskomda Riau	25	Puskomda Sulut
7	Puskomda Jambi	26	Puskomda Gorontalo
8	Puskomda Lampung	27	Puskomda Bali
9	Puskomda Banten	28	Puskomda Nusra
10	Puskomda Jadebek	29	Puskomda Maluku Utara
11	Puskomda Bandung Raya	30	Puskomda Maluku
12	Puskomda Cirebon	31	Puskomda PaPabar
13	Puskomda Purwokerto	32	Puskomda Babel
14	Puskomda Semarang Raya	33	Puskomda Kepri
15	Puskomda Jogja	34	Puskomda Priabar
16	Puskomda Solo Raya	35	Puskomda Pritim
17	Puskomda Madiun Raya	36	Puskomda Jember
18	Puskomda Malang Raya	37	Puskomda Sulselbar
19	Puskomda Surabaya Raya	38	Puskomda Sultra

c. Lembaga Dakwah Kampus

Seluruh LDK yang ada di Indonesia bisa menjadi bagian dari FSLDK. Organisasi inilah yang sebagai elemen utama dari keberadaan FSLDK karena menjadi elemen yang berdakwah langsung di lingkungan kampus.

d. Komisi FSLDK

Untuk meningkatkan efisiensi koordinasi, FSLDK Indonesia memiliki pembagian fokus kerja yang sama di Puskomnas dan seluruh Puskomda. Sejak FSLDKN XIV 2007 di Lampung telah ditetapkan fokus kerja FSLDK Indonesia sebagai berikut:

- a. Komisi A : Komisi tentang isu dan keumatan
- b. Komisi B : Komisi tentang ke-LDK-an
- c. Komisi C : Komisi tentang jaringan Muslimah
- d. Komisi D : Komisi yang bergerak pada ranah media dan humas.

1.1.5 Pilihan Objek Penelitian

Dan dalam levelisasinya, LDK yang tergabung dalam FSLDK itu ada 3 levelisasi, yaitu : Muda, Madya dan Mandiri. Dan jumlah keseluruhan LDK yang tergabung dalam FSLDK Baraya ada 42 LDK.

a. Lembaga Dakwah Kampus yang Menjadi Objek Penelitian

Dalam hal ini, peneliti akan meneliti LDK level Mandiri yang ada di Bandung Raya yang berjumlah 9 LDK yang tersebar di kampus wilayah Bandung Raya, yaitu :

1. LDK Al-Fath Telkom University
2. LDK Gamais ITB
3. LDK UIN Sunan Gunung Djati Bandung
4. KMI Libasuttaqwa STT Tekstil
5. LDK Assalam Polban
6. LDK Syamil Unpad
7. LDK Ulul Ilmi Unpas
8. UKDM UPI
9. KMI Itenas

b. Logo FSLDK Bandung Raya



Gambar 1.2 Logo FSLDK Bandung Raya

Sumber : Twitter FSLDK Baraya

Diakses pada tanggal 21 November 2020

1.2 Latar Belakang

Komunikasi merupakan serangkaian proses pemindahan dan pertukaran pesan, dimana pesan tersebut dapat berupa fakta, perasaan, ide atau gagasan, data atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Proses ini bertujuan untuk memengaruhi orang lain. Aktivitas komunikasi selalu digunakan dalam kegiatan sehari-hari manusia dalam menjalankan kegiatannya, baik dalam interaksi dalam diri individu, antar individu, individu dengan kelompok maupun di dalam sebuah organisasi yang menghimpun banyak individu. Oleh karena itu, manusia disebut sebagai makhluk sosial karena tidak mungkin bisa terlepas dari kebutuhannya kepada orang lain, dan dalam hal ini komunikasi adalah alat yang digunakan untuk menjalin hubungan, berinteraksi dan saling memahami dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu.

Komunikasi tidak terlepas dari yang namanya media, yaitu sebuah perantara untuk menyampaikan pesan antara pembuat pesan dan penerima pesan. Meskipun pada dasarnya komunikasi itu terbentuk secara langsung, tidak ada perantara media, karena interaksi manusia dahulu tidak dipisahkan oleh jarak yang jauh, karena awalnya manusia itu sedikit dan cukup dengan interaksi secara langsung. Namun, seiring berjalannya waktu dan perkembangan hidup manusia, dimana manusia hari ini menjadi semakin banyak dan tersebar diseluruh belahan dunia, maka untuk melakukan

komunikasi diperlukan yang namanya media. Dan, di era digital sekarang, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang begitu pesat, perubahan arah komunikasi yang dahulu terbatas pada suatu wilayah tertentu, namun dengan media digital yang terhubung dengan internet, setiap individu mampu untuk terhubung satu dengan yang lainnya.

Dalam komunikasi, dibagi menjadi 2 bagian berdasarkan jumlah peserta dalam aktivitas komunikasinya, yaitu :

- a. Komunikasi perseorangan, yaitu komunikasi yang terjadi antara pribadi mengenai persoalan pribadi
- b. Komunikasi kelompok, yaitu komunikasi yang terjadi pada kelompok mengenai persoalan-persoalan yang menyangkut kepentingan kelompok.

Dalam hal ini, sebuah kelompok yang memiliki tujuan, fungsi, karakter dan identitas tertentu dan melakukan kegiatannya sesuai bagiannya masing-masing secara terstruktur disebut organisasi. Menurut Hasibuan (2011:120), organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu.

Dalam hal ini, organisasi merupakan sekumpulan orang yang berada dalam suatu kelompok yang didalamnya mempunyai pembagian tugas yang jelas, pembagian wewenang dalam menjalankan sebuah fungsi bersama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam menjalankan sebuah organisasi, pasti menggunakan komunikasi, dalam hal ini komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi diperlukan untuk menjalankan tugas, fungsi dan wewenang untuk mencapai hubungan yang baik dalam mencapai tujuan bersama. Komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam Romli (2014:2) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menyoroti tentang sebuah aktivitas komunikasi pada sebuah organisasi melalui media digital. Sebuah organisasi yang berhasil adalah organisasi yang mampu mewujudkan

visi dan misinya secara nyata dan memberikan dampak bagi internal organisasi maupun terhadap lingkungan organisasi tersebut. Dan dalam konteks organisasi, komunikasi merupakan faktor penting dalam menentukan apakah organisasi tersebut berhasil atau tidak. Karena komunikasi merupakan sebuah alat yang dipakai dalam organisasi dalam memahamkan tentang visi dan misi organisasi kepada segenap individu organisasi, komunikasi merupakan alat yang dipakai untuk mengintegrasikan ide dan gagasan dengan kemampuan atau sumber daya manusia di dalam organisasi dan komunikasi merupakan alat yang dipakai di dalam sebuah organisasi untuk membentuk sebuah hubungan yang harmonis dalam keberlangsungan organisasi untuk mencapai tujuannya.

Peneliti menyoroti organisasi keagamaan lembaga dakwah kampus yang pada hari ini menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk pertama kalinya dihadapi oleh seluruh organisasi, lembaga atau institusi apapun itu diseluruh dunia, yaitu dampak pandemi *covid-19* dalam konteks komunikasi organisasi. Betapa tidak, fenomena ini menyebabkan interaksi yang awalnya bisa dilakukan secara langsung dengan setiap individu organisasi sekarang berubah total dengan memaksimalkan komunikasi dengan media digital saat pandemi *covid-19* ini terjadi, bukanlah hal yang mudah, apalagi pada proses koordinasi-komunikasi dalam sebuah organisasi, dalam hal ini Lembaga Dakwah Kampus level Mandiri Se-Bandung Raya yang diteliti oleh peneliti, secara mayoritas, baru saja melakukan regenerasi kepengurusan baru yang langsung dihadapkan pada pandemi *covid-19*, dimana semua aktivitas dirumahkan dan interaksi menggunakan media komunikasi tanpa bisa bertemu dan berkomunikasi secara langsung. Merupakan tantangan tersendiri bagi seluruh organisasi di dunia, khususnya Lembaga Dakwah Kampus level Mandiri Se-Bandung Raya dalam melakukan koordinasi-komunikasi di dalam aktivitas organisasinya yang baru saja terbentuk dalam menjalankan fungsi organisasinya.

Lembaga Dakwah Kampus merupakan sebuah lembaga keagamaan yang berfungsi sebagai sebuah organisasi yang bergerak dibidang keagamaan islam, dengan tujuan utamanya adalah untuk membentuk masyarakat madani dan menciptakan kader alumni yang berafiliasi terhadap Islam (Risalah Manajemen Dakwah Kampus). Lembaga Dakwah Kampus ini bergerak di lini-lini kampus, yang pada hari ini sudah tersebar secara meluas di setiap kampus-kampus yang ada di Indonesia, baik itu kampus negeri maupun swasta. Lembaga dakwah kampus ini secara gerakannya adalah gerakan dakwah, yaitu gerakan yang mengajak setiap manusia kepada jalan Allah. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam lembaga dakwah kampus secara umum ada 2 yaitu kegiatan pembinaan pengurus atau kader dalam membentuk pribadi muslim yang *kaffah* (menyeluruh dari segi aspek kehidupan) dan kegiatan syiar dakwah atau menyeru segenap manusia atau dalam hal ini segenap civitas akademisi kampus bahkan masyarakat sekitar kampus kepada jalan Allah. Sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah, bahwasanya Rasulullah datang sebagai rahmat untuk semesta alam dan bertujuan untuk menyempurnakan akhlak segenap manusia. Dan Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah lah yang dijadikan sebagai pedoman bergerak oleh setiap lembaga dakwah kampus yang tersebar di seluruh Indonesia. Dan pada konteks ini, lembaga dakwah kampus mempunyai tantangan besar, untuk pertama kalinya, aktivitas organisasi dilakukan secara daring, baik dari segi aktivitas internal organisasi maupun aktivitas dalam menjalankan fungsi organisasinya kepada civitas kampus maupun masyarakat kampus, dikarenakan dampak dari pandemi *covid-19*.

Di era pandemi *covid-19* hari ini, yang menyebabkan seluruh aktivitas interaksi setiap orang di dunia beralih dari komunikasi langsung ke komunikasi tidak langsung, yaitu dengan menggunakan media komunikasi, yang dalam hal ini adalah media digital. Pandemi *covid-19* menyebabkan setiap orang beralih menggunakan media digital dalam aktivitas hariannya, baik secara individu maupun secara

kelompok. Di dalam konteks pendidikan, belajar secara tatap muka tidak bisa dilakukan, maka setiap orang secara tidak langsung dipaksa untuk mengerti dan paham dalam penggunaan media digital untuk tetap bisa melangsungkan kegiatan belajar mengajar secara daring. Baik itu menggunakan aplikasi video virtual seperti *Google Meet* dan *Zoom Meeting* yang begitu populer digunakan hari ini, juga komunikasi personal lewat media digital, yang menggunakan aplikasi pengirim pesan seperti *Whatsapp*, *Telegram*, *Messenger* dan lain sebagainya.

Fenomena yang terjadi hari ini pada lembaga dakwah kampus adalah tentang perubahan pola, situasi dan kecenderungan komunikasi organisasi karena mengharuskan komunikasi dilakukan secara daring melalui media digital, hal ini memunculkan potensi perubahan/pengaruh/dampak terhadap komunikasi di dalam organisasi karena setiap individu dalam organisasi tidak dapat bertemu dan berkomunikasi secara langsung, baik karena perbedaan tempat, situasi maupun waktu akibat dampak pandemi yang mengharuskan setiap kegiatan yang bermassa banyak harus ditiadakan. Dan memunculkan potensi perubahan/pengaruh/dampak terhadap kinerja yang dihasilkan selama aktivitas daring yang dilakukan, oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berusaha mengukur besaran pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja pengurus lembaga dakwah kampus level mandiri se-Bandung Raya selama masa pandemi *covid-19*. Yang kemudian nanti diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi lembaga atau insitusi terkait sebagai referensi dalam konteks komunikasi organisasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan tinjauan peneliti terhadap fenomena yang terjadi pada hari ini, maka penelitian ini ditujukan untuk mencari jawaban dari pertanyaan atau masalah-masalah yang tertera di bawah ini :

- a. Seberapa besar pengaruh komunikasi organisasi melalui media digital terhadap kinerja pengurus Lembaga Dakwah Kampus level mandiri se-Bandung Raya selama masa pandemi covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh komunikasi organisasi melalui media digital terhadap kinerja pengurus Lembaga Dakwah Kampus level mandiri se-Bandung Raya selama masa pandemi covid-19

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian, diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh komunikasi organisasi dan pengaruhnya terhadap kinerja pengurus atau karyawan sebuah lembaga atau institusi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat menambah wawasan tentang kegiatan komunikasi yang terjadi di dalam organisasi serta pengaruhnya terhadap kinerja pengurus lembaga organisasi.

- b. Bagi Organisasi atau Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada organisasi atau institusi untuk memperhatikan kegiatan komunikasi di dalam organisasinya, khususnya kegiatan komunikasi antar pengurusnya atau karyawannya.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2020 sampai Januari 2021.

1.7 Sistematika Penelitian

Tujuan dari penulisan sistematika ini adalah untuk memberikan gambaran umum terkait penelitian yang dilakukan. Dan berikut sistematika penulisan penelitian ini :

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi mengenai pendahuluan yang membahas tentang gambaran umum objek penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan periode penelitian dan sistematika penelitian.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi mengenai tinjauan pustaka yang dipaparkan sebagai landasan teori dalam penelitian yang terdiri dari teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi mengenai metodologi penelitian yang memaparkan tentang desain penelitian, subjek dan objek penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas data, teknis analisis data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas tentang hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh komunikasi organisasi melalui media digital terhadap kinerja pengurus lembaga dakwah kampus level mandiri se-Bandung Raya selama masa pandemi covid-19.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini membahas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan

bagi mahasiswa, pengurus lembaga dakwah kampus dan peneliti berikutnya pada masa yang akan datang.