

BAB IV

KOMUNIKASI DALAM KEPEMIMPINAN PONDOK PESANTREN

Muwafiqus Shobri

STAI Hasan Jufri Bawean

dosensukses@gmail.com

PENDAHULUAN

Sepanjang sejarah manusia, komunikasi telah menjadi kebutuhan di hampir setiap aspek kehidupan. Komunikasi mirip dengan tanah atau air yang diperlukan untuk kelangsungan hidup pohon agar dapat tumbuh. Manusia dapat berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah, di kamps, di sekolah di kantor, di sawah, di pasar, dalam situasi sosial, dan sebagainya, komunikasi sangat penting dalam semua situasi ini, bahkan tidak ada seorang pun yang sama sekali tidak terlibat dalam komunikasi.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup dengan baik tanpa adanya komunikasi. manusia mampu menyelesaikan tugas-tugas penting dalam hidupnya melalui komunikasi. Sebaliknya, kurangnya komunikasi dalam kehidupan akan mengakibatkan ketidakteraturan dalam kehidupan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari, baik aktivitas tersebut berlangsung di rumah, dalam suatu organisasi, maupun dalam konteks masyarakat manusia secara keseluruhan. Komunikasi telah menjadi suatu kebutuhan dalam masyarakat modern dan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dalam kehidupan manusia, komunikasi merupakan hal yang esensial, baik secara individu maupun kolektif, dalam kehidupan bermasyarakat dan dalam kehidupan masyarakat luas, khususnya dalam kehidupan berbangsa dan bernegara (Murtisari, 2021).

Berbicara tentang kepemimpinan, diketahui bahwa Inti dari visi Islam adalah menjadikan manusia sebagai khalifah (pemimpin) di muka bumi (Hazin et al., 2021). Dalam kepemimpinan pondok pesantren, seorang kyai sebagai pengasuh sekaligus pemimpin pondok pesantren tentu berurusan dan berhadapan dengan para santri yang memiliki berbagai kepribadian dan latar belakang yang berbeda, oleh karenanya maka kemampuan berkomunikasi menjadi sangat penting bagi keberhasilan mereka dalam memimpin pondok

pesantren yang diasuhnya. Komunikasi yang dilakukan oleh pemimpin pesantren antara lain dapat berupa perintah atau petunjuk, saran, bimbingan, petunjuk, nasehat, atau kritik (Zainal et al., 2014). Nabi Muhammad SAW telah mencontohkan kepemimpinan dalam Islam yang baik dengan mengubah cara hidup orang Arab dari lembah kehinaan yang ditandai oleh kebodohan mereka menjadi masyarakat yang luhur dan mulia di bawah panji Islam yang penuh dengan keutamaan dan ketakwaan.

Ada banyak penjelasan dan petunjuk tentang komunikasi yang efektif dan tepat untuk mendorong umat agar bergerak ke arah yang lebih positif, termasuk mengkomunikasikan apa yang harus dilakukan seorang pemimpin dalam mempertahankan eksistensi ajaran tauhid dan nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan bermasyarakat yang dimulai dari kehidupan di pondok pesantren. Sehingga, mempelajari dan mendiskusikan konsep-konsep komunikasi kepemimpinan dalam sebuah organisasi atau lembaga pendidikan islam adalah proses penelitian tanpa akhir yang akan terus mengungkap konsep-konsep ilmiah baru dan membuka khazanah baru, termasuk pembahasan tentang bagaimana komunikasi dalam kepemimpinan di pondok pesantren yang menjadi basis kyai dalam mendidik santrinya menjadi insan kamil generasi muslim yang berkualitas dan bertanggungjawab secara ilmiah dan mulia akhlaknya adalah sesuatu yang sangat menarik dan penting untuk dikaji.

KONSEP DAN TEORI KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN

Interaksi manusia dan hubungan interpersonal semuanya didasarkan pada kemampuan dasar manusia untuk berkomunikasi satu sama lain. Baik di rumah, di sekolah, di pasar, dan di manapun. Tidak mungkin untuk menyangkal pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia. Aktivitas manusia berfungsi lebih efisien ketika orang berkomunikasi dengan baik (Kurniawati, 2020; Rohman, 2007) Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communication*", secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*, dalam kata *communis* ini memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. (Juliana, 2021; Widaningsih, 2019)

Dalam prespektif Islam, komunikasi dianggap sebagai aspek fundamental dari sifat manusia. Manusia telah diunggulkan dari makhluk lainnya oleh Allah dalam hal komunikasi

sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Ar-Rahman ayat 4 dengan kata "*Al-bayan*" (pandai bicara). Dalam tafsir *Fath Al-Qodir*, Asy-Syaukani memaknai al-Bayan sebagai kemampuan untuk berkomunikasi. Ketika manusia memiliki kemampuan berkomunikasi, maka mereka menjadi makhluk dinamis yang terus berkembang berdasarkan kemampuan dan kebutuhannya dalam berkomunikasi. Komunikasi dilakukan sebagai bagian dari upaya mencapai hubungan vertikal dengan Allah swt melalui ibadah wajib seperti sholat, puasa, zakat dan haji, dll. Komunikasi juga dilakukan dalam rangka menjalin hubungan horizontal, yaitu hubungan dengan manusia lainnya, khususnya dalam rangka melaksanakan kegiatan muamalah dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lain sebagainya. (Ihsani & Febriyanti, 2021; Susanto, 2016).

Berdasarkan konteks atau tingkatan analisisnya, teori-teori komunikasi secara umum dapat dibagi dalam lima konteks atau tingkatan (Heriyadi, 2018; Sendjaja, 2014) sebagai berikut:

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik didasari atau tidak. misalnya berfikir.
2. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan respon verbal maupun nonverbal berlangsung secara langsung.
3. Komunikasi kelompok merujuk pada komunikasi yang dilakukan sekelompok kecil orang (*small group communication*).
4. Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok.
5. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa cetak maupun elektronik yang dikelola sejumlah besar orang yang tersebar, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara serentak, cepat, dan selintas.

Adapun kepemimpinan sebagai proses menggerakkan orang lain pada hakikatnya merupakan rangkaian interaksi komunikasi antar manusia, seperti yang telah dijelaskan di atas, maka seorang pemimpin yang siap tampil untuk merintis dan meminta orang lain untuk

melakukan sesuatu melalui kerjasama, saat berada di depan ia akan menjadi panutan yang sikap dan prilakunya akan diteladani, saat pemimpin berada ditengah orang yang dipimpinnya ia mampu untuk bergandengan tangan atau bekerja sama dalam mewujudkan kegiatan bersama. Demikian pula pada saat pemimpin berada dibelakang orang-orang yang dipimpinnya makai a senantiasa akan berusaha memfungsikan dirinya dalam memberikan dorongan untuk berbuat sesuatu. Hal tersebut tidaklah mungkin dapat diwujudkan tanpa kemampuan berkomunikasi dengan baik antara seorang pemimpin dan orang-orang yang dipimpinnya.

FUNGSI DAN TUJUAN KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN

Fungsi komunikasi kepemimpinan setidaknya terdiri dari empat bagian, yaitu informatif, regulatif, persuasif, dan integratif (Pratala, 2018; Rafii DwiPutra, 2018). Berikut penjelasan secara singkat tentang empat fungsi komunikasi dalam kepemimpinan

1. Fungsi informatif: untuk dapat menjalankan roda organisasi dengan baik maka seorang pemimpin organisasi membutuhkan informasi yang benar, dari berbagai sumber, akurat dan tepat waktu.
2. fungsi regulatif: berkaitan dengan peraturan atau regulasi yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi. selain itu, aturan ini harus dipatuhi oleh seluruh anggota dan pimpinan dalam suatu organisasi agar organisasi dapat memelihara sikap disiplin dalam bekerja.
3. Fungsi persuasif: bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku seseorang agar mereka bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator yang dalam hal ini adalah pemimpin organisasi.
4. Fungsi integratif: organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan semua orang dapat melaksanakan tanggung jawab mereka dan melakukan pekerjaan mereka dengan baik. Setidaknya ada dua saluran komunikasi yang dapat digunakan untuk mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal dan saluran komunikasi informal.

Tujuan dari kegiatan komunikasi adalah adanya perubahan sikap, pendapat, perilaku, dan sosial yang terjadi pada penerima pesan (komunikasikan) baik setelah ataupun pada saat

komunikasi tengah berlangsung (Effendy, 2011). Hal ini secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perubahan sikap, yaitu perubahan sikap komunikasi sesuai dengan keinginan komunikator setelah selesainya suatu proses komunikasi.
2. Perubahan pendapat, yaitu pergeseran sudut pandang, khususnya pergeseran sudut pandang komunikasi selama komunikasi berlangsung dan setelahnya.
3. Perubahan perilaku, yakni ketika kata-kata komunikator konsisten dengan tindakannya, ini dapat terjadi selama proses komunikasi. Kredibilitas komunikator tergantung pada kesesuaian tindakan komunikator setelah komunikasi menerima pesan yang disampaikan olehnya dalam proses komunikasi tersebut.
4. Perubahan sosial, yakni ketika komunikasi terjadi, menyebabkan perubahan tatanan sosial suatu masyarakat sebagai akibat dari lingkungan, yang disebut sebagai “perubahan social masyarakat”.

Asalkan komunikasi dilakukan dengan baik dan efektif, semua aspek perubahan tersebut di atas dapat terwujud. Sejauh mana tujuan dan fungsi komunikasi dapat dicapai dapat digunakan untuk menentukan efektivitas komunikasi antara kyai dan para santri di pondok pesantren. Keberhasilan awal dalam suatu proses komunikasi kepemimpinan di pondok pesantren dapat terlihat jika proses komunikasi tersebut diberikan perhatian penuh pada saat komunikasi sedang berlangsung misal saat kyai memberikan pengajian.

JENIS DAN UNSUR KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN

Secara umum, jenis komunikasi kepemimpinan dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. (Juliantari, 2020; Kusumawati, 2019)

1. Komunikasi Verbal

Dalam komunikasi, komunikasi verbal (*verbal communication*) mengacu pada segala bentuk komunikasi di mana komunikator menyampaikan informasi kepada komunikasi dalam format tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Sebagian besar penduduk berkomunikasi secara verbal, karena komunikasi verbal lebih efektif daripada komunikasi nonverbal ketika mengkomunikasikan ide, pikiran, atau keputusan. Agar komunikasi (baik pendengar maupun pembaca) dapat lebih mudah memahami pesan yang disampaikan,

contoh komunikasi verbal menggunakan lisan seperti berbicara di telepon, hal ini dilakukan dengan harapan agar pesan tersebut lebih mudah dipahami. Adapun komunikasi verbal dengan tulisan yang terjadi antara komunikator dan komunikan dilakukan secara tidak langsung, proses penyampaian informasinya dapat dilakukan melalui penggunaan media seperti surat, lukisan, foto, ilustrasi, dan representasi visual lainnya.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan jenis komunikasi yang sulit dipelajari karena kurang terstruktur dibandingkan komunikasi verbal. Selanjutnya perbedaan latar belakang, wilayah, pendidikan, dan ruang lingkup sosial akan dapat menimbulkan sesuatu yang tidak sama dalam berbagai persepsi, sehingga pemahaman komunikasi nonverbal merupakan kondisi yang harus dipelajari dan dipahami dan perlu dilatih secara mandiri. Misalnya, pentingnya komunikasi nonverbal termasuk menyampaikan pesan berdasarkan perasaan dan emosi yang tampak sangat alami; dengan memperhatikan hal tersebut, seseorang dapat mendeteksi atau menilai kejujuran seseorang; dan ada banyak jenis komunikasi nonverbal lainnya, seperti simbol dan warna; gerakan; ekspresi wajah; intonasi; suara; dan seterusnya. Komunikasi nonverbal penting karena memungkinkan kita berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata. Sedangkan tujuan komunikasi nonverbal adalah untuk memberikan informasi, mengatur alur pembicaraan, mengungkapkan emosi, mencirikan, melengkapi pesan verbal, mempengaruhi orang lain, dan memudahkan tugas-tugas tertentu.

Agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi (Nurjaman & Umam, 2012; Purba et al., 2020), yaitu: 1). Komunikator: orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok. 2). Komunikan: orang yang menerima pesan dari komunikator dan 3). Saluran/ media: jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Selain ketiga unsur tersebut di atas, terdapat enam unsur-unsur komunikasi lainnya, sehingga totalnya terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci (Effendy, 2011), yaitu: 1) Sender (pengirim), disebut juga komunikator, adalah unsur yang menyampaikan

pesan kepada orang lain atau disebut sebagai, 2) Encoding (pengkodean), juga dikenal sebagai simbologi, adalah proses menuangkan pikiran ke dalam bentuk symbol atau lambing, 3). Message (pesan), juga dikenal sebagai pesan, seperangkat simbol dengan makna yang disampaikan oleh komunikator dikenal sebagai pesan, 4). Media, yakni saluran komunikasi yang mana pesan ditransmisikan dari satu komunikator kepada komunikan. 5. Decoding, yakni proses dimana komunikator menyampaikan makna pada simbol yang ditentukan oleh komunikan, 6). Receiver (penerima) yaitu komunikan yang menerima pesan dari komunikator, 7). Respon atau tanggapan dari komunikan setelah menerima pesan disebut sebagai reaksi, 8). Feedback (umpan balik) yang diterima komunikator dari komunikan, dan 9). Noice (kebisingan), didefinisikan sebagai gangguan yang tidak direncanakan, tetapi terjadi selama proses komunikasi, menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator tentang apa pesan yang dimaksudkan.

POLA DAN MODEL KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN

Berbicara tentang pola komunikasi, maka yang dimaksud adalah pola interaksi antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud diterima dan dipahami dengan baik. Ada 3 macam pola komunikasi (Rasmuin, 2019) sebagai berikut:

1. Pola komunikasi satu arah, dimana komunikasi dilakukan oleh komunikator melalui media atau bahkan tanpa menggunakan media, kemudian pesan disampaikan kepada komunikan tanpa adanya timbal balik dari pihak komunikan itu sendiri.
2. Pola komunikasi dua arah, dimana komunikasi dilakukan oleh kedua belah pihak yang sama-sama bertanggung jawab atas berlangsungnya proses komunikasi, didefinisikan sebagai berikut: Komunikator pertama berkomunikasi, kemudian komunikator kedua berkomunikasi dalam cara yang sama seperti komunikator pertama.
3. Pola komunikasi multi arah, artinya dalam proses komunikasi terjadi proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan, dan terjadi pertukaran peran antar komunikator. Akibatnya terjadi percakapan dialogis, dan yang membedakan pola komunikasi multi arah ini adalah ruang lingkupnya, yang melibatkan kelompok dengan jumlah komunikator dan komunikan yang lebih banyak dari biasanya.

Contoh pola komunikasi satu arah misalnya saat para santri atau bahkan masyarakat mengikuti kajian atau ceramahnya kyai melalui channel youtube pondok pesantren, di era digital ini, maka mendorong para kiai untuk terlibat terlibat dalam pola komunikasi ini di mana mereka menyampaikan pesan tausiahnya kepada komunikan tanpa adanya umpan balik secara langsung Pola komunikasi dua arah misalnya Kyai menyampaikan pesan kepada santri secara langsung atau melalui media seperti telepon atau WhatsApp, dan setelah itu pesan tersebut sampai kepada komunikan ia akan menerima umpan balik, sehingga menghasilkan proses komunikasi berlangsung secara interaktif. Sedangkan pola komunikasi multi arah di pondok pesantren biasa terjadi saat musyawarah / bahtsul masail dimana semua peserta musyawarah bisa saling berkomunikasi menyampaikan pendapatnya.

Adapun model komunikasi adalah model konseptual yang digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi manusia dan untuk menggambarkan proses komunikasi dengan menggunakan sejumlah simbol yang berbeda sebagai gambaran ideal tentang apa yang diperlukan agar komunikasi berlangsung secara efektif. (Hidayat, 2017)

1. Model Transaksi

Penerima pesan dapat memberikan umpan balik yang jelas sehingga pesan dapat dipahami oleh pengirim, sesuai dengan model transaksi.

2. Model Ritual dan Ekspresif

Nilai-nilai ibadah dalam pesantren tercermin dalam ritual dan ekspresi yang mereka gunakan untuk mempertahankan ide dan ideologi bersama mereka. Ritual dan ekspresif juga dapat digunakan untuk menggambarkan potongan informasi tertentu. Ini tidak ada hubungannya dengan bagaimana seorang kiai mengajar para ustadz dan santrinya. Ada penekanan pada kepuasan komunikator dalam komunikasi ekspresif.

3. Model Publisitas (opsional)

Sebagai contoh dari model ini, jika komunikan adalah penggemar pengajian di YouTube pesantren, maka dia hanya sebagai pendengar sejati, tanpa koneksi ke komunikator secara langsung. Jika Anda ingin seseorang memperhatikan maka, pertama-tama Anda harus menarik minat mereka dan mendapatkan respons emosional dari mereka.

4. Model Transmisi

Dengan model komunikasi transmisi ini, mental komunikator diubah agar lebih sesuai dengan kebutuhan informasi komunikan (penerima pesan). Untuk menjadi komunikator yang efektif, seseorang harus mampu mendeteksi motivasi yang mendasari seseorang untuk menjadi komunikan. Misalnya, dengan membuat saluran youtube khusus pesantren dengan fokus berita tentang motivasi diri, berita dan hiburan, pendidikan, ekonomi, budaya, dan sejenisnya akan menjadi cara yang bagus untuk melayani kebutuhan warga pesantren dan masyarakat sekitar.

5. Model Resepsi

Model komunikasi resepsi erat kaitannya dengan simbol-simbol, dan bagaimana para ustadz, atau santri menerima simbol-simbol yang disampaikan oleh kyai sebagai komunikator, Untuk berkomunikasi secara efektif, komunikan tidak harus menerima simbol komunikator sebagai ideologi; Sebaliknya, mereka dapat menafsirkan simbol-simbol ini dalam konteks mereka sendiri, memungkinkan pemahaman sikap apa pun, positif atau negatif.

ETIKA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN YANG BAIK

Ketika etika dikaitkan dengan komunikasi, itu menjadi dasar dimana komunikasi antara individu atau kelompok dapat berlangsung. Dalam komunikasi, etika memberikan landasan moral yang mengatur semua sikap dan perilaku individu atau kelompok, sehingga komunikasi dianggap tidak etis tanpa mengikuti etika komunikasi. Pengertian yang dikemukakan di atas mengarah pada kesimpulan bahwa etika komunikasi mengacu pada tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai moral atau standar moral ketika menilai benar atau salah perilaku individu dan kelompok. Seorang muslim percaya bahwa komunikasi harus dilakukan dengan cara yang beradab, dengan sopan santun dan pertimbangan untuk orang lain yang disapa. Dalam hal berkomunikasi dengan orang lain, Islam memberikan landasan yang jelas tentang bagaimana melakukannya. Tata cara berbicara kepada orang lain, misalnya harus membicarakan hal-hal yang positif, menghindari kebohongan, perdebatan yang batil, membicarakan masalah yang rumit, menyesuaikan diri dengan lawan bicara, tidak memuji diri sendiri, dan tidak berpura-pura memuji orang lain dalam kebohongan. (Ariani, 2017; Tukino et al., 2021)

Etika komunikasi tersebut di pondok pesantren tentu sudah diajarkan bahkan langsung dicontohkan oleh para Kyai sebagai pengasuh sekaligus pemimpin pondok pesantren, hal ini tidaklah diragukan sama sekali karena setiap Kyai akan senantiasa berkomunikasi dengan baik terhadap pengurus pondok, dewan asatidz, para santri juga wali santri yang berkesempatan datang (sowan) kepada Kyai. Para santri dididik untuk bertindak dan bersikap sopan santun, utamanya dalam bertutur kata (berkomunikasi) dengan para guru dan orang yang lebih tua sebagaimana diketahui bahwa akhlak di atas ilmu pengetahuan, jadi setinggi apapun ilmunya para santri harus tetap tawadhu' (rendah hati) dan berakhlak mulia.

KESIMPULAN

Komunikasi dan kepemimpinan adalah dua aspek kehidupan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, tidak akan ada kepemimpinan tanpa komunikasi yang efektif, dan sebaliknya, komunikasi yang efektif membutuhkan keterampilan kepemimpinan. Seorang pemimpin terlebih pemimpin pondok pesantren yang dalam hal ini Kyai yang sekaligus menjadi pengasuh pondok pesantren harus menyadari fakta bahwa Beliau sedang diamati oleh orang lain yakni dewan asatidz, para guru yang juga sekaligus diamati oleh para santri yang menjadikannya sebagai contoh yang patut diteladani dalam segala tindak tanduk, sikap, sifat, perbuatan, ucapan dan bahkan aktifitas kesehariannya, baik secara langsung maupun tidak langsung,

Pondok pesantren yang merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia yang hingga saat ini masih eksis dan semoga tetap eksis hingga kiamat tentu salah satunya karena memiliki konsep komunikasi yang baik antara Kyai, Dewan Asatidz, pengurus pondok, para santri, alumni dan wali santri serta masyarakat luas, selain itu juga dengan kepemimpinan Kyai sekaligus pengasuh pondok pesantren yang secara turun temurun mengajarkan dan mendidik para santrinya serta mewariskan keluhuran budi, mengedepankan akhlak yang mulia sehingga disegani dan ditaati oleh para santri dan itu terbawa hingga para santri pulang ke kampung menjadi panutan bagi masyarakat sekitar yang secara tidak langsung dapat menginterpretasikan jiwa kepemimpinan Kyai di pondok pesantren.

REFERENSI

- Ariani, A. (2017). Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Quran. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 11(21).
- Effendy, O. U. (2011). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cetakan ke-23. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hazin, M., Rahmawati, N. W. D., & Shobri, M. (2021). Hak Asasi Manusia Dalam Perspektif Islam Dan Maqashid Al-Syari'ah. *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 101–114. <https://ejurnal.staiha.ac.id/index.php/cendekia/article/view/123>
- Heriyadi, H. (2018). Peran Teori Dalam Studi Komunikasi. *TASĀMUH*, 16(1), 97–118.
- Hidayat, M. (2017). Model komunikasi kyai dengan santri di pesantren. *Jurnal Aspikom*, 2(6), 385–395.
- Ihsani, A. F. A., & Febriyanti, N. (2021). Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial E-ISSN*, 2745, 5920.
- Juliana, I. (2021). *Analisis Peran Keterampilan Mendengar dalam Membangun Hubungan Harmonis dalam Film "Nanny McPhee"*.
- Juliantari, N. K. (2020). Verbal and Nonverbal Communication Creativity In The New Normal Era. *Jayapangus Press Books*, 263–274.
- Kurniawati, E. (2020). Analisis Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Persektif Al-Qur'an. *AL-MUNZIR*, 12(2), 225–248.
- Kusumawati, T. I. (2019). Komunikasi verbal dan nonverbal. *AL-IRSYAD*, 6(2).
- Murtisari, D. (2021). Pesan Moral Edukatif Pada Poster Tulisan Iklan Layanan Masyarakat Di Kota Pekalongan Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 1(1), 593–598.
- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). Komunikasi & public relation. Bandung: CV Pustaka Setia.
- PRATALA, E. (2018). Analisis Fungsi Komunikasi secara Informatif, Regulatif, Persuasif dan Integratif dengan Pelayanan Informasi di Kantor Sekretariat Pd Ibi Provinsi Banten. *Jurnal MoZaiK*, 10(2), 51–60.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyr, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Yuliani, D. R., Widiastuti, A., Qayyim, I., & Djalil, N. A. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.

- Rafii DwiPutra. (2018). Peranan Komunikasi dalam Kepemimpinan. *Kompasiana*.
www.kompasiana.com
- Rasmuin, R. (2019). Pola Komunikasi Kepemimpinan Kepala Sekolah Pada Lembaga Pendidikan Islam Untuk Menciptakan Iklim Kompetitif di SD Islam Al Azhar 31 Yogyakarta. *Andragogi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 57–69.
- Rohman, A. (2007). *Komunikasi dalam al-Qur'an: Relasi Ilahiyah dan Insaniyah*. UIN-Maliki Press.
- Sendjaja, S. D. (2014). Memahami Teori Komunikasi: Pendekatan, Pengertian, Kerangka Analisis, dan Perspektif. *Univeritas Tebruka: Modul Kegiatan Pembelajaran*.
- Susanto, J. (2016). Etika Komunikasi Islami. *Waraqat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 24.
- Tukino, T., Sikumbang, A. T., & Zainun, Z. (2021). Communication Ethics of Da'i in Delivering Da'wah in Rantauprapat City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 12111–12121.
- Widaningsih, R. S. (2019). Perspektif Komunikasi Dalam Islam. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 5(2), 1–12.
- Zainal, V. R., Hadad, M. D., & Ramly, M. (2014). Kepemimpinan dan perilaku organisasi. *Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 37, 26–35.

PROFIL PENULIS



Muwafiqus Shobri, M.Pd.I

Ketertarikan penulis terhadap ilmu agama islam sejak belia, mendorong penulis untuk menempuh pendidikan pesantren; pertama di Pon-Pes Darul Hikmah Meulaboh Aceh Barat, kemudian melanjutkan mondok di Pon-Pes Miftahurrosyad Tebluru Solokuro sambil menempuh Pendidikan formal di MTs Tanwirut Tholibin hingga lulus Madrasah Aliyah Ma'arif 4 Dadapan Solokuro Lamongan dengan memilih Jurusan IPS pada tahun 2005. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Sunan Giri Surabaya pada tahun 2010. kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di prodi dan kampus yang sama dengan sebelumnya pada tahun 2013 dan sekarang tengah melanjutkan studinya dengan menempuh S3 di Universitas Terbuka pada prodi Doktor Administrasi Publik, masuk tahun 2020.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Pendidikan Islam, dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen professional di prodi MPI STAI Hasan Jufri Bawean, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Penulis juga aktif menulis buku terjemahan, di antaranya; almiftah terjemah nadzam kitab imrithi dan almaftuh syair terjemah nadham kitab al maqsud. Disamping pengabdian di lembaga pendidikan, Penulis juga menekuni dunia bisnis afiliasi saham dan multilevel marketing.

Email Penulis: dosensukses@gmail.com

DATA PENGIRIMAN DAN PENGAJUAN HKI

1. Untuk Pengiriman buku cetak, mohon isi data berikut

Nama Penerima : Muwafiqus Shobri
Alamat (lengkap) : Dsn. Daun Barat RT/RW 002/013 Desa Daun, Kec. Sangkapura
Kab. Gresik, Jawa Timur 61181
HP. Aktif : 087853340739

2. Untuk pengajuan HKI, mohon mengisi data berikut sesuai yang tertera pada KTP:

Nama Lengkap: Muwafiqus Shobri

Alamat: Dsn. Daun Barat, **RT/RW:** 002/013, **Kel/Desa:** Daun, **Kec.:** Sangkapura

Kab./Kota: Gresik

Provinsi: Jawa Timur

Kode Pos: 61181

Email: dosensukses@gmail.com

Hp. Aktif: 087853340739

