

Penerapan Prinsip Etika Agama dalam Manajemen Komunikasi Organisasi

Dhiya Abdul Hafiz¹
Universitas Islam 45 Bekasi

Muhammad Ilham Zibrans²
Universitas Islam 45 Bekasi

Ismail Mubarak³
Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi Jalan Cut Mutia Raya No. 83, Margahayu, Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17113, Indonesia

Abstract. *This study aims to provide an explanation of management processes related to actions and activities related to communication management carried out within the organization. This method uses qualitative descriptive methodology. Literature research methods are used. With this method, authors collect data using note-taking techniques to check relevant information, such as books, literature, and other library materials. Elton Mayo's theory of human relations was used in this study. This research gives results that the management process is to carry out communication activities systematically and organized. Since organizational communication is the way all members interact with each other, the existence of an organization is determined by their interactions. As a result, communication management must be implemented to manage these interactions. However, the implementation of management in organizational communication means aligning management functions, namely planning, organizing, directing, and supervising communication with communication within the organization. This function flows from top to bottom within the organization, in the form of tasks, orders, delegation, etc., to ensure that communication goes well and organizational goals are achieved.*

Keywords: *communication ethics, ethical principles, organizational communication management, religious ethics*

Abstract. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang proses manajemen yang berkaitan dengan tindakan dan aktivitas yang berkaitan dengan manajemen komunikasi yang dilakukan didalam organisasi. Metode ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Metode penelitian kepustakaan digunakan. Dengan metode ini, penulis mengumpulkan data menggunakan teknik simak catat untuk memeriksa informasi yang relevan, seperti buku, literatur, dan bahan pustaka lainnya. Teori hubungan manusia Elton Mayo digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini memberi hasil bahwa proses manajemen adalah melakukan aktivitas komunikasi secara sistematis dan terorganisir. Karena komunikasi organisasi adalah cara semua anggota berinteraksi satu sama lain, eksistensi suatu organisasi ditentukan oleh interaksi mereka. Akibatnya, manajemen komunikasi harus diterapkan untuk mengelola interaksi ini. Namun, implementasi manajemen dalam komunikasi organisasi berarti menyelaraskan fungsi manajemen, yaitu merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengawasi komunikasi dengan komunikasi dalam organisasi. Fungsi ini mengalir dari atas ke bawah dalam organisasi, dalam bentuk tugas, perintah, pendelegasian, dan lain-lain, untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan dengan baik dan tujuan organisasi tercapai.

Kata Kunci : etika komunikasi, prinsip etika, manajemen komunikasi organisasi, etika agama

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perencanaan strategis, struktur organisasi, pengelolaan sumber daya manusia, dan evaluasi kinerja adalah beberapa aspek manajemen untuk memastikan hasil yang optimal dari suatu organisasi atau proyek. Manajemen juga melibatkan koordinasi berbagai kegiatan dan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan sumber daya seperti keuangan, tenaga kerja, dan waktu. Metode sistematis yang dikenal sebagai manajemen komunikasi organisasi digunakan untuk mengatur dan memfasilitasi aliran informasi di dalam suatu organisasi. Manajemen komunikasi organisasi mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan komunikasi yang sesuai dengan tujuan dan strategi organisasi. Manajemen komunikasi organisasi mencakup hal-hal seperti penyusunan pesan, pemilihan saluran komunikasi, manajemen konflik, dan upaya untuk menciptakan image yang baik tentang organisasi. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan di mana orang dapat berkomunikasi dengan baik dan saling mendukung.

Prinsip etika agama, terutama dari perspektif Islam, sangat penting untuk manajemen komunikasi organisasi. Dalam komunikasi islam, elemen pesan dan cara diutamakan. Ini termasuk nilai-nilai islam atau risalah, gaya berbicara, dan penggunaan bahasa. Menurut perspektif Islam, etika komunikasi memberikan tentang landasan moral untuk membangun tata susila terhadap perilaku dan sikap seseorang saat berbicara. Etika komunikasi menentukan aturan komunikasi, yang menentukan apakah komunikasi itu etis atau tidak etis.

Komunikasi dalam agama Islam memiliki etika agar orang yang berbicara dapat memahami apa yang disampaikan. Komunikasi islam juga dilihat sebagai upaya untuk membangun hubungan vertikal dengan Allah SWT dan horizontal dengan orang lain.

2. Rumusan masalah

- 1) Bagaimana penerapan prinsip etika agama dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi?
- 2) Bagaimana dampak penerapan prinsip etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi?
- 3) Apakah perbedaan keyakinan agama di organisasi dapat mempengaruhi dinamika komunikasi?

3. Tujuan

Penerapan etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang bermakna, adil, dan berintegritas di dalam organisasi.

Dibawah ini adalah tujuan-tujuan dari penerapan etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi:

- 1) Meningkatkan kemampuan hubungan social dan manajerial
Menjadikan etika sebagai dasar pondasi dalam berkomunikasi yang efektif, sehingga dapat memastikan bahwa komunikasi antara individu menjadi lebih baik.
- 2) Menyampaikan dan menjawab pertanyaan
Menyampaikan dan menjawab pertanyaan dengan baik dapat menciptakan suasana kerja yang produktif dan harmoni.
- 3) Mengubah pola pikir, perasaan, dan Tindakan
Etika menjadi peran penting dalam mengubah pola pikir, perasaan, dan Tindakan individu melalui proses komunikasi, sehingga dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan kreatif.
- 4) Mengurangi konflik
Membantu mengurangi potensi konflik dengan menyediakan panduan moral yang bersifat umum, dan membantu dalam penyelesaian konflik dengan cara yang adil dan etis.
- 5) Meningkatkan integritas moral
Membantu meningkatkan integritas moral individu dan organisasi secara keseluruhan, yang dapat mempengaruhi reputasi dan kredibilitas organisasi.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis pendekatan

Pendekatan Nilai-Nilai Agama:

- 1) Mengintegrasikan nilai-nilai moral dan etika yang dianut oleh agama tertentu ke dalam kebijakan dan praktik komunikasi organisasi.
- 2) Menyusun pedoman komunikasi berdasarkan ajaran agama yang dapat menjadi panduan bagi perilaku yang etis.

Pendekatan Keanekaragaman Agama:

- 1) Mengakui dan menghormati keanekaragaman agama di dalam organisasi.
- 2) Memastikan bahwa komunikasi mendukung toleransi, penghargaan, dan pemahaman terhadap perbedaan keyakinan agama.

Pendekatan Etika Profesional:

- 1) Menerapkan prinsip-prinsip etika agama sebagai bagian dari standar etika profesional dalam komunikasi organisasi.
- 2) Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang penerapan etika agama dalam konteks profesional.

Pendekatan Keterlibatan Karyawan:

- 1) Membangun komunikasi yang melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan, dengan mempertimbangkan perspektif etika agama.
- 2) Mendorong keterlibatan aktif karyawan dalam proses komunikasi dan pengembangan kebijakan.

2. Metode Penelitian

Dari hasil penelitian yang ditemukan, terdapat beberapa metode penelitian yang digunakan dalam penerapan prinsip etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi. Beberapa penelitian menggunakan metode kualitatif, yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data berbentuk narasi serta visual untuk memperoleh pemahaman mendalam dari fenomena tertentu. Metode kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pola komunikasi organisasi dalam membentuk akhlak, menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran, serta menerapkan manajemen etika bisnis Islam pada suatu organisasi. Penelitian kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran yang lengkap tentang proses komunikasi antar mahasiswa dari perspektif etika komunikasi Islam. Dengan demikian, metode kualitatif menjadi pendekatan yang umum digunakan dalam penelitian terkait penerapan prinsip etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi.

PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika

Etika adalah ilmu tentang sikap dan kesusilaan suatu individu dalam lingkungan pergaulannya, serta menjadi pedoman atau asas dalam melakukan perbuatan dan tingkah laku. Etika memiliki beberapa konsep yang berkaitan dengan perilaku manusia, seperti etik, etisa, dan etis. Etika juga mempunyai arti yaitu tentang ilmu yang baik dan yang buruk, serta tentang hak dan kewajiban moral. Etika berhubungan dengan upaya menentukan tingkah laku manusia dan mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti etika Ketika bersosial budaya, etika berpolitik dan pemerintahan, etika ekonomi dan bisnis, etika penegakan hukum yang berkeadilan, etika keilmuan, dan etika lingkungan.

Dalam konteks penerapan prinsip etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi, etika menjadi dasar pondasi dalam berkomunikasi yang efektif, sehingga memastikan bahwa komunikasi antara individu menjadi lebih baik dan efektif. Etika memainkan peran penting dalam menyampaikan atau menerima informasi yang tepat dan akurat untuk membantu mencapai tujuan organisasi.

2. Manajemen Komunikasi Dalam Islam

Manajemen komunikasi dalam Islam mencakup aspek kehidupan umat Muslim yang mencakup komunikasi yang baik dan efektif, yang berbasis pada prinsip etika agama Islam. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam manajemen komunikasi dalam Islam:

- 1) Komunikasi yang baik: Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang berakhlak al-karimah atau beretika, yang berasal dari sumber kepada Al-Quran dan Hadits (Sunah Nabi).
- 2) Qaulan: Qaulan adalah perkataan yang baik, yang santun dan kerendahan hati yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Ada empat jenis Qaulan: Ma'rufa (perkataan yang baik), Tsabit (ucapan yang teguh), Sadid (perkataan yang benar), dan Baliqh (ucapan yang efektif dan efisien).
- 3) Manajemen Komunikasi: Manajemen komunikasi dalam Islam melibatkan pengelolaan sumber daya komunikasi untuk meningkatkan atasan dan kemampuan organisasi.
- 4) Pendidikan Agama Islam: Manajemen komunikasi dalam pendidikan agama Islam melibatkan pengembangan komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti menyampaikan informasi yang tepat dan akurat, serta membantu mencapai tujuan organisasi.
- 5) Penerapan Prinsip Komunikasi Islam: Penerapan prinsip komunikasi Islam dalam organisasi, seperti santri, membantu menciptakan suasana kerja yang lebih baik dan efektif, dengan memastikan bahwa komunikasi antara anggota organisasi menjadi lebih baik dan efektif.

Dalam konteks manajemen komunikasi dalam Islam, etika agama menjadi dasar pondasi dalam berkomunikasi yang efektif, sehingga memastikan bahwa komunikasi antara individu menjadi lebih baik dan efektif. Etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi juga menjadi landasan bagi perwujudan nilai-nilai tersebut dalam berbagai hubungan yang terjadi antar manusia dan lingkungan hidup.

3. Pengertian Organisasi Menurut Agama

Menurut agama, organisasi adalah sebuah interaksi seseorang dalam sebuah wadah untuk mencapai tujuan yang sama. Di dalam Islam juga terdapat prinsip-prinsip yang harus diamalkan dalam berorganisasi. Pertama, prinsip ubudiah atau pengabdian diri terhadap Allah menekankan bahwa setiap kerja yang dilakukan sebagai ibadah. Kedua, prinsip masuliyah menuntut agar anggota organisasi selalu berwaspada dan bertanggung jawab atas tindakan mereka. Ketiga, prinsip itqan menuntut agar anggota mengutamakan kualitas dan produktivitas dalam memberikan pelayanan. Dalam Islam, kepemimpinan dalam sebuah organisasi juga memiliki kriteria yang harus dipenuhi, seperti memiliki akal yang cerdas, sikap amanah yang tinggi, sikap iltizam yang tinggi, sifat jujur, dan rela berkorban yang tinggi.

4. Manajemen Komunikasi Organisasi

Manajemen komunikasi organisasi berkaitan dengan pengakuan pentingnya nilai-nilai moral dan kepercayaan agama dalam membentuk budaya organisasi yang bertanggung jawab dan beretika.

Berikut adalah beberapa poin-poin dari latar belakang dari penerapan prinsip etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi:

1) Kepercayaan dan Kredibilitas:

Menghormati prinsip etika agama dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas organisasi. Ketika komunikasi berdasarkan pada nilai-nilai agama, anggota organisasi dan pemangku kepentingan lainnya cenderung lebih percaya dan merasa dihargai.

2) Landasan Moral

Agama memberikan landasan moral bagi individu dan kelompok. Penerapan prinsip agama dalam komunikasi organisasi membantu menciptakan lingkungan yang berakar pada nilai-nilai moral yang dihormati oleh anggota organisasi.

3) Pemberdayaan Individu

Dapat memberdayakan individu dengan memberikan panduan etika yang kuat dan yang dapat membimbing keputusan dan perilaku.

4) Pengelolaan Konflik

Etika agama dapat memberikan panduan dalam pengelolaan konflik. Komunikasi yang didasarkan pada nilai-nilai agama memiliki potensi untuk menyelesaikan konflik dengan cara yang adil dan damai

5) Keharmonisan Hubungan

Prinsip etika agama juga mendorong keharmonisan hubungan antaranggota organisasi. Pemahaman dan penghargaan terhadap kepercayaan agama masing-masing anggota dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung.

KESIMPULAN

Dalam manajemen komunikasi organisasi Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang berakhlak al-karimah atau beretika, yang berasal dari sumber kepada Al-Quran dan Hadits (Sunah Nabi). Penerapan prinsip etika agama dalam manajemen komunikasi organisasi Islam juga dapat membantu meningkatkan mutu organisasi dengan memastikan bahwa semua anggota organisasi menghargai dan mematuhi aturan etika yang dibuat. Selain itu, dalam organisasi Islam, kepemimpinan merujuk kepada kepribadian dan segenap aspek tindakan yang dimiliki oleh pemimpin, yang harus memiliki sifat fatanah atau akal yang cerdas, sikap amanah yang tinggi, sikap iltizam yang tinggi, sifat Ash-Shiddiq atau jujur, dan sifat rela berkorban yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- M. Aminulah, "Etika Komunikasi dalam Al-Quran," *Jurnal Al-Bayan*, vol. 25, no. 1, 2019.
- Joko Susanto, "ETIKA KOMUNIKASI ISLAMI," *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, vol. 1, no. 1, 2020, doi: 10.51590/waraqat.v1i1.28.
- Institut Tazkia, "Prinsip & Etika Bisnis Islam," *Buku Ajar Prinsip & Etika Bisnis Islam: Berbisnis sesuai Panduan Syariah*. 2021.
- T.- Rachman, "Etika Komunikasi Islam dalam Berbagai Perspektif (Intrapersonal, Interpersonal dan Kelompok Kecil)," *Hikmah*, vol. 16, no. 1, 2022, doi: 10.24952/hik.v16i1.5599.
- T. T. N. Aurellia, "Pengertian Etika: Macam-Macam Etika & Manfaat Etika," *Gramedia Blog*, 2022.
- E. Ermansyah, "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM," *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, vol. 5, no. 2, 2022, doi: 10.56184/jkues.v5i2.133.
- D. Lorenza, A. Bakar, L. S. Masyhur, and S. Saifullah, "MENJAGA ETIKA BERAGAMA Fungsinya dalam Kehidupan Masyarakat Multi Agama dan Budaya," *Nusantara; Journal for Southeast Asian Islamic Studies*, vol. 18, no. 1, 2022, doi: 10.24014/nusantara.v18i1.18456.
- N. Nizar, "HUBUNGAN ETIKA DAN AGAMA DALAM KEHIDUPAN SOSIAL," *Jurnal Arajang*, vol. 1, no. 1, 2018, doi: 10.31605/arajang.v1i1.44.

- F. Hasmawati and A. Alias, "Strategi Komunikasi Dalam Manajemen Pengembangan Organisasi," *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 5, no. 2, 2022, doi: 10.19109/yonetim.v5i2.15204.
- F. Fauzi, Z. Iba, and S. Sutoyo, "IMPLEMENTASI MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI," *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, vol. 10, no. 2, 2021, doi: 10.37598/jimma.v10i2.896.
- E. Yunus, "Manajamen Strategis," Penerbit Andi, 2016.
- J. K. Ismail et al., *Pengantar Manajemen*. 2022.
- E. Pujianti, "Etika Dalam Pendidikan Agama Islam," *Jurnal Mubtadiin*, vol. 8, no. 1, 2022.
- Surajiyo, "Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis," *Senada*, vol. 6, 2023.
- F. Faridah, "Komunikasi Dalam Interaksi Sosial (Analisis Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam)," *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 1, no. 1, 2019, doi: 10.47435/retorika.v1i1.247.