

GAYA KOMUNIKASI ISLAMI PIMPINAN DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK KE DAYAH MISBAHUR RASYAD ACEH TAMIANG

Mawardi Siregar¹, Muhammad Mukhlis ², Nuriah³

^{1,2,3}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Langsa
Email: sipirokpbujur76@gmail.com^{1✉}

Abstract

The Scholars have emphasized the bulk of studies on communication styles from a general communication perspective. This article looks at the Islamic communication style from a new angle to see how it may help an institution gain public confidence and improve its reputation. The Data was gathered through in-depth interviews with carefully chosen informants, as part of a qualitative study. The collection of interview guidelines is intended to make the interviews more structured and oriented toward the targeted research goals. Additionally, for data collected during the study, repeated observations at the research location are a possibility. To complete the essential data, relevant documents are also used. Using Hamid Mowlana's notion of Islamic communication, this study demonstrates that the leadership's Islamic communication style has an influence on the institution's reputation because leaders and members are able to develop communication that is more dynamic, humanistic, and promotes civility. The results of this study also show that the Islamic communication style can increase public trust in sending their children to the boarding school of Misbahur Rasyad Al-Aziziyah.

Keyword: *Communication style, Islamic Communication, leadership, public interest.*

Abstrak

Mayoritas studi tentang gaya komunikasi selama ini banyak disoroti para sarjana dari perspektif komunikasi umum. Artikel ini tampil dari perspektif berbeda untuk melihat gaya komunikasi Islami dalam menarik kepercayaan masyarakat, sehingga reputasi lembaga semakin bagus. Didesain dalam bentuk penelitian kualitatif, data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dengan informan yang dipilih secara purposive. Daftar panduan wawancara digunakan agar wawancara lebih sistematis dan terarah sesuai dengan tujuan penelitian yang diinginkan. Selain itu, observasi secara berulang-ulang di lokasi penelitian juga menjadi pilihan pengumpulan data selama penelitian berlangsung. Dokumen yang relevan juga digunakan untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Dengan menggunakan konsep komunikasi Islami dari Hamid Mowlana, tulisan ini mengungkap bahwa gaya komunikasi Islami pimpinan berdampak pada peningkatan reputasi lembaga karena antara pimpinan dan anggota mampu menciptakan komunikasi yang lebih dinamis, manusiawi dan mengedepankan keadaban serta mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke dayah Misbahur Rasyad Al-Aziziyah.

Kata kunci: *Gaya komunikasi, komunikasi Islami, pimpinan, minat masyarakat.*

A. Pendahuluan

Gaya komunikasi adalah seperangkat kemampuan dan keterampilan berkomunikasi secara verbal maupun nonverbal yang dimiliki oleh seseorang, dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan orang lain (Fajrie, 2016:14). Setiap orang memiliki gaya dan kemampuan berkomunikasi yang berbeda-beda (Keteyian, 2010:90). Dalam menjalin hubungan baik dengan orang lain, gaya dan kemampuan komunikasi tersebut amat sangat penting. Gaya komunikasi akan berproses sesuai dengan situasi dan kondisi dimana komunikasi itu dilakukan dan siapa yang menjadi sasaran komunikasinya. Gaya komunikasinya turut pula dipengaruhi oleh lingkungan, tempat, frekuensi komunikasi yang dilakukan dan juga perbedaan bahasa dan juga orang yang menjadi sasaran komunikasi (Jackson, 2014:250; Knapp *et al.*, 2014:100).

Gaya komunikasi juga menjadi kekhasan bagi seorang pemimpin dalam mengelola satu lembaga. Itulah sebabnya, kemampuan memimpin sering pula dikaitkan dengan kemampuan berkomunikasi kepada bawawah (Fairhurst and Connaughton, 2014:401). Memimpin satu lembaga dengan baik belum tentu bisa dilakukan oleh semua orang karena tidak semuanya memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Kualitas, kemampuan dan kecerdasan yang dimiliki setiap individu menjadi pembeda yang mengakibatkan seseorang layak atau tidak layak menjadi pimpinan dalam satu lembaga (Zainal *et al.*, 2014:2). Gaya komunikasi pimpinan pada satu lembaga menjadi amat sangat penting dalam menumbuhkan kepercayaan pada masyarakat. Pempimpin melakukan gaya komunikasi yang bervariasi untuk mengatur bawahannya ataupun untuk menarik kepercayaan orang lain di luar lembaga, sehingga reputasi lembaga semakin meningkatkan. Itulah sebabnya reputasi lembaga sangat dipengaruhi oleh dinamika gaya komunikasi pimpinannya (Jamal and Bakar, 2017:1).

Riset tentang gaya komunikasi pimpinan sejak waktu yang cukup lama sudah banyak dijadikan sebagai bahan kajian oleh para sarjana. Ada yang membandingkan kepuasan yang diperoleh bawahan terhadap pimpinan yang menerapkan gaya komunikasi vertikal dan komunikasi dua arah (Baker and Ganster, 1985:242), ada yang melihat gaya komunikasi dalam kaitannya dengan gaya kepemimpinan (Pranansa *et al.*, 2018:63). Kesantiaian, sportifitas, keramahan, dan keterbukaan

menjadi tolok ukur kompetensi gaya komunikasi (Jones *et al.*, 1986:1224). Dalam beberapa kesempatan, para sarjana juga mulai memokuskan orientasi kajiannya pada gaya komunikasi yang berkaitan dengan *trust* (kepercayaan), dan juga politik (Casero-Ripollés *et al.*, 2017:1). Bahkan gaya komunikasi pemimpin merupakan identitas yang muncul sejak jadi pimpinan (London and Sherman, 2021:322). Bahkan beberapa penelitian mutakhir menunjukkan bahwa komunikasi pemimpin dapat meningkatkan kinerja tim dalam mengoptimalkan kinerja (Newman *et al.*, 2020:2). Penelitian terkait juga menunjukkan bahwa gaya komunikasi mampu meningkatkan reputasi lembaga (Stavrinoudis and Chrysanthopoulou, 2017:1; Wang *et al.*, 2020:5).

Kajian yang dilakukan para peneliti, baik dalam maupun luar negeri umumnya melihat gaya komunikasi pimpinan dari perspektif komunikasi umum (Barat). Penelitian tentang gaya komunikasi Islami belum banyak mendapat perhatian dari kalangan sarjana. Utamanya pascapenerapan syariat Islam pada masyarakat Aceh, tema terkait gaya komunikasi Islami pemimpin masih sangat langka karena luput dari perhatian para sarjana. Sebab itu, kajian ini sangat penting ditampilkan sehingga terlihat jelas urgensi penerapan gaya komunikasi Islami yang dilakukan oleh pimpinan dalam meningkatkan reputasi lembaga. Gaya komunikasi Islami dilakukan oleh pimpinan Dayah Misbahur Rasyad Al-Aziziyah Aceh Tamiang dan selanjutnya disebut Dayah MISRA untuk meningkatkan reputasi lembaga.

Dayah MISRA adalah lembaga pendidikan yang mengelola tingkat Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) dan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Tujuan pembukaan Dayah MISRA tidak hanya untuk mempelajari ilmu-ilmu umum, tetapi menekankan juga pada kemampuan hafal Al Qur'an (*tahfiz*). Dayah MISRA resmi menerima santri sejak Tahun Ajaran 2018/2019, yaitu sebanyak 32 orang. Pada Tahun Ajaran 2019/2020 santri yang masuk ke Dayah MISRA sebanyak 100 orang, dan pada Tahun Ajaran 2020/2021 sebanyak 417 orang. Pada tahun ajaran 2020/ 2021 Dayah MISRA juga mulai membuka SMK Tahfiz dan santri yang mendaftar sebanyak 52 orang. Terjadinya peningkatan jumlah santri mengindikasikan efektifnya penerapan gaya komunikasi Islami pimpinan dayah tersebut.

Berkaitan dengan fenomena tersebut, artikel ini akan mencoba mendeskripsikan secara mendalam gaya komunikasi Islami pimpinan dalam menarik kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anak ke Dayah MISRA. Selanjutnya pada bagian kedua dideskripsikan implikasi penerapan gaya komunikasi Islami terhadap reputasi lembaga. Pada akhirnya, tulisan ini menguatkan argumen bahwa gaya komunikasi Islami turut meningkatkan reputasi lembaga sehingga masyarakatpun semakin percaya dan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya ke Dayah MISRA. Kajian ini sekaligus menguatkan pandangan, bahwa nilai-nilai ketauhidan, ketakwaan dan orientasi keummatan sebagai dasar komunikasi Islami yang bersumber pada Al Quran dan Hadis, dapat menciptakan hubungan baik antara sesama manusia dan juga antara manusia dengan Tuhan (Mowlana, 1993:9; Yusoff, 2016:12).

B. Landasan Teori

Kajian ini didasari oleh argumen bahwa pesan-pesan yang disampaikan kepada orang lain tidak terlepas dari cara mengkomunikasikannya dengan baik. Cara penyampain itulah yang disebut dengan istilah gaya komunikasi dan setiap orang memilikinya. Keunikan-keunikan gaya komunikasi menjadi pembeda diantara masing-masing individu. Pada prinsipnya gaya komunikasi yang didefinisikan para pakar menggambarkan cara seseorang menyampaikan pesan secara verbal maupun nonverbal kepada orang lain sehingga lebih mudah berinteraksi dan lebih luwes dalam membangun hubungan interpersonal (Liliweri, 2017:253). Jadi gaya komunikasi merupakan kemampuan seseorang mengkolaborasikan antara ucapan lisan dengan unsur lain, seperti nada suara, gesture tubuh, pemilihan kata, penguasaan terhadap situasi dan kondisi komunikasi, sehingga dapat mendorong terwujudnya komunikasi yang efektif.

Secara teoritis, gaya komunikasi dijelaskan para pakar dalam bentuk yang berbeda-beda. Ditilik dari konteks komunikasi interpersonal, gaya komunikasi secara umum dibagi tiga. *Pertama*, gaya komunikasi pasif, yaitu cenderung menghindari keterbukaan dan lebih memilih diam dalam menyikapi sesuatu. *Kedua*, gaya komunikasi agresif, yaitu lebih memilih berbicara dari pada diam. Artinya, gaya komunikasi kedua ini lebih menunjukkan keberanian dan lebih lantang. *Ketiga*, gaya komunikasi asertif, yaitu lebih mengedepankan kewibawaan dan harga diri, sehingga

dalam menyikapi sesuatu dilandaskan pada ketenangan, ketegasan dan berlandaskan argumen yang jelas (Liliweri, 2017:255). Perspektif komunikasi organisasi, gaya komunikasi dibagi kepada enam macam. *Pertama*, disebut dengan istilah *controlling style*, yaitu lebih kepada arah pembatasan dan pengendalian terhadap anggota organisasi. *Kedua*, disebut dengan istilah *equalitarian style*, yaitu gaya yang dilakukan dalam bentuk dua arah dan tujuannya adalah untuk menyeimbangkan pesan-pesan, agar terwujud kesamaan dalam memaknai pesan yang disampaikan. *Ketiga*, *structuring style*, yaitu penyampaian pesan dilakukan sesuai dengan struktur pada satu lembaga. *Keempat*, *dynamic style*, yaitu gaya komunikasi yang sifatnya dinamis, cenderung agresif karena orientasinya pada tindakan. *Kelima*, *relinquishing style* yaitu gaya komunikasi yang sifatnya akomodatif dan terbuka. *Keenam*, *the withdrawal style* yaitu gaya komunikasi yang cenderung melepaskan diri dari tanggung jawab (Silviani, 2020:110).

Gaya komunikasi dalam konteks interpersonal maupun organisasi, demikian juga gaya komunikasi kelompok sangat penting dilakukan oleh seorang pemimpin, karena dalam satu organisasi terdapat sejumlah orang yang beragama karakternya. Komunikasi kelompok merupakan saluran penyampaian pesan yang dapat dilakukan dalam kelompok kecil maupun kelompok besar. Diantara bentuk komunikasi kelompok misalnya *breafing*, *fokus group discussion* dan sebagainya. Melalui komunikasi kelompok, pesan dapat dikelola dengan baik sehingga masing-masing anggota kelompok memahami tujuan bersama yang ingin diwujudkan (Dyatmika, 2020:51). Untuk mengelola keragaman dengan baik sehingga menjadi potensi besar bagi organisasi, tentu menuntut kemampuan komunikasi yang baik pula. Kemampuan berkomunikasi dapat dikembangkan melalui pelatihan-pelatihan yang berkesinambungan. Pelatihan-pelatihan yang berorientasi pada penguasaan kemampuan komunikasi dapat melahirkan pemimpin organisasi yang transformatif, kreatif dan profesional. Bahkan perubahan sosial di masyarakat dapat dimulai dari kepemimpinan yang terlatih (Ryan *et al.*, 2020:296).

Gaya komunikasi adalah citra diri yang dapat dikelola dengan baik, sehingga sedapat mungkin menarik perhatian orang lain. Gaya komunikasi merupakan ekspresi kepribadian yang dicerminkan melalui komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi orang lain (Saphiere *et al.*, 2005:5). Sebagai ekspresi kepribadian,

gaya komunikasi dalam pandangan Islam tetap harus dilakukan dengan prinsip-prinsip yang beretika. Berkaitan dengan itu, maka gaya komunikasi Islami dalam kajian ini dikonseptualisasikan sebagai gaya komunikasi pimpinan dalam melakukan komunikasi beretika yang dilandaskan pada prinsip-prinsip Al Quran dan Hadis.

Beberapa prinsip gaya komunikasi yang lazim dianjurkan dalam praktik komunikasi Islam antara lain, komunikasi dilakukan untuk menggembarakan, penuh keramahan, santun, kelemahlembutan, berkata jujur, menghargai, memuliakan, dan tidak menjatuhkan harga diri orang lain (Fahmi, 2019:339). Prinsip-prinsip yang disebutkan mengindikasikan bahwa gaya komunikasi Islam menempatkan manusia pada posisi terhormat, sehingga tujuan dari proses komunikasi itu pada akhirnya adalah memanusiakan manusia. Salah satu yang bisa dilakukan dalam mewujudkan hal yang demikian adalah saling menghargai pada saat berkomunikasi. Kuatnya saling menghormati dan menghargai digambarkan pada pengalaman gaya komunikasi yang umum dikembangkan dan membudaya pada masyarakat Jepang (Verderber and Macgeorge, 2016:90).

Gaya komunikasi dalam perspektif Islam adalah seperangkat pendekatan komunikasi yang khas. Kekhasannya dilakukan secara sistematis dengan pendekatan Islami, sehingga proses komunikasi yang dilakukan berkontribusi pada pemunculan ide-ide Islami yang dapat menjadikan orang semakin percaya terhadap apa yang disampaikan. Itulah sebabnya pimpinan agama sering menggunakan pendekatan agama untuk mempengaruhi cara berpikir masyarakat. Pendekatan-pendekatan-pendekatan religius, dapat mempengaruhi pola pikir, kepercayaan, bahkan tindakan masyarakat (Bahrudin *et al.*, 2021:101). Gaya komunikasi yang didasarkan pada prinsip dan etika inilah yang membedakan komunikasi Islam dengan komunikasi Barat yang dikembangkan sesuai empirisme dan mengabaikan normativisme (Mowlana, 1993:13; Tehranian, 1991:44). Prinsip ini sekaligus yang menjadi kekhasan dari komunikasi Islam itu sendiri, karena landasan filosofisnya didasarkan pada nilai-nilai Al Quran dan Hadis (Hefni, 2017:14).

Gaya komunikasi yang prinsipnya didasarkan pada etika dan keadaban seperti yang disebutkan di atas, menjadi sangat penting bagi seorang pemimpin dalam meningkatkan reputasi lembaga yang dipimpinnya. Gaya komunikasi yang demikian, bahkan lebih luas kemanfaatannya. Tidak hanya bagi peningkatan reputasi

lembaga *an sich*, tetapi gaya komunikasi yang dilandaskan pada etika dan keadaban berperan penting dalam mengukuhkan keutuhan bangsa dan negara (Nazaruddin and Alfiansyah, 2021:77). Tentu gaya komunikasi yang dilakukan sangat erat juga kaitannya dengan bahasa-bahasa yang digunakan, karena bahasa merupakan cerminan budaya dan watak seseorang (Bustomi, 2019:103).

Dalam berkomunikasi, terdapat beberapa gaya bahasa yang digunakan. Antara lain, *pertama*, gaya bahasa resmi, yaitu komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata baku, dan terkonsep dengan baik. Biasanya, bahasa yang seperti ini digunakan pada acara-acara resmi. *Kedua*, gaya bahasa tidak resmi yang digunakan dalam kegiatan-kegiatan tidak resmi dan kata-katanyapun tidak baku. Umumnya gaya bahasa ini digunakan dalam berbagai kesempatan, seperti ngobrol bersama teman, berbicara dengan karyawan di luar kantor dan sebagainya. *Ketiga*, gaya bahasa repetisi, yaitu dimaknai sebagai pengulangan kata-kata, karena dianggap sangat penting dan makna-makna pesan yang disampaikan sangat penting. *Keempat*, gaya bahasa retorik adalah bahasa yang diucapkan dengan tujuan untuk menggugah orang lain. Biasanya ini digunakan untuk meyakinkan orang lain sehingga diksi yang dipilihpun lebih bersifat rasional. *Kelima*, gaya bahasa kiasan yang dilakukan untuk membandingkan satu informasi dengan informasi lainnya sehingga pesan bisa lebih dipahami oleh orang yang menerimanya (Keraf, 2007:117).

C. Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah kualitatif karena tujuannya untuk menganalisis objek yang diteliti secara riil dan pelaporannya disampaikan secara utuh, terperinci dan sistematis (Kriyantono, 2014a:56). Data penelitian ini terdiri dari jenis, yaitu data primer dan sekunder. Dua jenis data tersebut dikumpulkan melalui wawancara mendalam selama rentang waktu bulan November sampai bulan Desember 2021 dengan informan yang dipilih secara *purposive sampling* dan kemudian ditetapkan sebagai informan kunci. Penetapan informan didasari oleh pertimbangan keterwakilan, ketokohan dan peran yang dimainkan oleh masing-masing informan. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilihlah informan sebanyak 5 orang yang mewakili masing-masing unsur. *Pertama*, mewakili dari unsur pimpinan Dayah MISRA yang langsung dipilih adalah Mudir atau Kepala Dayah MISRA (Buya Nurmiswari, S,Ag, M.HI). *Kedua*, tokoh masyarakat yang diwakili oleh Kepala Desa Benua Raja

(Suyono). *Ketiga*, mewakili guru dipilih satu orang (Intan Syahraini). *Keempat*, satu orang mewakili pegawai tata usaha Dayah MISRA (Jusandi). *Kelima*, dari wali santri yang diwakili oleh ketua komite (Kamaliah). Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan daftar panduan wawancara, sehingga kegiatan wawancara lebih sistematis, fokus dan terarah.

Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara mengobservasi secara berulang-ulang aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Dayah MISRA di lokasi penelitian dan juga di luar lokasi penelitian. Untuk memperkaya data, penggunaan dokumen juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pengumpulan data penelitian ini. Keseluruhan data yang dikumpulkan dari lapangan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan model interaktif (*interactive model of analysis*), yang dimulai dari mereduksi, menyajikannya sampai kepada penarasan dan penarikan kesimpulan (Miles *et al.*, 2014:22). Untuk menguji validitas data digunakan teknik triangulasi sumber, yaitu data wawancara, observasi dan dokumen dibandingkan, sehingga datanya benar-benar valid dan selanjutnya dideskripsikan secara mendalam (Manzilati, 2017:95)

D. Hasil dan Pembahasan

Gaya Komunikasi Islami Pimpinan Dayah MISRA

Dayah MISRA merupakan salah satu pesantren tahfiz yang didirikan pada tahun 2017, dan beroperasi sejak tahun 2018 serta beralamat di Desa Benua Raja, Aceh Tamiang. Dayah yang di pimpin oleh Tengku Nurmiswari ini sudah melekat di hati masyarakat karena reputasinya sangat bagus. Reputasi lembaga ini tidak terlepas dari gaya komunikasi Islami yang diterapkan oleh pimpinannya, sehingga dinamika perkembangan lembaga dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Berdasarkan observasi yang dilakukan, gaya komunikasi Islami yang diterapkan pimpinan ditujukan ke dalam lembaga, dan ke luar lembaga.

1. Gaya Komunikasi Islami ke Dalam Lembaga

Gaya komunikasi ke dalam lembaga, ditujukan kepada seluruh elemen yang berkaitan dengan lembaga, seperti tenaga pendidik, tenaga kependidikan, dan santri. Gaya komunikasi Islami di dalam lembaga dilakukan dengan pendekatan komunikasi yang tegas, familiar dan kekeluargaan. Dalam konteks komunikasi Islam, ketegasan atau disebut dengan istilah *qawlan sadida* amat sangat penting dilakukan

agar program yang sudah dicanangkan oleh lembaga berjalan dengan baik dan fokus dalam mewujudkan orientasi keunggulan di masa yang akan datang. Seperti yang informasi yang diperoleh dari hasil wawancara;

Pada prinsipnya, sebagai pimpinan kepada bawahan saya senantiasa tetap bersikap tegas, meskipun di sekolah ini rasanya kita semua satu keluarga. Tetapi dalam bekerja, kalau perintah-perintah tidak disampaikan dengan tegas, bisa jadi bawahan akan menjalankan pekerjaannya seperti acuh tak acuh. Akibatnya nanti, apapun yang diprogramkan tidak akan tercapai dengan baik. Namun demikian, ketegasan yang dilakukan bukan berarti kita menganggap bahwa mereka adalah buruh yang harus diperlakukan semena-mena. Kita tetap melakukan komunikasi yang lemah lembut, menjaga hubungan baik, karena pada prinsipnya lembaga ini didirikan atas dasar ingin bersama-sama mendidik generasi yang cerdas, berilmu dan bertakwa di masa yang akan datang. Itulah sebabnya, kita tetap dalam jalinan kekeluargaan, tetapi dalam bekerja tetap mematuhi SOP (*Hasil Wawancara Dengan Buya Nurmiswari, Mudir Dayah MISRA, November 2021*).

Lembaga pendidikan, seperti halnya Dayah MISRA merupakan organisasi yang sangat penting bagi masyarakat. Visinya jauh ke depan untuk mempersiapkan produk berupa manusia yang kuat dari sisi keilmuan dan juga keimanannya. Tentu mengelola pendidikan membutuhkan pemimpin yang kuat dan juga tegas, agar visi pendidikan yang diinginkan terwujud. Ketegasan bukan berarti bertindak semena-mena. Ketegasan dimaknai sebagai keprofesionalan agar organisasi yang kuat terwujud. Sebagaimana yang digambarkan bahwa lembaga pendidikan yang maju tidak terlepas dari konsistensi sikap pimpinan yang tegas dalam menegakkan peraturan dan menjalankan program yang sudah dicanangkan (Nurhalim, 2019:161).

Gaya komunikasi merupakan komponen yang menyatu pada diri seorang pemimpin. Gaya komunikasi yang diterapkan turut menentukan kemajuan satu lembaga. Di Dayah MISRA Aceh Tamiang, gaya komunikasi yang terbuka menjadi satu prinsip yang diterapkan oleh pimpinan kepada bawahan. Menjadi hal yang biasa dalam rapat-rapat guru, seluruh komponen dilibatkan dalam membicarakan masa depan kemajuan dayah. Gaya komunikasi inilah yang disebut dengan istilah *equalitarian style*, karena komunikasi pimpinan dilandaskan pada kesatuan visi dan misi, serta pandangan bahwa pengembangan lembaga sebagai tanggung jawab bersama. Secara struktural, seluruh elemen diberdayakan untuk mendorong semakin eksisnya Dayah MISRA di tengah-tengah masyarakat. Kondisi ini paralel dengan yang digambarkan, bahwa semakin terbuka gaya komunikasi yang dilakukan oleh

pimpinan kepada bawahan, akan semakin inovatiflah anggota organisasi tersebut dan kinerja mereka juga akan semakin efektif (Wang *et al.*, 2020:1060).

Keterbukaan komunikasi pimpinan dengan bawahan, menunjukkan bahwa pimpinan tidak melakukan pekerjaan sendiri-sendiri (*one man show*). Fakta ini juga menguatkan, bahwa pimpinan Dayah MISRA juga menerapkan gaya komunikasi struktural (*structuring style*). Sebagaimana informasi yang disampaikan seorang informan;

Selama bekerja sebagai guru di Dayah MISRA ini, kami selalu dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan pembinaan santri, kegiatan yang juga sifatnya pengembangan lembaga. Disini lebih mengedepankan asas kepercayaan dan kebersamaan sehingga kita juga sebagai bawahan dapat bekerja dengan senang hati. Kita meerasa ada kepuasan tersendiri, karena pimpinannya familiar dan senantiasa melibatkan guru-guru dalam diskusi-diskusi pengembangan lembaga. Abiya sebagai pimpinan, memberikan tugas sesuai dengan struktur kerja masing-masing,. Abiya juga memberikan arahan-arahan yang jelas dan tegas agar tugas tersebut dilaksanakan dengan serius, tulus dan ikhlas karena yang di didik adalah santri-santri penghafal Al Quran (*Hasil Wawancara Dengan Intan Syahraini Guru Dayah MISRA, November 2021*).

Penerapan gaya komunikasi yang melibatkan semua elemen atau yang disebut dengan istilah *structuring style* dapat mendorong kepuasan kerja bagi bawahan. Pengalaman gaya komunikasi struktural dalam konteks Dayah MISRA bukan bersifat instruktif atau otoriter. Struktural dimaknai dengan pelibatan seluruh guru dengan mempertimbangkan tugas dan jabatan masing-masing, sehingga guru-guru merasa dirinya dihargai. Penerapan gaya pimpinan yang diambarkan pada Dayah MISRA dapat memotivasi guru untuk bekerja lebih optimal, karena guru merasa memiliki kepuasan tersendiri ketika pimpinan melibatkan mereka dalam berbagai bentuk aktivitas pengembangan lembaga. Pelibatan karyawan dalam pengembangan lembaga dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kerja, sebagaimana survey yang digambarkan pada 93 orang karyawan di daerah Tangerang dan Cilegon (Noercahyo *et al.*, 2021:296).

Gaya komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan Dayah MISRA, juga menjadi salah satu ciri pemimpin transformasional. Kepemimpinan transformasional digambarkan sebagai seorang pemimpin komunikatif yang selalu memotivasi bawahan. Komunikasi dan motivasi yang dilakukan dengan bawahanpun cenderung berorientasi pada perubahan-perubahan yang sesuai dengan tuntutan situasi dan

kondisi (Mi *et al.*, 2019:9). Dalam perspektif komunikasi Islam, gaya komunikasi pimpinan dengan bawahan yang digambarkan dalam konteks Dayah MISRA adalah gaya komunikasi yang dibangun atas dasar keinginan saling menghargai (Al Baqarah: 213), menghormati (QS. An Nisa':86) dan memuliakan (Q.S: Al Isra': 17). Pada prinsipnya, tiga ayat yang disebutkan mengatur tata ideal komunikasi ataupun hubungan sosial diantara sesama manusia. Tata ideal inilah yang mencirikan kekhasan gaya komunikasi Islam, baik dalam praktik komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi dan juga komunikasi massa.

Tata ideal gaya komunikasi Islam merujuk pada nilai-nilai universal kemanusiaan yang memandang manusia sebagai kesatuan umat (Mowlana, 1993). Nilai-nilai keuniversalan komunikasi Islam diletakkan pada asas etika komunikasi, yang merujuk pada Al Quran dan Hadis. Maka wujud dari gaya komunikasi dalam perspektif Islam selalu merujuk pada Al Quran dan hadis, sehingga secara keseluruhan akan diukur dengan nilai baik-tidak baik, pantas-tidak pantas, kemanfaatan-kemudharatan, wajar dan tidak wajar dipraktikkan saat komunikasi dilakukan. Maka komunikasi yang menyebabkan kemudharatan, melanggar nilai-nilai kemanusiaan, menyebabkan keburukan, bukan bagian dari komunikasi Islam (Hefni, 2017:13). Kemampuan berkomunikasi (*al bayan*) yang diberikan Tuhan kepada manusia, menuntut agar dilakukan dengan nilai-nilai etis, agar terjalin hubungan sosial yang baik di antara sesama manusia. Makna-makna etis tersebutlah yang diajarkan oleh Al Quran dan Hadis dalam praktik komunikasi Islam (Marwah, 2021:10).

2. Gaya Komunikasi Islami ke Luar Lembaga

Membangun relasi dengan pihak lain di luar organisasi, mutlak harus dilakukan oleh seorang pimpinan jika lembaganya ingin keberlanjutan. Itulah sebabnya, di lembaga-lembaga yang sudah maju, komunikasi ke luar lembaga dilakukan oleh satu divisi tugas yang disebut humas. Tugasnya adalah untuk membangun opini publik terhadap lembaga, sehingga orang bisa tertarik pada lembaga tersebut (Afkarina, 2018:50). Dalam konteks Dayah MISRA, komunikasi ke luar lembaga, selain dilakukan oleh divisi humas, dilakukan juga secara langsung oleh pimpinan. Namun dari segi intensitas komunikasinya, divisi kehumasan Dayah MISRA belum bekerja secara optimal, terutama dalam memanfaatkan perkembangan

teknologi informasi sebagai media sosialisasi keberadaan dayah tersebut.

Pengetahuan masyarakat terhadap Dayah MISRA lebih banyak diperoleh mereka secara langsung dari pimpinan dayah yang ketokohnya sudah dikenal luas di masyarakat. Ketokohan itu jugalah yang dimanfaatkan oleh pimpinan Dayah MISRA untuk membangun jaringan komunikasi ke luar lembaga, misalnya memperkenalkan dayah kepada pemerintah dalam pertemuan-pertemuan formal. Demikian juga ke masyarakat, komunikasi Islami dilakukan pimpinan Dayah MISRA pada saat mengisi kegiatan-kegiatan dakwah. Namun demikian, dalam konteks kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang, ketokohan *an sich* tidak cukup untuk diandalkan dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang lebih kompetitif. Beradaptasi dengan perubahan, merupakan tuntutan yang harus disahuti oleh pimpinan pesantren, agar keberadaan pesantren semakin mendapat posisi istimewa di hati masyarakat (Jamaluddin, 2012:127).

Komunikasi Islami pimpinan Dayah MISRA pada saat di dalam maupun di luar lembaga dipraktikkannya secara konsisten. Komunikasi Islami tersebut berlangsung secara intensif, karena pimpinan Dayah MISRA pun termasuk salah seorang penceramah yang sering diundang masyarakat ke pengajian-pengajian. Konsistensi penerapan gaya komunikasi Islami tersebut dilakukan juga oleh pimpinan pada pertemuan formal maupun nonformal. Sebagaimana dijelaskan oleh seorang informan;

Mudir Dayah MISRA adalah orang yang memiliki karakter kepemimpinan yang bagus. Hubungannya dengan masyarakat sekitar sangat bagus, demikian juga dengan masyarakat di tempat lain. Dayah MISRA sudah terkenal, karena pimpinannya Buya Nurmiswari adalah seorang penceramah terkenal yang sering mengisi pengajian diberbagai tempat. Komunikasinya dengan masyarakat sangat ramah. Kepada karyawan-karyawan juga beliau sangat akrab. Pandai memimpin, pandai memotivasi bawahannya, dan pengetahuan Islamnya juga sangat bagus. Bahkan santri-santrinya betah di dayah, karena buya sangat dekat dengan santrinya (*Hasil Wawancara Dengan Suyono, Tokoh Masyarakat, Kepala Desa Benua Raja, November 2021*).

Menurut pengamatan yang dilakukan, konsistensi pimpinan Dayah MISRA menerapkan gaya komunikasi Islami tidak terlepas dari latar belakangnya sebagai pimpinan dayah dan juga sebagai seorang pendakwah, sekaligus sosok yang dibesarkan dalam tradisi pesantren. Gaya komunikasi tersebut menjadi karakter, dan kekhasannya sebagai pimpinan pesantren yang turut mewarnai gaya komunikasinya

di dalam dan di luar dayah. Sebagaimana disebutkan London dan Sherman (2021:322), gaya komunikasi menjadi karakter dan bahkan menjadi identitas pribadi seseorang.

Gaya komunikasi Islami pimpinan Dayah MISRA dilakukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap lembaga tersebut. Pimpinan Dayah MISRA melakukan komunikasi yang terbuka kepada pemerintah, dan juga orang tua yang ingin mengetahui informasi tentang dayah tersebut. Secara teoritis, gaya komunikasi yang diterapkan pimpinan Dayah MISRA adalah gaya komunikasi terbuka atau *relinquishing style*. Gaya komunikasi ini sangat penting dilakukan oleh seorang pimpinan lembaga, karena keterbukaan komunikasi pimpinan dapat membangun keakraban antara seluruh elemen. Dalam kajian komunikasi Islam, menjalin keakraban merupakan salah satu sikap yang harus dilakukan oleh seorang pemimpin (Sudarma *et al.*, 2021:207). Keakraban juga dapat mendorong tumbuhnya sinergitas diantara seluruh potensi yang ada dalam memajukan lembaga. Sebagaimana gambaran keterbukaan komunikasi PT Telkomsel Ambon yang berhasil meningkatkan penjualan produk kartu halo sepanjang tahun 2016 (Supratman, 2018:31).

Pengalaman PT. Telkomsel Ambon, tidak jauh berbeda dengan gaya komunikasi Dayah MISRA yang juga sangat terbuka. Namun keterbukaan gaya komunikasi Islami pimpinan Dayah MISRA amat sangat penting didukung oleh bidang kehumasan, karena kehumasan bertujuan untuk mengelola citra lembaga dan menyebarkanluaskannya kepada publik dengan bahasa yang menarik, sehingga publik yang lebih luas dapat dipengaruhi (Kriyantono, 2014b: 43). Selama ini, banyak informasi tentang Dayah MISRA diperoleh masyarakat dari pesan oral (berkembang dari mulut ke mulut). Inilah salah satu kelemahan dari gaya komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan Dayah MISRA. Padahal, beberapa studi telah membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi informasi turut mendukung peningkatan kualitas lembaga pendidikan (Cholik, 2017:21). Juga salah satu faktor yang menyebabkan mundurnya satu lembaga pendidikan, disebabkan oleh tidak optimalnya pemanfaatan teknologi komunikasi. Sebagaimana yang digambarkan pada guru-guru senior di Kecamatan Rajabasa, yang mereka kurang mampu menggunakan teknologi informasi, sehingga metode pembelajaran yang mereka

terapkan sangat monoton dan menyebabkan proses pembelajaran kurang diminati siswa (Hazizah and Rigianti, 2021:1).

Implikasi Penerapan Gaya Komunikasi Islami Terhadap Reputasi Lembaga

Hasil kajian ini mengungkap bahwa gaya komunikasi Islami yang dilakukan oleh pimpinan Dayah MISRA dapat meningkatkan reputasi dayah tersebut. Reputasi lembaga tentu bukan hal yang secara tiba-tiba diraih oleh Dayah MISRA. Dalam jangka waktu yang relatif panjang, sejak berdiri tahun 2018 pimpinan dayah dengan seluruh elemen bekerja keras untuk memperbaiki citranya sebagai institusi pendidikan Islam. Gaya komunikasi Islami yang terbuka, saling menghargai dan juga saling menghormati menjadi salah satu faktor yang mendorong terwujudnya Dayah MISRA yang bereputasi.

Sejumlah kajian sarjana juga pernah mengungkap, bahwa interaksi komunikatif yang dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahan, berpengaruh terhadap tumbuhnya kreativitas dan efektivitas kerja karyawan yang berdampak pada reputasi lembaga (Griffith *et al.*, 2018:153). Fakta ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi amat sangat penting dilakukan pimpinan dalam meningkatkan kinerja bawahan, karena berdampak langsung pada peningkatan reputasi lembaga. Peningkatan reputasi lembaga juga digambarkan sebagai efek dari penerapan gaya komunikasi pimpinan, sebagaimana misalnya peningkatan kinerja yang terjadi pada 68 tim virtual di tiga negara area penelitian, yaitu Amerika, Kanada dan India (Newman *et al.*, 2020:17).

Reputasi Dayah MISRA ditandai dengan perolehan akreditasi A dari Badan Dayah Aceh (BADA) pada tahun 2020. Perolehan akreditasi A semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anak ke Dayah MISRA. Tentu menjadi hal yang sangat wajar, jika para orang tua memilih menyekolahkan anak ke sekolah-sekolah bereputasi bagus.

Saya menyekolahkan anak ke dayah ini, karena menurut saya dayah ini bagus, guru-gurunya juga baik-baik, dan pimpinannya sangat ramah. Selain itu, bagusnya dayah ini menurut saya, karena di dayah ini anak-anak diajarkan pengetahuan umum, pengetahuan agama dan juga ada program khusus menghafal Al Quran. Tempatnya juga dekat dari rumah, sehingga saya tidak perlu lagi jauh-jauh menyekolahkan anak ke tempat lain (*Hasil Wawancara Dengan Kamaliah, Wali Santri Dayah MISRA, Desember 2021*).

Informasi yang disampaikan di atas, dikuatkan oleh penjelasan dari salah seorang pegawai, bahwa umumnya orang tua menyekolahkan anak ke Dayah MISRA dengan alasan, selain dekat dan lokasinya sangat mudah dijangkau, Dayah MISRA juga sudah mendapat akreditasi A.

Reputasi sekolah menjadi alasan mendasar bagi wali santri untuk menyekolahkan anak ke Dayah MISRA. Dayah kita ini sudah terakreditasi A, sehingga berdampak pada peningkatan jumlah santri dari tahun ke tahun. Pada awal dibuka Tahun ajaran 2018/2019, kita hanya menerima sebanyak 32 orang santri. Tapi berkat kegigihan buya dan motivasinya terhadap guru-guru, kita terus berbenah dari segi manajerialnya, sehingga pada Tahun Ajaran 2019/2020 santri kira sudah mencapai 100 orang, dan pada Tahun Ajaran 2020/2021 seiring dengan diperolehnya akreditasi A, jumlah santri semakin banyak menjadi 417 orang yang terbagi kepada 16 rombongan belajar. Pada tahun 2021, kita juga mulai membuka tingkat SMK dan mereka tetap diwajibkan menghafal Al Quran (*Hasil Wawancara Dengan Jusandi, Pegawai Tata Usaha Dayah MISRA, Desember 2021*).

Informasi yang dijelaskan menguatkan argumen, bahwa reputasi merupakan aset penting bagi setiap lembaga, termasuk bagi lembaga pendidikan, karena yang dihasilkan adalah sumber daya manusia. Reputasi adalah gambaran keistimewaan dari satu lembaga yang membuat orang tertarik bila dibandingkan dengan lembaga lainnya. Urgensi reputasi bagi lembaga, juga sudah digambarkan oleh para pengkaji dalam berbagai literatur penelitian. Misalnya, digambarkan bahwa gaya komunikasi yang diterapkan pimpinan turut menentukan berhasil tidaknya lembaga tersebut mengelola reputasinya (Jamal and Bakar, 2017:19). Seorang pemimpin lembaga pendidikan dituntut agar mampu mengkomunikasikan visi misi lembaga dengan baik, karena kegagalan pemimpin mengkomunikasikan visi misi lembaga yang dikelolanya, sering menjadi pemicu mundurnya lembaga tersebut (Sudarma *et al.*, 2021:218).

Fakta-fakta kajian yang digambarkan menegaskan bahwa gaya komunikasi Islami memainkan peran penting dalam meningkatkan reputasi lembaga. Itulah sebabnya, dalam konteks perkembangan lembaga yang semakin menghadapi tantangan yang semakin kompleks, perhatian terhadap reputasi lembaga sangat penting. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan reputasi lembaga adalah dengan menerapkan komunikasi yang beretika. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam pengayaan literatur yang berkaitan dengan gaya komunikasi Islami dalam meningkatkan reputasi lembaga. Amat sangat penting juga

dipahami, bahwa hubungan antara lembaga dengan masyarakat bukanlah hubungan statis. Hubungan tersebut akan terus berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi. Itulah sebabnya, gaya komunikasi Islami yang dilakukan selama ini sangat penting dikolaborasikan dengan model komunikasi lainnya, agar reputasi lembaga tetap terjaga dengan baik.

E. Kesimpulan

Gaya komunikasi Islam yang diterapkan oleh pimpinan Dayah MISRA, baik dalam bentuk komunikasi interpersonal, kelompok dan organisasi, di dalam maupun ke luar lembaga, sangat tepat dilakukan dalam mendorong kemajuan lembaga, terutama dalam konteks masyarakat Aceh yang menerapkan syariat Islam. Hasil kajian ini telah membuktikan, bahwa gaya komunikasi Islami yang dipraktikkan oleh pimpinan Dayah MISRA, dengan gaya komunikasi terbuka (*relinquishing style*), dapat menumbuhkan penghargaan terhadap orang lain, penghormatan dan pemuliaan. Gaya komunikasi Islami yang demikian berimplikasi ke dalam dan juga ke luar lembaga. Implikasi gaya komunikasi Islami ke dalam lembaga dapat mendorong semakin optimalnya kinerja para guru untuk memajukan lembaga, karena mereka merasa dihargai, dihormati dan diperlakukan dengan baik. Gaya komunikasi Islami pimpinan ke luar lembaga, berimplikasi pada peningkatan reputasi lembaga. Peningkatan reputasi lembaga terlihat dari fakta semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap Dayah MISRA yang diindikasikan oleh semakin meningkatnya jumlah santri dari tahun ke tahun. Konsistensi penerapan gaya komunikasi Islam oleh pimpinan Dayah MISRA, tidak terlepas juga dari sosoknya yang dibesarkan di tengah-tengah tradisi pesantren.

Daftar Pustaka

- Afkarina, N.I. (2018), "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan", *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Vol. 2 No. 1, pp. 50–63.
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S.A., Saidah, I.N., Nurrochmani, A. and Ahwan, Z. (2021), "Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19", *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, Cetak, Vol. 13 No. 1, pp. 101–114.
- Baker, D.D. and Ganster, D.C. (1985), "Leader Communication Style: A Test of Average Versus Vertical Dyad Linkage Models", *Group & Organization Management*, Sage PublicationsSage CA: Thousand Oaks, CA, Vol. 10 No. 3,

- pp. 242–259.
- Bustomi, B. (2019), “Wajah Bangsa Dalam Cerminan Budaya Berbahasa”, *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Vol. 1 No. 2, pp. 103–113.
- Casero-Ripollés, A., Sintés-Olivella, M. and Franch, P. (2017), “The Populist Political Communication Style in Action: Podemos’s Issues and Functions on Twitter During the 2016 Spanish General Election”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 61 No. 9, pp. 1–16.
- Cholik, C.A. (2017), “Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Meningkatkan Pendidikan di Indonesia”, *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 2 No. 6, pp. 21–30.
- Dyatmika, T. (2020), *ILMU KOMUNIKASI*, edited by Bakhri, S., Zahir Publishing, Yogyakarta.
- Fahmi, L. (2019), “Prinsip Komunikasi Islam dalam Novel Para Pencari Keadilan”, *Jurnal Komunikasi Islam*, State Islamic University (UIN) of Sunan Ampel, Vol. 9 No. 2, pp. 339–358.
- Fairhurst, G.T. and Connaughton, S.L. (2014a), “Leadership: A communicative Perspective”, *Leadership*, Vol. 10 No. 1, available at: <https://doi.org/10.1177/1742715013509396>.
- Fairhurst, G.T. and Connaughton, S.L. (2014b), “Leadership Communication”, in Putnam, L.L. and Mumbay, D.K. (Eds.), *The SAGE Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methodes*, Third Edit., Sage Publication, United States of America, p. 401.
- Fajrie, M. (2016), *Budaya Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah: Melihat Gaya Komunikasi Dan Tradisi Pesisiran*, Pertama., Mangku Bumi Media, Jawa Tengah.
- Griffith, J.A., Gibson, C., Medeiros, K., MacDougall, A., Hardy, J. and Mumford, M.D. (2018), “Are You Thinking What I’m Thinking?: The Influence of Leader Style, Distance, and Leader–Follower Mental Model Congruence on Creative Performance:”, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, SAGE PublicationsSage CA: Los Angeles, CA, Vol. 25 No. 2, pp. 153–170.
- Hasil Wawancara Dengan Buya Nurmiswari, Mudir Dayah MISRA, November. (2021), .
- Hasil Wawancara Dengan Intan Syahraini Guru Dayah MISRA, November. (2021), .
- Hasil Wawancara Dengan Jusandi, Pegawai Tata Usaha Dayah MISRA, Desember. (2021), .
- Hasil Wawancara Dengan Kamaliah, Wali Santri Dayah MISRA, Desember. (2021), .
- Hasil Wawancara Dengan Suyono, Tokoh Masyarakat, Kepala Desa Benua Raja, November. (2021), .
- Hazizah, Z. and Rigianti, H.A. (2021), “Kesenjangan Digital di Kalangan Guru SD dengan Rentang Usia 20-58 Tahun di Kecamatan Rajabasa”, *Jurnal Pendidikan Modern*, Vol. 7 No. 1, pp. 1–7.
- Hefni, H. (2017), *Komunikasi Islam*, Edisi Kedu., Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Jackson, J. (2014), *Introducing Language and Intercultural Communication*, First Edit., Routledge, New York.
- Jamal, J. and Bakar, H.A. (2017), “The Mediating Role of Charismatic Leadership Communication In a Crisis: A Malaysian Example”, *International Journal of*

- Business Communication*, Vol. 54 No. 4, pp. 1–25.
- Jamaluddin, M. (2012), “Metamorfosis Pesantren di Era Globalisasi”, *Karsa: Jurnal Sosial Dan Budaya Keislaman*, pp. 127–139.
- Jones, T.S., Brunner, C.C. and Remland, M.S. (1986), “Perceptions of Style and Competence in Communication”, *Perceptual and Motor Skills*, SAGE PublicationsSage CA: Los Angeles, CA, Vol. 63 No. 3, pp. 1224–1226.
- Keraf, G. (2007), *Diksi Dan Gaya Bahasa*, Edisi Ketu., PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Keteyian, R. V. (2010), “Understanding Individual Communication Styles in Counseling”, SAGE PublicationsSage CA: Los Angeles, CA, Vol. 19 No. 1, pp. 90–95.
- Knapp, M.L., Hall, J.A. and Horgan, T.G. (2014), *Nonverbal Communication in Human Interaction*, edited by Daisuke, Y., Eight., Wadsworth, Boston USA.
- Kriyantono, R. (2014a), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 7th ed., Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Kriyantono, R. (2014b), *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis Dan Kualitatif*, Edisi Kedu., Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Liliweri, A. (2017), *Komunikasi Antar Personal*, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- London, M. and Sherman, G.D. (2021), “Becoming a Leader: Emergence of Leadership Style and Identity”, *Human Resource Development Review*, Vol. 20 No. 3, pp. 322–344.
- Manzilati, A. (2017), *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode Dan Aplikasi*, Universitas Brawijaya Press, Malang.
- Marwah, N. (2021), “Etika Komunikasi Islam”, *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Bone, Vol. 7 No. 1, pp. 1–13.
- Mi, L., Gan, X., Xu, T., Long, R., Qiao, L. and Zhu, H. (2019), “A New Perspective to Promote Organizational Citizenship Behaviour For The Environment: The Role of Transformational Leadership”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 239, pp. 1–11.
- Miles, M.B., A, M.H. and Saldana, J. (2014), *Qualitative Data Analysis; A Methode Sourcebook*, Third Edit., Arizona State University, United States of America.
- Mowlana, H. (1993), “The new global order and cultural ecology”, *Media, Culture & Society*, Vol. 15 No. 1, pp. 9–27.
- Nazaruddin, N. and Alfiansyah, M. (2021), “Etika Komunikasi Islami di Media Sosial Dalam Perspektif Alquran dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara”, *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, Vol. 4 No. 1, pp. 77–91.
- Newman, S.A., Ford, R.C. and Marshall, G.W. (2020), “Virtual Team Leader Communication: Employee Perception and Organizational Reality”, *International Journal of Business Communication*, Vol. 57 No. 4, pp. 1–22.
- Noercahyo, U.S., Maarif, M.S. and Sumertajaya, I.M. (2021), “The Role Of Employee Engagement On Job Satisfaction And Its Effect On Organizational Performance”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Brawijaya University, Vol. 19 No. 2, pp. 296–309.
- Nurhalim, I. (2019), “Konsep Dan Implementasi Pendidikan Kepemimpinan Islami Dalam Manajemen Boarding School”, *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*,

- LPPM Universitas Ibn Khaldun Bogor, Vol. 10 No. 2, pp. 161–192.
- Pranayasa, A.G., Putra, M.R.E., Yuneti, A. and Alliyah, R.R. (2018), “Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Keterampilan Berkomunikasi Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru”, *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, IPM2KPE, Vol. 1 No. 2, pp. 63–74.
- Ryan, I., Myers, B. and Mooney, S. (2020), “Leader Development: A Pathway for Social Change?”, *Leadership*, SAGE Publications Sage UK: London, England, Vol. 17 No. 3, pp. 296–317.
- Saphiere, D.H., Mikk, B.K. and DeVries, B.I. (2005), *Communication Highwire: Leveraging the Power of Diverse Communication Styles*, Nicholas Brealey Publishing, USA.
- Silviani, I. (2020), *Komunikasi Organisasi*, Scopindo Media Pustaka, Surabaya.
- Stavrinoudis, T.A. and Chrysanthopoulou, D. (2017), “The Role of Leadership in Building and Managing Corporate Reputation of 4 and 5 Star Hotels”, *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 17 No. 2, pp. 1–14.
- Sudarma, U., Mulyana, A., Sauri, S. and Karim, F. (2021), “Tinjauan Teologi Islam Atas Komunikasi Pemimpin Lembaga Pendidikan (Signifikansi Sifat Nabi Muhammad saw., Atas Kepemimpinan dan Komunikasi)”, *JAQFI: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, Vol. 6 No. 2, pp. 207–220.
- Supratman, L.P. (2018), “Pola Komunikasi Organisasi Kepemimpinan Strategis di PT TelkomSel”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Vol. 16 No. 1, pp. 31–41.
- Tehrani, M. (1991), “Is Comparative Communication Theory Possible/Desirable?”, *Communication Theory*, Oxford Academic, Vol. 1 No. 1, pp. 44–59.
- Verderber, K.S. and MacGeorge, E. I. (2016), *Inter Act: Interpersonal Communication Concepts, Skills, and Contexts*, edited by Verderber, R.F., Fourteenth., Oxford University Press, New York.
- Wang, C., Cardon, P.W., Li, C.R. and Li, C.X. (2020), “The Influences of Open Communication by Senior Leaders and Legitimacy Judgments on Effective Open Innovation”, *International Journal of Business Communication*, pp. 1–20.
- Yusoff, S.H. (2016), “Western and Islamic Communication Model : A Comparative Analysis on A Theory Application”, *Journal of Islamic Social Sciences and Humanities*, Vol. 7 No. 5, pp. 7–20.
- Zainal, V.R., Hadad, M.D. and Ramly, M. (2014), *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*, Edisi Keem., PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.