

ISSN 1693-0673



JURNAL PENELITIAN

# MEDAN AGAMA

Edisi 16, Juli 2016

**PENCAPAIAN AKREDITASI MADRASAH  
ALIIYAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**TRADISI PENGELOLAAN SAMPAH  
BAGI KELUARGA KOTA MEDAN**

**PEDAGANG KAKI LIMA DAN  
KEMACETAN ARUS LALU LINTAS  
DI KOTA MEDAN**

DITERBITKAN OLEH  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN

## **Jurnal Penelitian**

## **MEDAN AGAMA**

### **Pembina:**

Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### **Pimpinan Umum:**

Prof. Dr. H. Hasyimsyah Nasution, MA

### **Ketua Editor:**

Fatimah Zuhrah, MA

### **Editor Pelaksana:**

Dr. Nurasih, MA

Drs. Parluhutan Siregar

### **Penyunting Ahli**

Prof. Dr. H. Saidurrahman, M.Ag

Prof. Hasan Asari Nasution, MA

Prof. Dr. H. Syafaruddin, M.Pd

Prof. Dr. Dja'far Siddiq, MA

Prof. Dr. H. Yasir Nasution, MA

Prof. Dr. Amroini Drajat, MA

Prof. Dr. Mohd Hatta, MA

### **Tata Usaha:**

Abdul Basid Lubis, S.Pd.I., M.Pd

Kahar Muzakkir

### **Distributor:**

Dra. Hj. Mardiah

Asmahani MG, SE

### **Alamat Tata Usaha:**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. Williem Iskandar Psr V Medan Estate

Telp. (061) 6615683 – 6622925 Fax (061) 6615683

[www.jurnalmedanagama.org](http://www.jurnalmedanagama.org)

## DAFTAR ISI

Pendidikan Akhlak dalam Keluarga: Studi Kasus Keluarga Batak Toba Islam di Toba Samosir Oleh: Shiyamu Manurung.....	241 - 260
Komunikasi Yang Islami Pada Lembaga Pendidikan Islam di Kota Medan (Study Pada Madrasah Aliyah Negeri) Oleh: Fifi Hasmawati .....	261 - 282
Pencapaian Akreditasi Madrasah Aliyah Di Kota Bandar Lampung Oleh: Nur Alia .....	283 - 304
Pencitraan Politik Partai Amanat Nasional (PAN) Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan Tahun 2009- 2014 Oleh : Anang Anas Azhar.....	305 - 336
Tradisi Pengelolaan Sampah Bagi Keluarga Kota Medan Oleh: Neliwati.....	337 - 366
Integrasi Hukum Islam dengan Hukum Pidana dalam Menciptakan Ketertiban Masyarakat (Studi tentang Kesadaran Hukum Masyarakat Terhadap Prilaku Kumpul Kebo dan Khalwat di Kota Medan) Oleh: Rajin Sitepu, Sukiati, Nurul Huda Prasetya ..	367 - 390
Wawasan Mahasiswa Prodi Perbandingan Agama Dalam Kajian Multikulturalisme Berbasis Kearifan Lokal Oleh: Husna Sari Siregar, Endang Ekowati, Ismet Sari .....	391 - 433

Pedagang Kaki Lima Dan Kemacetan Arus Lalu  
Lintas di Kota Medan

Oleh: Dr. Pangeran Harahap, MA ..... 434 - 465

Perilaku Pacaran Mahasiswa Muslim

Oleh: Rustam ..... 466 - 494

## Pendidikan Akhlak dalam Keluarga: Studi Kasus Keluarga Batak Toba Islam di Toba Samosir

Oleh:

Shiyamu Manurung

### Abstract

*This study aims to determine the continuity of the process of moral education in the family environment of Islamic Batak Toba with ethnographic approach. The formation of Islamic Batak Toba family in Toba Samosir includes several things, among others are: a. Matchmaking, b. Living environment, work environment, or environmental education, c. Parents as a Muslim and still maintain their identity as Muslims. As for the sustainability of moral education in the Islamic Batak Toba family, among others are: a. Combining the experience of parents in the Islamic religious and Batak Toba cultural values which further implemented within their children for the sake of the social environment needs, b. In addition, the sustainability of moral education in the Islamic Batak Toba family also takes an advantage of the Batak Toba cultural traditions and not against Islamic teachings such as wages. Form and presentation of wages were integrated with the use of religious symbols of Islam.*

**Term Kunci :** Pendidikan Akhlak, Keluarga, Batak Toba, Islam, Orang Tua, Anak.

### Pendahuluan

Salah satu penyebab pendidikan akhlak mengalami gejala kemerosotan dikarenakan hampir sebahagian besar kaum muslimin menganggap bahwa akhlak merupakan aturan-aturan normatif dan berlaku dalam suatu masyarakat tertentu yang terbatas oleh ruang dan waktu. Di sisi lain juga akhlak merupakan seperangkat tata nilai keagamaan yang harus direalisasikan dalam kehidupan sehari-hari, tanpa perlu mempertanyakan dan mengunyah secara kritis terlebih dahulu. (Abdulla, 2004: 147). Seharusnya pendidikan akhlak itu merupakan corak pendidikan akhlak individu atau sosial yang dapat menanggulangi godaan untuk tidak melakukan tindakan yang dilarang oleh konsep ajaran agama yakni Islam.

- James P. Spradley, *Metode Etnografi*, Yogyakarta: PT Tiara Wacana, 1997.
- Jhon W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*, Terj. Ahmad Lintang Lazuardi, Yogyakarta, Pustaka Pelajar: 2015.
- Mahsun Fuad, Hukum Islam Indonesia: Dari Nalar Partisipatoris Hingga Emansipatoris, dalam *Islam Nusantara: Dari Ushul Fiqh Hingga Paham Kebangsaan*, Ed. Akhad Sahal, dkk, Cet. III, Bandung, Mizan, 2016.
- Marguerite G. Lodico, Dean T. Spaulding, Katherine H. Voegtle, *Methods in Educational Research From Theory to Practice*, San Fransisco: Jossey Bass, 2006.
- Mukti Amini, "Pengasuhan Ayah Ibu yang Patut, Kunci Sukses Mengembangkan Akhlak Anak", dalam Arismantoro (Penny.), *Tinjauan Berbagai Aspek Character Building*, Tiara Wacana: Yogyakarta, 2008.

## Komunikasi Yang Islami Pada Lembaga Pendidikan Islam di Kota Medan ( Study Pada Madrasah Aliyah Negeri)

Fifi Hasmawati<sup>1</sup>

### Abstraksi

Permasalahan dalam penelitian ini, apakah ada implikasi komunikasi islami pada lembaga sistim pendidikan islam di Kota Medan (study kasus Madrasah Aliyah Negeri). Tujuan penelitian ini menjelaskan adanya implikasi Komunikasi Islami pada lembaga pendidikan islam di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey method*, dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa dan wali murid pada Madrasah Aliyah Negeri di kota Medan. Penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik teknik *purposive sampling* dan *Cluster Random Sample*, untuk menghitung ukuran sampel dari populasi peneliti memakai cara, *cross sectional*. Pengumpulan data penelitian menggunakan angket yang dikumpulkan dari responden dengan ukuran sampel sebanyak 384 responden. Analisis data menggunakan analisis deskripsi meliputi analisis distribusi frekwensi dan kecenderungan. Hasil penelitian terungkap bahwa: "adanya komunikasi islami pada lembaga pendidikan islam di Kota Medan. Konsep baru yang dikemukakan dari hasil penelitian ini, terungkap bahwa "implikasi komunikasi islami sangat berpengaruh terhadap lembaga pendidikan islam study kasus pada Madrasah Aliyah Negeri di kota Medan".

**Term kunci:** Komunikasi Islami, Madrasah, Implikasi.

<sup>1</sup> Dosen Pascasarja UIN Sumatera Utara Email: fy2hasmir@yahoo.co.id

## Pendahuluan

Berbagai dimensi dari komunikasi dapat dimanfaatkan oleh pemerintah dan swasta dalam rangka menyampaikan pesan-pesan pembangunan dan pelayanan, guna kepentingan umum masyarakat. Komunikasi menggunakan bahasa yang sederhana lebih mudah untuk dipahami, dapat dikatakan bahwa bahasa merupakan alat untuk menyampaikan pesan. Sebagai sarana terjadinya dialog antara dua belah pihak dalam mengungkapkan isi apa yang dipikirkan, dirasakan, dan diinginkan atau yang lainnya. Menurut Jujun S Suriasumantri, manusia tidak dapat menyusun cara berpikirnya secara sistematis tanpa bahasa. Dengan bahasa juga manusia mengembangkan kebudayaannya. Manusia juga tidak akan lepas dari keterkaitan dengan bahasa dalam mengungkapkan simbol-simbol yang dilihatnya<sup>2</sup>.

Umumnya komunikasi merupakan tingkah laku seseorang baik verbal maupun nonverbal yang ditanggapi oleh orang lain. Secara khusus komunikasi dapat diartikan pesan yang dikirim seseorang kepada satu atau lebih penerima dengan maksud sadar untuk mempengaruhi tingkah laku si penerima. Dalam organisasi, komunikasi adalah pemberian pesan, ide ataupun sikap yang terstruktur, seperti, pemerintah, industri, bisnis dan pendidikan. Komunikasi didalam lembaga pendidikan Islam adalah komunikasi yang terjadi dilembaga pendidikan Islam selama proses pendidikan berlangsung, terutama membantu dan mengupayakan pendidikan Islam.

Pada dasarnya, hal yang sangat penting dalam mengembangkan model komunikasi yang berkualitas, yaitu mengemas sistem pengelolaan informasi dan membentuk informasi yang dibutuhkan publik secara jelas dan pasti serta menarik. Karena ini akan mampu memberikan kepuasan informasi kepada publik dan dengan informasi yang berkualitas maka kredibilitas lembaga di mata publik lebih baik. Aktifitas komunikasi publik, pada dasarnya berkaitan dengan tindakan sosialisasi dan pendidikan

<sup>2</sup> Jujun S Suriasumantri, *Filsafat Ilmu, Sebuah Pengantar*, ( Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), h,171, dalam Amroeni Drajat, *Komunikasi Islam & Tantangan Modernitas*, ( Bandung :Cita Pustaka Media Perintis, 2008), h, 71.

terhadap publik, yang berlaku untuk di dalam dan diluar publik (internal dan eksternal). Karena jika di antara publik internal tidak ada relasi yang harmonis, maka dampaknya buruk bagi citra organisasi. Kondisi demikian akhirnya justru menjadi pesan negatif dan melahirkan citra negatif organisasi dimata publik<sup>3</sup>.

Melayani atau juga dilayani adalah merupakan salah satu bentuk proses interaksi dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini dapat terlihat dalam segala macam bentuk layanan publik atau instansi seperti di pemerintahan, swasta, universitas, sekolah, hotel, rumah sakit dan lain-lain. Komunikasi adalah hal yang paling lumrah dilakukan ketika orang memberikan layanan. Nilai baik tidaknya sebuah layanan sering kali dilihat dari bagaimana cara petugas pemberi layanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Untuk keterampilan komunikasi ini haruslah dimiliki dan dikuasai dengan baik oleh setiap petugas pemberi layanan.

Steers<sup>4</sup> menyatakan bahwa kinerja pelayanan dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan atau efektivitas organisasi, adalah faktor komunikasi. Berkomunikasi adalah sebuah cara yang dilakukan manusia untuk mengungkapkan ide, mengekspresikan perasaan dan mencitrakan diri. Cara seseorang berkomunikasi akan menjelaskan tentang bagaimana dia mempersepsi dirinya dan orang lain. Dalam pelaksanaan pelayanan publik, keterampilan berkomunikasi menjadi salah satu aspek penting yang akan mempengaruhi bagaimana efektifitas pelayanan publik yang diberikan serta akan menentukan dan bagaimana mencitrakan masyarakat organisasi sebagai pemberi pelanggan layanan.

Dalam sistem komunikasi yang dipakai dalam suatu masyarakat biasanya tercermin dari budaya dalam masyarakat itu sendiri, norma dan perilaku komunikasi dipengaruhi oleh budaya yang ada. Masyarakat kota Medan, berjumlah 2.117.224 jiwa,

<sup>3</sup> [http://komunikasi.public.go.id/21/2/2008/index.php?option=com\\_content&task=view&id](http://komunikasi.public.go.id/21/2/2008/index.php?option=com_content&task=view&id), diakses 21 januari 2013.

<sup>4</sup> Steers, M. Richard, *Efektivitas Organisasi*, terjemahan Magdelene Jamin (Jakarta: Erlangga, 1995), h, 160.

dengan 75% adalah mayoritas Islam<sup>5</sup>, oleh karenanya wajar saja budaya Islam mempengaruhi perilaku komunikasi. Ciri khas sistem komunikasi Islam adalah menyebarkan (menyampaikan) informasi kepada pendengar, pemirsa atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah Swt (Alquran dan Hadits). Pada dasarnya agama sebagai kaidah dan sebagai perilaku adalah pesan (informasi) kepada warga masyarakat agar berperilaku sesuai dengan perintah dan larangan Tuhan. Hal ini berarti bahwa semua proses komunikasi Islami harus terkait pada norma-norma agama Islami<sup>6</sup>.

Pendidikan merupakan pranata sosial yang dilakukan secara umum dan memiliki standar kurikulum tertentu pada tingkatan sekolah tertentu. Sebagai pranata sosial yang selalu mengalami perubahan maka pendidikan banyak melibatkan masyarakat dalam proses pendidikan. Tripusat pendidikan (keluarga, masyarakat dan kepala sekolah/guru) berkerjasama untuk menciptakan pendidikan yang baik. Pendidikan merupakan salah satu yang urgensinya tinggi dalam masyarakat, karenanya mereka berusaha untuk dapat memasuki sekolah yang memiliki keunggulan tertentu, terutama pada tingkat Madrasah Negeri Aliyah, yang memiliki pengetahuan yang lebih dibidang keagamaan. Karenanya masyarakat berlomba-lomba mencari lembaga pendidikan yang mampu memberikan kepuasan, baik dalam hasil maupun dalam pelayanan. Sudah menjadi suatu keinginan atau harapan dari masyarakat bahwa pelayanan yang baik selalu terjadi pada sekolah yang mempunyai sumber daya manusia yang mampu berkomunikasi dengan baik, memiliki transparansi dalam kebijakan, dan pelaksanaan pendidikan agama baik. Sehingga sekolah atau Madrasah yang memiliki ini, mampu lebih menarik masyarakat untuk memilihnya. Adanya anggapan bahwa banyaknya sekolah umum atau sekolah negeri memiliki kekurangan dalam implikasi pelayanan yang baik, hal ini terjadi ketika timbulnya kesulitan dalam berkomunikasi secara islami, rendahnya transparansi kebijakan maupun mutu pendidikan. Kualitas pelayanan publik

<sup>5</sup> Badan Pusat Statistik Utara, Kota Medan Dalam Angka, 2012, (Medan :2012), h,45.

<sup>6</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h,5.

yang diberikan sering buruk bahkan sulit untuk berkomunikasi dengan baik dengan pihak lembaga, ditambah dengan sumber daya manusia yang kurang profesional dalam pelayanan, dan terlalu sulit dalam berurusan karena birokrasi yang berbelit-belit.

### Madrasah Aliyah Negeri

Madrasah bukan lembaga pendidikan Islam asli Indonesia, tetapi berasal dari dunia Islam Timur Tengah yang berkembang sekitar abad 10 dan 11. Kehadiran Madrasah di Indonesia menunjukkan fenomena modern dalam sistem pendidikan Islam Indonesia. Tim Penyusun Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia dari Dirjen Bimbaga Depag RI menetapkan Madrasah pertama kali berdiri di pulau Sumatera, Madrasah tersebut adalah Madrasah Adabiyah (1909), yang dimotori oleh Syaikh Abdullah Ahmad. Kemudian pada tahun 1910 berdiri pula Madrasah Schoel di Batusangkar oleh Syaikh M.Taib Umar, lalu M.Mahmud Yunus pada 1918 mendirikan *Diniyah School* sebagai lanjutan dari Madrasah Schoel. Setelah itu Syaikh Abdul Karim Amrullah mendirikan Madrasah Tawalib di Padang Panjang dan H.Abdul Somad mendirikan pula Madrasah Nurul Uman di Jambi<sup>7</sup>. Madrasah kemudian berkembang di Jawa mulai 1912, melahirkan model Madrasah dalam bentuk Madrasah Ibtidaiyah, Tsanawiyah, dan Aliyah. Penggagas model baru ini bermacam-macam, dari mulai NU, Muhammadiyah, Al-Irsyad, dll.

Ada dua faktor yang melatar belakangi lahir dan tumbuhnya Madrasah di Indonesia, yakni faktor adanya respon terhadap politik kolonial Belanda dan faktor munculnya pembaharuan pemikiran keagamaan, yakni dengan munculnya gerakan pembaruan yang dimotori oleh tokoh intelektual muslim diberbagai daerah dan organisasi sosial keagamaan. Berkat dukungan politik pemerintah Indonesia dan dengan dikeluarkannya keputusan bersama menteri serta UU Sistem Pendidikan Nasional, maka semakin memperkuat posisi Madrasah sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional.

<sup>7</sup><http://www.min2tbalai.com/2012/10/sejarah-lahirnya-madrasah-di-indonesia.htm>, akses pukul 10 wib 25/12/2014

Masa pemerintahan Orde Baru, Madrasah belum dipandang sebagai bagian dari sistem pendidikan secara nasional, tetapi merupakan lembaga pendidikan otonom dibawah pengawasan Menteri Agama. Hal ini disebabkan karena kenyataan bahwa sistem pendidikan Madrasah lebih didominasi oleh muatan-muatan agama, menggunakan kurikulum yang belum terstandar, memiliki struktur yang tidak seragam dan memberlakukan manajemen yang kurang dapat dikontrol oleh pemerintah. Menghadapi kenyataan ini, maka langkah pertama dalam pembaharuan pendidikan Madrasah adalah melakukan formalisasi dan strukturisasi Madrasah. Formalisasi ditempuh dengan menerbitkan sejumlah Madrasah dengan kriteria tertentu yang diatur oleh pemerintah, disamping mendirikan Madrasah-Madrasah negeri yang baru. Sedangkan strukturisasi dilakukan dengan mengatur penjenjangan dan perumusan kurikulum yang cenderung sama dengan perjenjangan dan kurikulum sekolah-sekolah dibawah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Pada akhir 70 an sampai akhir 80 an, pemerintah Orde Baru mulai memikirkan kemungkinan mengintegrasikan Madrasah ke dalam Sistem Pendidikan Nasional. Usaha ini agaknya tidak sederhana karena secara konstitusional pendidikan nasional masih diatur oleh UU No.4 Tahun 1950 jo. No. 12 Tahun 1954 yang mengabaikan pendidikan Madrasah, yang bisa dilakukan pemerintah adalah memperkuat struktur Madrasah, baik dalam jenjang maupun kurikulumnya, sehingga lulusan sekolahnya memperoleh pengakuan yang sama dengan lulusan sekolah-sekolah yang dikelola Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Untuk tujuan ini dikeluarkan kebijakan berupa Keputusan Bersama Tiga Menteri pada tahun 1974 tentang peningkatan mutu pendidikan pada madrasah.

Memasuki dekade 90 an, kebijakan pemerintah Orde Baru mengenai Madrasah ditujukan secara penuh untuk membangun satu sistem pendidikan nasional yang utuh. Dengan sistem yang utuh ini, pendidikan nasional tidak hanya bergantung pada pendidikan jalur sekolah tetapi juga memanfaatkan jalur luar sekolah. Maka pemerintah Orde baru menyusun UU No.2 tahun

1989 tentang sistem Pendidikan Nasional dan sekaligus menggantikan UU sebelumnya. Dalam konteks ini penegasan definitif tentang madrasah diberikan melalui keputusan-keputusan yang lebih operasional dan dimasukkan dalam kategori pendidikan sekolah tanpa menghilangkan karakter keagamaannya. Melalui upaya ini dapat dikatakan bahwa Madrasah berkembang secara terpadu dalam sistem pendidikan Nasional<sup>8</sup>.

### Komunikasi Islam

Komunikasi Islami Menurut A Muis komunikasi Islami<sup>9</sup> adalah proses penyampaian pesan antar manusia yang di dasarkan pada ajaran Islam. pengertian ini menunjukkan bahwa komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam). Dapat dikatakan bahwa komunikasi Islami pada penelitian ini adalah implikasi (cara melaksanakan) komunikasi Islam.

Formula komunikasi yang dianggap paling awal dikembangkan oleh Lasswell. Harold D. Lasswell (1948) dalam tulisannya yang berjudul "*The Structure and Function of Communication in Society, The Communication of Ideas*" menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan<sup>10</sup>: "*who says what in which channel to whom with what effect*" (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik Lasswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi yaitu *Communicator* (komunikator), *Message* (pesan), *Media* (media), *Receiver* (komunikasi/penerima), dan *Effect* (efek/pengaruh).

Pertanyaan *who* tersebut adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan. Pertanyaan kedua adalah *says what* atau apa yang dikatakan. Pertanyaan ini

<sup>8</sup> H. Maksud, Dr, Madrasah Sejarah & Perkembangannya, (Logos Wacana Ilmu, Jakarta : cet.II 1999.), h, 188, dalam <http://www.sejarah.madrasah.org>, di pos akhmad syaifudin, akses jam 10.00 wib, 25/12/2014.

<sup>9</sup> Muis.A.,h,66.

<sup>10</sup> Dalam Onong effendi, h.253



adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Pertanyaan ketiga *in with channel*, pertanyaan ini berhubungan dengan saluran apa yang digunakan dalam berkomunikasi, yang dimaksudkan dengan saluran adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku, gambar, dan sebagainya. Perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua saluran cocok untuk maksud tertentu. Pertanyaan keempat adalah *to whom*. Pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi *audience* atau penerima dari pesan yang disampaikan. Pertanyaan terakhir adalah *with effect* atau apa efeknya/pengaruhnya dari komunikasi tersebut. Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan dua hal sekaligus, yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan kedua, apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi. Akan tetapi perlu diingat, bahwa kadang-kadang tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh faktor hasil komunikasi tetapi juga dipengaruhi faktor lain.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, ada lima dimensi komunikasi dari Lasswell, yaitu: (1) dimensi komunikator; (2) dimensi pesan; (3) dimensi media; (4) dimensi komunikan; dan (5) dimensi efek. Masing-masing dimensi memiliki karakteristik dan indikator tersendiri sesuai dengan situasi dan kondisi dimana dan kapan komunikasi itu berlangsung atau dilakukan. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu arah atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*) terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik<sup>11</sup>. Menurut Wayne<sup>12</sup> suatu iklim komunikasi berkembang dalam konteks organisasi, Unsur-unsur dasar yang membentuk suatu organisasi dapat diringkaskan menjadi lima katagori besar yaitu, anggota, pekerjaan dalam organisasi, praktek-praktek pengelolaan, struktur organisasi dan pedoman organisasi. Kepuasan adalah suatu

<sup>11</sup> Joseph .A DeVito, *Human Communication*, terjemah Agus Maulana, (Jakarta:Prosessional Book,1997),h,23.

<sup>12</sup>Wayne Pace,R. Faules,Don F, h ,149.

konsep yang berkenaan dengan kenyamanan, jadi kepuasan dalam komunikasi berarti anda merasa nyaman dengan pesan-pesan, media dan hubungan dalam organisasi<sup>13</sup>. Proses komunikasi sangat berpengaruh terhadap si penerima atau yang diberi kebijakan, sehingga kualitas komunikasi akan mempengaruhi dalam mencapai efektivitas implikasi kebijakan publik terhadap komunikasi. Dengan demikian, penyebaran isi kebijakan melalui proses komunikasi yang baik akan mempengaruhi keberhasilan implikasi kebijakan.

Fokus utama komunikasi adalah adanya informasi tentang ketersediaan dan manfaat pelayanan, akses masyarakat ke layanan, hak untuk mendapatkan pelayanan, perubahan pengaturan, dan berbagai hak dan kewajiban. Artinya, dengan jelas pendapat tersebut menyatakan bahwa komunikasi memiliki keterkaitan dengan pelayanan publik. Komunikasi dalam sistem administrasi publik menjadi faktor penting untuk mencapai efektif fungsi seluruh sistem administrasi publik, terutama dalam pelaksanaan kebijakan publik. Kualitas hubungan informasi antara subyek individu administrasi publik ditentukan oleh sejumlah faktor, dan hal itu mempengaruhi struktur sistematis keseluruhan administrasi organisasi publik. Pada gilirannya akan mempengaruhi kualitas arus informasi yang dilakukan dalam seluruh sistem otoritas publik negara, serta karakteristik hubungan eksternal administrasi publik.

Efektif dan efisien merupakan dua hal yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Bila suatu kegiatan yang telah direncanakan mampu mencapai tujuan, maka dapat dikatakan kegiatan ini efektif, tetapi apabila dalam mencapai tujuan tadi adanya ketidakpuasan baik dari segi pemborosan ataupun jangka yang panjang sehingga memerlukan waktu yang banyak untuk mencapai tujuan itu sendiri, dikatakan hal tersebut tidak efisien. Komunikasi yang efektif dan efisien apabila komunikator mampu menyampaikan tujuan pesan yang dikomunikasikan kepada komunikan, dan pesan tersebut dapat

<sup>13</sup> Ibid, h, 165.

dilakukan oleh komunikan dengan baik. Artinya komunikasi yang dilakukan mempunyai pengaruh kepada komunikan, dimana salah satu pengaruhnya adalah perubahan yang dilakukan oleh komunikan akibat pesan yang diterimanya dengan baik.

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Dengan pengertian demikian, maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (*how*), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan). Komunikasi Islam merupakan bidang kajian baru yang menarik perhatian sebahagian akademisi di berbagai perguruan tinggi. Keinginan untuk melahirkan komunikasi Islam muncul akibat falsafah, pendekatan teoretis dan penerapan ilmu komunikasi yang berasal dan dikembangkan di Barat dan Eropah tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya Islam. karena itu timbul keinginan untuk mengkaji kembali berbagai aspek ilmu komunikasi menurut perspektif agama, budaya dan cara hidup umat Islam. Beberapa bukti keseriusan untuk memunculkan persoalan komunikasi menurut falsafah dan budaya timur khususnya Islam antar lain ialah diterbitkannya buku seperti *communication theory: the asian perspective* oleh the asian mass communication research and information centre, singapore, tahun 1998. Disamping itu, Mohd. Yusof Hussain, menulis dalam media asia tahun 1986. Dengan judul *islamization of communication theory*.<sup>14</sup>

Perbedaan antara komunikasi Islam dengan komunikasi Islami adalah, pada komunikasi Islam merupakan sistim komunikasi umat Islam. Pengertian yang sederhana itu menunjukkan, bahwa komunikasi Islam lebih terfokus pada sistimnya dengan latar belakang filosofi (teori) yang berbeda dengan perspektif komunikasi non Islam. Dengan kata lain sistim komunikasi Islam didasarkan pada Alquran dan Hadist Nabi Muhammad Saw. Sudah tentu

<sup>14</sup> Ibid, h, 2-3.

filosofi atau teori yang menjadi landasan sistim komunikasi Islam mempunyai implikasi-implikasi tertentu terhadap makna proses komunikasi, model komunikasi, media massa, jurnalistik, etika, hukum, dan kebijakan media (*media law and media policy*). Sedangkan komunikasi Islami secara singkat dapat didefinisikan bahwa komunikasi Islami adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pengertian ini menunjukkan bahwa, komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam). Dengan demikian pada akhirnya terjadi juga konvergensi (pertemuan) antara pengertian komunikasi Islami adalah Implimentasi (cara melaksanakan) komunikasi Islam.<sup>15</sup>

Komunikasi Islam terfokus pada teori komunikasi yang dikembangkan oleh para pemikir Islam. Tujuan akhir adalah menjadikan komunikasi Islam sebagai alternatif, terutama menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang sesuai dengan fitra manusia. Kesesuaian nilai-nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah kemanusiaan itu memberi manfaat terhadap kesejahteraan manusia di dunia. Sehingga dalam perspektif ini, komunikasi Islam merupakan proses penyampaian atau tukar menukar informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi dalam Alquran<sup>16</sup>. Dengan demikian komunikasi Islam merupakan proses komunikasi yang menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan Alquran dan Hadits.

Komunikasi Islam merupakan bidang kajian baru yang menarik perhatian sebahagian akademisi di berbagai perguruan tinggi. Keinginan untuk melahirkan komunikasi Islam muncul akibat falsafah, pendekatan teoretis dan penerapan ilmu komunikasi yang berasal dan dikembangkan di Barat dan Eropah tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya Islam. karena itu timbul keinginan untuk mengkaji kembali berbagai aspek ilmu komunikasi menurut perspektif agama, budaya dan cara hidup umat Islam. Beberapa bukti keseriusan untuk

<sup>15</sup> Muis, A., *Komunikasi Islami*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h, 65-66.

<sup>16</sup> Amir. Mafri, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Logos, 1999), h, 2.

memunculkan persoalan komunikasi menurut falsafah dan budaya timur khususnya Islam antar lain ialah diterbitkannya buku seperti *communication theory: the asian perspective* oleh the asian mass communicatoion research and informatiom centre, singapore, tahun 1998. Disamping itu, Mohd. Yusof Hussain, menulis dalam media asia tahun 1986. Dengan judul *islamization of communication theory*.<sup>17</sup>

Perbedaan antara komunikasi Islam dengan komunikasi Islami adalah, pada komunikasi Islam merupakan sistim komunikasi umat Islam. Pengertian yang sederhana itu menunjukkan, bahwa komunikasi Islam lebih terfokus pada sistimnya dengan latar belakang filosofi (teori) yang berbeda dengan perspektif komunikasi non Islam. Dengan kata lain sistim komunikasi Islam didasarkan pada Alquran dan Hadist Nabi Muhammad Saw. Sudah tentu filosofi atau teori yang menjadi landasan sistim komunikasi Islam mempunyai implikasi-implikasi tertentu terhadap makna proses komunikasi, model komunikasi, media massa, jurnalistik, etika, hukum, dan kebijakan media (*media law and media policy*). Sedangkan komunikasi Islami secara singkat dapat didefinisikan bahwa komunikasi Islami adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pengertian ini menunjukkan bahwa, komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam). Dengan demikian pada akhirnya terjadi juga konvergensi (pertemuan) antara pengertian komunikasi Islami adalah Implimentasi (cara melaksanakan) komunikasi Islam.<sup>18</sup>

Komunikasi Islam terfokus pada teori komuikasi yang dikembangkan oleh para pemikir Islam. Tujuan akhir adalah menjadikan komunikasi Islam sebagai alternatif, terutama menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang sesuai dengan fitra manusia. Kesesuaian nilai-nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah kemanusiaan itu memberi manfaat terhadap kesejahteraan manusia di dunia. Sehingga dalam perspektif ini, komunikasi Islam merupakan proses penyampaian atau tukar

<sup>17</sup> Ibid,h,2-3.

<sup>18</sup> Muis.A, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001),h ,65-66.

menukar informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi dalam Alquran<sup>19</sup>. Dengan demikian komunikasi Islam merupakan proses komunikasi yang menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan Alquran dan Hadits.

Implikasi dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti keterlibatan atau keadaan terlibat, karenanya implikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keterlibatan dari variabel komunikasi Islami pada Madrasah Negeri dan Sekolah Islam Terpadu di Kota Medan. Dalam dunia pendidikan etika berkomunikasi selalu menjadi kebijakan dalam mengambil keputusan, berkomunikasi antar para pelajar dan guru serta pihak sekolah. Komunikasi yang Islami dalam lembaga pendidikan Islam digunakan dalam pelayanan pendidikan dan publik. Penggunaan etika dalam komunikasi Islam yang ramah dan lemah lembut serta jujur menjadi daya tarik tersendiri dalam pemberian kualitas pelayanan . Etika di dalam Islam tidak dapat lepas dari ilmu akhlak sebagai salah satu cabang ilmu pengetahuan agama Islam<sup>20</sup>. Oleh karena itu, etika dalam Islam (bisa dikatakan) identik dengan ilmu akhlak, yakni ilmu tentang bagaimana perilaku dan kepribadian yang Islami. Salah satu tokoh kunci dalam etika religius adalah Abu al-Hasan al-Mawardi dengan karya besarnya, dalam bidang etika *Adab al-Dunya wa al-Din*. Ia hidup di abad klasik (974-1058) satu zaman dengan al-Ragib al-Isfahani. Buku al-Mawardi tersebut paling tidak mengandung tiga isu pokok: moralitas duniawi, moralitas ukhrawi dan moralitas individual. Al-Mawardi dalam karyanya berusaha menganalisis ketiga isu pokok yang berlandaskan Quran dan hadis dengan memberikan keistimewaan akal untuk mengikat ketiga isu pokok tersebut. Misalnya mengenai permasalahan "*Truth and Falsehood*", al-Mawardi berusaha mengekspresikan idenya bahwa akal selalu menuntut kejujuran. Menjelang abad klasik al-Mawardi telah merintis untuk mendemonstrasikan sifat yang sebenarnya tentang pentingnya akal. Dimana ia telah memperbincangkan tentang

<sup>19</sup> Amir. Mafri, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Logos, 1999),h,2.

<sup>20</sup> Ibid,h,3.

kesadaran akal praktis (*reasoned on practical considerations*)<sup>21</sup>. Etika religius sendiri masuk dalam salah satu ranah dari tipologi etika Islam. Selain etika religius, yakni ada etika teologis, moralitas skriptural dan etika filosofis (Fakhry, 1996). Perbedaan mencolok yang dimiliki oleh etika religius terutama berakar dalam Quran dan Sunnah, dimana di satu sisi cenderung melepaskan kepelikan “dialektika” atau “metodologi” dan memusatkan pada usaha untuk mengeluarkan spirit moralitas Islam dengan cara yang lebih langsung<sup>22</sup>.

Nilai-nilai kebenaran dari pesan dan sumber yang akan disampaikan, kesederhanaan, kejujuran, kebaikan, integritas, dan keadilan, merupakan aspek yang sangat penting dalam komunikasi Islam. Dengan melihat ini maka ketika akan melakukan komunikasi dengan sesama manusia akan selalu teringat akan pertanggungjawaban kepada Allah. Adanya hubungan antara Allah, manusia dan masyarakat (*Islamic Triangular Relationship*). Ditinjau dari aspek moral dan etika komunikasi Islam ada terdapat empat prinsip etika komunikasi dalam Alquran meliputi *fairness* (kejujuran), *accuracy* (ketepatan), tanggungjawab dan kritik konstruktif<sup>23</sup>. Nilai-nilai etika Komunikasi Islam pada dasarnya sangat luas sekali. Namun secara umum nilai etika Komunikasi Islam itu ialah<sup>24</sup>:

1. Bersikap jujur
2. Menjaga akurasi pesan-pesan komunikasi
3. Bersifat bebas dan tanggung jawab
4. Dapat memberikan kritik membangun

Ilmu komunikasi Islam mulai diakui di negara Barat dilihat dengan adanya penerbitan jurnal mengenai komunikasi Islam *Media, Culture and Society* pada bulan Januari 1993 di London. Isinya menyangkut komunikasi dan informasi masalah keagamaan dalam Islam meliputi media, sejarah Islam dan negara-negara

<sup>21</sup> Donaldson, Dwight M, *Studies in Muslim Ethics*, (London: S.P.C.K.,1953),h, 85.

<sup>22</sup> Syukur. Suparman,h, 8-9&196.

<sup>23</sup> Ghani, Zulkiple Abd, *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*,(Kuala Lumpur: Utusan publication&Dist, TT),h, 4.

<sup>24</sup> Kholil. Syukur, h,26.

Islam, kependudukan dan lainya, yang semua mengupas tentang isu-isu Islam. Tujuan komunikasi Islam ialah memberi kabar gembira dan ancaman, mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah kemungkarannya, memberi peringatan kepada yang lalai, menasehati dan menegur. Dalam hal ini, komunikasi Islam senantiasa berusaha mengubah perlakuan buruk individu atau khalayak sasaran kepada perlakuan yang baik. Tidak seperti komunikasi umum yang menyampaikan informasi yang baik dan informasi yang buruk, serta berusaha mempengaruhi khalayak sesuai dengan keinginan komunikator yang dapat bertendensi positif atau pun negatif.

### Implikasi Komunikasi Islami

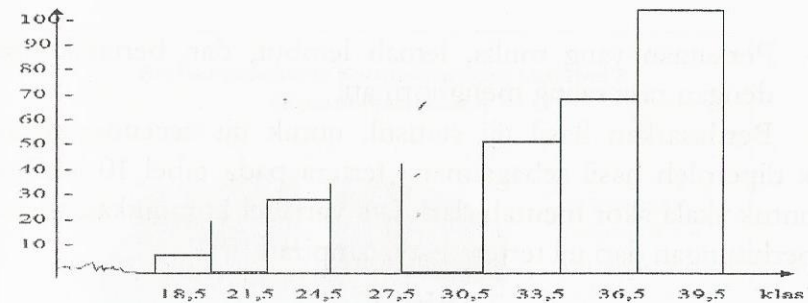
Variabel komunikasi Islami dalam penelitian ini diukur melalui 10 butir pernyataan yang terdiri dari 2 butir pernyataan untuk dimensi mengucapkan salam, 3 butir pernyataan untuk dimensi berkata yang benar, baik dari substansi isi, materi pesan, dan redaksi (tata bahasa), 1 butir pernyataan untuk dimensi menggunakan kata-kata yang tepat, komunikatif dan mudah dimengerti, 2 butir pernyataan untuk dimensi perkataan yang baik, pantas dan santun, tidak menyakitkan., dan 2 butir pernyataan untuk dimensi perkataan yang mulia dan saling menghormati. Berdasarkan butir-butir pernyataan variabel komunikasi islami (X) di peroleh skor terendah adalah 19 dan yang tertinggi adalah 40. Rata-rata nilai dari butir-butir pernyataan adalah 33,24 dengan nilai yang paling banyak muncul dari butir – butir pertanyaan tersebut adalah 40, dan nilai dari median 35,1. Sebaran dari data butir- butir pernyataan komunikasi islami menunjukkan kecenderungan berdistribusi normal, karena skor antara median dan mode tidak memiliki perbedaan yang jauh. Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang distribusi skor variabel komunikasi islami (X) dapat dilihat dari tabel distribusi frekwensi , serta grafik histogram variabel X berikut , dengan perhitungan interval kelas dibagi dalam delapan kelas, sesuai dengan perhitungan statistik yang ada pada lampiran penelitian ini.

Tabel : 6

## Daftar Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi Islami

No	Kelas	F	%
1	19 – 21	8	2
2	22 – 24	21	5,5
3	25 – 27	35	9,1
4	28 – 30	39	10,1
5	31 – 33	47	12,2
6	34 – 36	53	14
7	37 – 39	69	18
8	40 – 42	112	29,1
	$\Sigma$	384	100

Dari Tabel 6 menunjukkan bahwa, variabel komunikasi islami dengan sebaran skor, berada di bawah nilai rata-rata pada kelas pertama dengan nilai frekuensi 8 pada tingkat 2%, kelas kedua nilai frekuensi 21 pada tingkat 5,5%, kelas ketiga nilai frekuensi 35 pada tingkat 9,1% dan kelas keempat nilai frekuensi 39 pada 10,1%. Untuk nilai skor yang berada pada nilai rata-rata di kelas kelima dengan jumlah frekwensi 47 pada 12,2%. Sedangkan nilai skor yang berada di atas rata-rata di kelas keenam, dengan nilai frekuensi 53 dan 14%, kelas ketujuh dengan nilai frekuensi 69 dan 18%, serta kelas kedelapan, yaitu dengan nilai frekuensi 112 dan 29,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 112 responden sangat setuju atas dimensi-dimensi dari variabel komunikasi islami, atau 29,1% dari 384 responden memilih jawab diangket dalam kategori sangat setuju atas dimensi dari variabel komunikasi islami. Sedangkan 8 responden atau 2% dari 384 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, dan 21 responden atau 5,5% dari 384 menjawab kurang setuju, selebihnya responden memilih menjawab setuju atas dimensi variabel komunikasi islami dalam angket penelitian ini. Berikut kurva histogram dari variabel komunikasi islami berdasarkan Tabel 6 distribusi data di atas:



Gambar 4: Histogram Komunikasi Islami (X)

Histogram di atas menunjukkan data dari variabel komunikasi islami dengan nilai median dan mean terlihat berada dalam interval yang sama yaitu 33,24 dan 35,1, dan nilai mode berada disebelah kanan, kedekatan kedua nilai ini menunjukkan arah menuju ke arah distribusi normal, artinya variabel komunikasi islam pemusatnya condong ke kanan. Arinya komunikasi islami cenderung telah dilakukan pada Madrasah Aliyah Negeri. Untuk itu kita bisa melihat tingkat kecenderungannya berapa persesen telah dilakukannya komunikasi islami pada Madrasah Aliyah Negeri.

### Uji Kecenderungan

Setelah data dikonversikan tahap selanjutnya adalah mendiskripsikan data dengan menggunakan uji kecenderungan. Uji kecenderungan bertujuan untuk melihat gambaran kecenderungan umum dari setiap variabel sehingga dapat diperoleh gambaran dari masing-masing variabel yang diteliti. Berikut ini adalah gambaran kecenderungan variabel Komunikasi Islami.

Data variabel x merupakan gambaran tentang Komunikasi Islami, didalam penelitian ini ditinjau dari aspek dimensi Mengucapkan salam;

1. Berkata yang benar, baik dari substansi (isi, materi pesan, dan redaksi (tata bahasa));
2. Menggunakan kata-kata yang tepat, komunikatif dan mudah dimengerti;
3. Perkataan yang baik, pantas dan santun, tidak menyakitkan.;

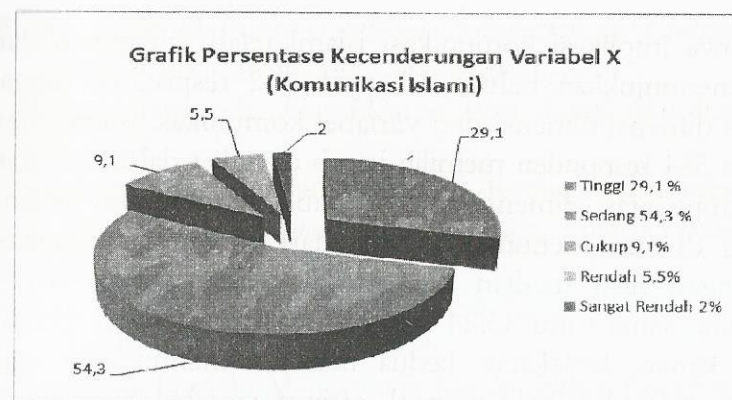
4. Perkataan yang mulia, lemah lembut, dan bertatakrama dengan rasa saling menghormati;

Berdasarkan hasil uji statistik untuk uji kecenderungan, maka diperoleh hasil sebagaimana tertera pada tabel 10 berikut ini, untuk skala skor mentah dari data variabel komunikasi islami (X) perhitungan dari uji tertera pada lampiran:

TABEL 10  
Uji Kecenderungan Variabel X  
Skala Skor Mentah Variabel X (Komunikasi Islami)

NO	Skala skor	Nilai Matang	Nilai	Kategori	F	%
1	( $mi + 1,5 SD$ ) sampai dengan keatas	40	$x > 40$	Tinggi	112	29,1
2	( $mi - 1,5 SD$ ) sampai dengan ke atas	29,5	$40 \geq x \geq 29,25$	Sedang	208	54,3
3	( $mi - 0,5 SD$ ) sampai dengan (mi)	24,25	$29,25 > x \geq 24,25$	Kurang	35	9,1
4	( $mi - 0,5 SD$ ) sampai dengan ke bawah	< 24,25	$x < 24,25$	Rendah	21	5,5
			$x < 24,25$	Sangat rendah	8	2
			$\Sigma$		384	100

Dari Tabel 10, nilai x lebih besar sama dengan 40 berjumlah 112 dengan kategori kecenderungan tinggi, bahwa 112 responden mempunyai tingkat kecenderungan yang tinggi atau sangat setuju terhadap dimensi dari variabel komunikasi islami. Untuk nilai x lebih kecil dari 40 dan lebih besar dari 29,25 berjumlah 208 responden yang mempunyai tingkat kecenderungan dalam kategori sedang atau setuju terhadap dimensi dari variabel komunikasi islami, untuk nilai X kurang dari 29,25 dan lebih besar dari 24,25 berjumlah 35 responden dalam kategori kecenderungan kurang setuju, sedangkan nilai X sama dari 24,25 berjumlah 21 kategori kecenderungan rendah atau tidak setuju dan nilai X lebih kecil dari 24,25 berjumlah 8 dalam kategori sangat rendah atau sangat tidak setuju terhadap dimensi dari variabel komunikasi islami. Dari data skala skor mentah variabel X (komunikasi islami) dapat dilihat dengan Diagram Persentase Uji Kecenderungan berikut :



Gambar 8 : Diagram Persentase Kecenderungan Variabel (X) Komunikasi Islami

Dari Gambar 8 dapat dilihat persentasi kecenderungan variabel X tentang komunikasi islam, berdasarkan skala butir angket 99% - 100% untuk pilihan jawaban sangat setuju maka, 29,1% responden cenderung memilih sangat setuju atau sangat baik atas dimensi variabel komunikasi islami (X). Skala butir 70% - 98% untuk pilihan jawaban setuju maka, 54,3% responden cenderung memilih setuju atau baik atas dimensi variabel komunikasi islami (X), dan skala butir 50% - 69% untuk pilihan jawaban kurang setuju atau kurang baik maka, 9,1 % reseponden cenderung memilih kurang setuju atas dimensi variabel komunikasi islami (X). Skala butir 30% - 49% untuk pilihan jawaban tidak setuju atau kategori rendah, maka 5,5 % reseponden cenderung memilih tidak setuju atau rendah atas dimensi variabel komunikasi islami (X), sedangkan dengan skala butir 10% - 29% untuk pilihan jawaban sangat tidak setuju atau kategori sangat rendah, maka 2% reseponden cenderung memilih tidak setuju atau sangat rendah atas dimensi variabel komunikasi islami (X).

### Kesimpulan

Dari hasil uji statistik diatas dapat disimpulkan bahwa Implikasi komunikasi islami telah dilakukan pada Madrasah Aliyah Negeri Kota Medan, dengan 70%-80%, sampel mengatakan

setuju bahwa implikasi komunikasi islami telah diterapkan dan hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 112 responden sangat setuju atas dimensi-dimensi dari variabel komunikasi islami, atau 29,1% dari 384 responden memilih jawab diangket dalam kategori sangat setuju atas dimensi dari variabel komunikasi islami. Histogram di atas menunjukkan data dari variabel komunikasi islami dengan nilai median dan mean terlihat berada dalam interval yang sama yaitu 33,24 dan 35,1, dan nilai mode berada disebelah kanan, kedekatan kedua nilai ini menunjukkan arah menuju ke arah distribusi normal, artinya variabel komunikasi islam pemusatnya condong ke kanan. Artinya komunikasi islami cenderung telah dilakukan pada Madrasah Aliyah Negeri. Untuk itu kita bisa melihat tingkat kecenderungannya berapa persesen telah dilakukannya komunikasi islami pada Madrasah Aliyah Negeri. Temuan atas penelitian, melahirkan suatu konsep baru, adalah: “ Adanya Implikasi Komunikasi Islami pada Madrasah Aliyah Negeri”.

### Daftar Pustaka

#### Buku-buku

- Abelson. Rizal, *History of Ethics*, (1972), dalam Paul Edwards, *The Encyclopedia of Philosophy*, (New York: The Macmillan Company & The Free Press, T)
- Amir, Mafri. *Etika Komunikasi Massa dalam pandangan Islam*, Jakarta: Logos, 1999.
- Muis. A, *Komunikasi Islami*, Remaja Rosdakarya, Bandung: 2001.
- Awaluddin Pimay, *Pradigma Dakwah Humanis*, Semarang: Rasail, 2005.
- Al-Jauziyah, *Ibnu Qoyim, Ighatsanu lahfan min Mushabidisi Syetan*, Kairo: tp, 1320 H, Juz 1, 2011.
- Beekun. Rafik Issa, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Badan Pusat Statistik Utara, *Kota Medan Dalam Angka, 2012*, BPS Sumatera Utara : 2012.

- Bhote, Keki R. *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty*. American Management Association. 1996
- Coleman, James S, *Dasar-Dasar Teori Sosial*, Bandung : Nusa Media, 2008.
- Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Drajat, Amtoeni, *Komunikasi Islam dan Tantangan Modenitas*, Medan: Perdana Mulia Sarana, 2008.
- Donaldson, Dwight M, *Studies in Muslim Ethics*, London: S.P.C.K., 1953.
- Effendi, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafah Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- FrancisButtle, *Customer Relationship Management: Concept and Tools*, Malang: Bayumedia Publishing. 2007
- Gaspersz, Vincent. *Total Quality Management (TQM)*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Hafied H. Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Head, Brian, *The Publik Services and Government Communion: Pressure and Dilemmas*, in sally Young (ed) *Government Communication in Australia*, Melbourne: Cambridge University Press, 2007.
- Joseph. A. DeVito, *Human Communication*, terjemah Agus Maulana, Jakarta: Prosessional Book, 1997
- John M. Ivancevich, Robert Konopase, Michael T. Matterson, *Organization Behavior and Management*, terjemah Dharma Yuwono, Edisi ketujuh, Jakarta: Erlangga, 2006
- Kantor Wilayah kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara, *Data RA & Madrasah Sesumatera Utara, 2009-2010*, Medan: KEMENAG Sumatera Utara, 2012.
- Kholil. Syukur, *Komunikasi Islami*, Bandung: Citapustaka Media, 2007.
- Lasswell, Harold D, *The Structure And Function Of Communication In Society*, In Lyman Bryson (editor), 1984, *The Communication Of*

- Ideas*, New York: Institute For Religious and Social Studies, Jewish Theological, Seminary Of America, 1984.
- Littlejohn, Stephen W, 2001, *Theories Of Human Communication*, USA: Wadsworth Publishing, 2001.
- Muwafik, Saleh. *Public Service Communication (Praktik komunikasi dalam Pelayanan Publik)*, Malang: UMM Press, 2010.
- Mary Jo Hatch, *Organization Theory Modern Symbolic and Postmodern Perspective*, New York: Oxford University Press, 1997
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: Rosda, 2001.
- Young, Sally (ed). *Government Communication in Australia*, Melbourne: Cambridge University Press, 2007.
- Ya'qub. Hamza, *Etika Islam*, Jakarta: Publicita, 1978.
- Warsono, Nono. *Teori Pilihan Rasional*, IAIN Syaikh Nurjati: Cirebon, 2010.
- Muktiyo. Dr. Widodo, *Etika Religius dalam Komunikasi*, dalam <http://widodomuktiyo.staff.uns.ac.id/2011/05/10/etika.religius.dalam.komunikasi/>
- Zulkiple, Ghani, Abd, *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*, Kuala Lumpur: Utusan publication&Dist, TT.

### Jurnal

- Davis, Richard, *Challenge and Change: The Future of Professional Practice in The Public Sector: some Reflection*. *Jurnal of Finance and Management in Public Services*, Volume 7 no 2, 3 March 2010.

## Pencapaian Akreditasi Madrasah Aliyah Di Kota Bandar Lampung

Oleh Nur Alia

### Abstraksi

Artikel ini menyajikan hasil penelitian mengenai pencapaian akreditasi dan problematikanya yang terjadi pada Madrasah Aliyah (MA) di Kota Bandar Lampung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Pengumpulan data lapangan dilakukan pada bulan September 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa MA yang belum berstatus "terakreditasi" dikarenakan nilai yang kurang dari standard dan terdapat beberapa MA yang baru berdiri sehingga belum memenuhi syarat untuk mengajukan akreditasi. Kemudian permasalahan yang terjadi seputar akreditasi adalah kurangnya sosialisasi dan pembinaan terkait akreditasi dari pihak Kemenag sehingga madrasah sangat bergantung pada Pengawas Madrasah, madrasah yang tidak terakreditasi tidak mendapatkan prioritas untuk mengajukan akreditasi kembali, minimnya sarana dan prasarana yang dimiliki MA swasta sehingga untuk mencapai standar sarana dan prasarana relatif sulit, serta hasil akreditasi yang tidak diberitahukan secara tertulis kepada madrasah sehingga madrasah tidak mengetahui aspek mana yang harus diperbaiki.

**Term Kunci :** Pencapaian, Akreditasi, Madrasah, Pemerintah.

### Pendahuluan

Akreditasi sekolah/madrasah menjadi suatu keharusan bagi penjaminan dan pengendalian mutu pendidikan di Indonesia. Hal itu tercantum dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2013 Tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan pasal 2 ayat (2) untuk penjaminan dan



