

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pola Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Menurut etimologi, atau studi tentang asal-usul kata-kata, kata bahasa Inggris " *communication* " berasal dari kata Latin *communis*, yang berarti "sama," serta *communico*, *communication*, atau *communicare*, yang berarti "untuk membuat hal yang sama "(Untuk membuat umum). Istilah pertama (*communis*), yang merupakan akar dari beberapa kata Latin yang terkait erat, adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal dari kata "komunikasi." Komunikasi menyiratkan bahwa konsep, makna, atau pesan sama -sama dipahami.

Menurut Onong Uchjana, komunikasi adalah proses yang pada dasarnya melibatkan seseorang (komunikator) yang menyampaikan pikiran atau perasaan mereka kepada orang lain (komunikan). Gagasan, fakta, pendapat, dan hal -hal lain yang datang dari pikiran mungkin disebut pikiran. Keyakinan, kepastian, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegembiraan, dan emosi yang mendalam lainnya adalah contoh perasaan.¹

Komunikasi adalah proses menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain. "Komunikasi adalah proses pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain, sehingga ada pemahaman bersama," tulis Soejono Soekanto dalam bukunya *Sociology Dictionary*. Agar ada timbal balik antara komunikator dan komunikan,

¹ Onong Uchajan Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 8.

kebersamaan dalam proses komunikasi sangat penting. Perubahan sikap, pendapat, dan perilaku komunikan dapat menjadi tanggapan terhadap pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator.²

Proses komunikasi memungkinkan kita untuk berinteraksi (bergaul) dengan orang lain. Tanpa komunikasi, kita tidak dapat terus memberikan kebijaksanaan atau pengalaman kita kepada orang lain. Individu menanggapi orang lain, kelompok, organisasi, atau komunitas melalui proses komunikasi, membuat pesan yang relevan dengan lingkungan dan orang lain.³

Menurut definisi lain, komunikasi adalah proses pertukaran informasi, biasanya melalui sistem simbol yang banyak digunakan, dengan berbagai tingkat kualitas. Ada berbagai cara orang dapat berkomunikasi, dari interaksi tatap muka antara dua orang hingga sinyal menyerahkan pesan yang disampaikan di seluruh dunia melalui jaringan telekomunikasi.⁴

Karena fakta bahwa orang adalah makhluk sosial yang saling bergantung, komunikasi sangat penting bagi keberadaan manusia. Komunikasi yang efektif memungkinkan orang untuk keluar dari tugas harian mereka tanpa insiden. Tanpa komunikasi yang efektif, tugas harian dilakukan secara tidak menentu di rumah, di masyarakat atau organisasi, dan di mana pun orang dipandang sebagai objek.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

2. Pengertian Komunikasi Organisasi

Menurut penelusuran W. Charles Redding istilah *Organizational Communication* untuk pertama kalinya digunakan oleh Alex Bavelas dan Bertram Barret dalam laporan riset yang berjudul “An Experimental Approach to Organizational Communication.” Bavelas dan Barret merujuk pada komunikasi organisasi dalam judul esai mereka, yang mengklaim bahwa

²Soejono Soekanto, *Kamus Sosiologi Cet III*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993), hlm. 90.

³Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 3.

⁴*Ibid.*, hlm. 3.

organisasi adalah sistem pemrosesan informasi dan bahwa kapasitas mereka untuk mengelola informasi menentukan seberapa baik mereka dapat melaksanakan tugas mereka.

Secara tepatnya Bavelas dan Barret menegaskan kedua hal itu dalam pernyataan sebagai berikut, “organisasi adalah sebuah sistem yang dikembangkan untuk menghimpun, menilai, menggabungkan, komunikasi adalah dasar dari kegiatan terorganisir dan merupakan kegiatan mendasar yang berfungsi sebagai sumber dari semua fungsi lainnya, yang mengejutkan jika dalam pengertian ini efektivitas organisasi dalam mencapai tujuannya terkait dengan kapasitas organisasi untuk menangani informasi.

Lee Thayer di dalam buku teori berjudul *communication an communicatio an communication systems : In Organization, Management amd Interpersonal Relations* mengembangkan definisi komunikasi organisasi bahwa komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi baik dalam organisasi maupun antara organisasi dan lingkungannya, yang mendefinisikan organisasi dan menentukan karakteristiknya, tingkat kegembiraan, dan pola gerak. Jorge Schament penyunting Encyclopedia of communication and Information mengatakan Komunikasi organisasi, sesuai dengan definisi ini, adalah proses (yang melaluinya) orang membentuk, mengasah, dan menafsirkan perilaku dan simbol (verbal atau nonverbal), apakah disengaja atau tidak disengaja, melalui interaksi (dengan perantara atau langsung), di dalam dan di seluruh konteks dari organisasi tertentu. Dalam buku mereka komunikasi organisasi, R. Wayne Pace dan Don F. Faules menawarkan definisi komunikasi organisasi sebagai pertukaran dan interpretasi pesan antara satu-satunya unit komunikasi yang merupakan komponen dari suatu organisasi. Sekelompok unit komunikasi yang saling berhubungan dan terhubung secara hierarkis yang bekerja bersama untuk membentuk organisasi.⁵

⁵*Ibid.*, hlm. 41.

Untuk memerangi lingkungan yang tidak jelas atau terus berubah, Goldhaber mendefinisikan komunikasi sebagai proses pengembangan dan berbagi pesan dalam jaringan individu yang saling tergantung. Tujuh konsep penting proses, pesan, jaringan, saling ketergantungan, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian - termasuk dalam definisi ini. Yang ketujuh paling baik dijelaskan sebagai berikut:⁶

1. Proses

Suatu organisasi adalah struktur yang dinamis dan terbuka di mana para anggotanya menciptakan dan berkomunikasi satu sama lain. Ini disebut dianggap sebagai suatu proses karena tanda-tanda membuat dan mentransmisikan informasi ini terus berlanjut tanpa henti.

2. Pesan

Pesan adalah pengaturan simbol yang berisi banyak informasi tentang individu, benda, dan peristiwa yang disebabkan oleh interaksi dengan orang lain. Dalam pengaturan ini, pesan dapat dikategorikan dalam sejumlah cara berdasarkan bahasa yang digunakan, audiens yang dimaksud, metode pengiriman, dan tujuan keseluruhan pesan.

3. Jaringan

Satu seri membentuk organisasi, dan setiap anggota dari seri itu mengisi posisi atau fungsi tertentu di sana. Orang-orang ini menggunakan sistem jalan belakang yang dikenal sebagai jaringan komunikasi untuk membuat dan bertukar komunikasi. Jumlah peserta dalam jaringan komunikasi ini dapat berkisar dari dua hingga banyak atau mungkin seluruh perusahaan. Peran peran, arah, dan aliran pesan hanyalah beberapa dari banyak variabel yang mempengaruhi sifat dan luas jaringan ini.

4. Keadaan saling tergantung

⁶ Khomsarial, *Komunikasi Organisasi Lengkap Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2014), hlm. 13.

Gangguan akan memengaruhi grafik organisasi lainnya dan berpotensi seluruh sistem jika terjadi di satu bidang organisasi. Prinsip serupa berlaku untuk jaringan komunikasi organisasi tambahan.

5. Hubungan

Fungsi bagian organisasi tergantung pada orang karena itu adalah sistem terbuka dan sistem aktivitas sosial. Dengan kata lain, sistem tempat manusia menghubungkan aliran komunikasi dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, perlu untuk mempelajari hubungan manusia dalam organisasi yang menekankan perilaku komunikasi mereka yang terlibat dalam suatu hubungan.



6. Lingkungan

Istilah "lingkungan" mengacu pada keseluruhan dunia fisik serta unsur-unsur sosial yang diperhitungkan ketika membuat keputusan tentang orang-orang dalam suatu sistem. Komunikasi organisasi terutama mengacu pada interaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi, yang mencakup budayanya, serta antara organisasi dan dunia eksternalnya. Budaya organisasi didefinisikan sebagai pola kepercayaan dan harapan anggota yang menghasilkan norma-norma yang mempengaruhi perilaku individu dan kolektif dalam organisasi.

7. Ketidakpastian

Ketidakpastian didefinisikan sebagai perbedaan antara informasi yang saat ini tersedia dan informasi yang diantisipasi. Organisasi biasanya membuat dan menukar pesan di antara para anggotanya, melakukan penelitian, mengembangkan organisasi, dan mengambil kegiatan

rumit integrasi tinggi untuk mengurangi elemen ketidakpastian ini. Terlalu sedikit informasi dan terlalu banyak informasi yang diterima mungkin berkontribusi pada ketidakpastian.⁷

3. Pola Komunikasi Organisasi

Pola komunikasi terdiri dari kata-kata "pola" dan "komunikasi." Suatu pola dinyatakan sebagai cara untuk mewakili objek yang mewujudkan kompleksitas suatu proses dan keterkaitan antara komponen pendukung.⁸ Sementara E. Vveret M. Rogers, dikutip oleh Hafied Cangara, komunikasi yang ditentukan sebagai proses di mana suatu ide dikirim dari sumber ke satu atau lebih penerima dengan maksud memodifikasi perilaku mereka.⁹

Komunikasi dilakukan dengan pola, misalnya. Anggota organisasi akan berkomunikasi melalui pesan. Melalui proses yang dikenal sebagai pola aliran informasi atau jaringan komunikasi, pesan dipertukarkan.¹⁰

Untuk mempromosikan pemikiran sistematis dan logis, metode komunikasi adalah metode yang dimaksudkan untuk menyampaikan realitas item senior yang dibahas dan kesinambungannya. Pola komunikasi adalah representasi dari proses komunikasi, dan setiap langkah proses akan memiliki pola yang sesuai yang mudah diterapkan. Karena pola komunikasi adalah komponen dari proses komunikasi, dua istilah "pola komunikasi" dan "proses komunikasi" adalah identik. Tindakan mengirim pesan dan menunggu tanggapan penerima disebut sebagai proses komunikasi.

Pola, model, dan komponen minor semuanya akan sangat terkait dengan proses komunikasi.

Tiga gaya komunikasi yang menjadi garis besar S. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. Menurut model Tubbs, ada dua komunikator dan dua komunikan di masing-masing dari dua

⁷ *Ibid.*, hlm. 14.

⁸ Wirayanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Gramedia Widiasavina, 2004), hlm. 9.

⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 1.

¹⁰ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam prespektif dan praktek*, (Malang: UMM Press, 2008), hlm. 57.

peserta komunikasi. Model ini menunjukkan bagaimana kami memantau perilaku pasangan bicara kami juga, yang mengarah ke reaksi atau efek timbal balik. Model Tubss terlihat seperti ini:

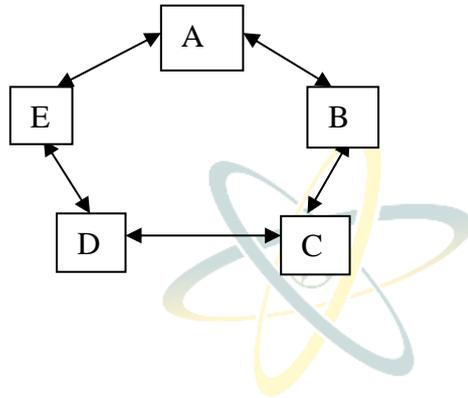
- a. Paradigma komunikasi satu arah yang dikenal sebagai model komunikasi linier. Tanpa mempertahankan seleksi atau interpretasi, komunikasi menanggapi input dengan reaksi atau tanggapan yang diharapkan. Mirip dengan hipotesis jarum hipodermik, teori ini membuat gagasan bahwa setelah membujuk satu orang, penguasa "menyuntikkan satu ampul" persuasi ke orang lain, menyebabkan mereka mematuhi keinginannya.
- b. Model komunikasi dua arah adalah kelanjutan dari pendekatan linier dan model komunikasi intraksional. Ada pertukaran umpan balik dalam model ini (umpan balik). Ada pengirim (pengirim) yang mengirimkan informasi, dan penerima (penerima) yang memilih, mendekode, dan bereaksi terhadap pesan pengirim (pengirim). Dengan demikian, komunikasi terjadi dalam proses dua arah (dua arah) serta proses sirkulasi atau sirkulasi arah (proses sillik), dan peserta memiliki peran ganda, beroperasi pada waktu sebagai pengirim dan pada waktu lain sebagai a penerima.
- c. Komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan antara dua atau lebih individu, menurut paradigma komunikasi transaksional. Setiap orang yang terlibat dalam komunikasi memiliki pesan yang mereka bawa dan bertukar dalam transaksi, dan proses komunikasi ini menyoroti bahwa setiap perilaku adalah komunikatif.¹¹

Menurut Joseph A. Devito di Abdullah Masmuh, ada sejumlah pola yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dalam suatu organisasi, termasuk pola komunikasi organisasi berikut:

¹¹Stewart L. Tubbs, Dkk, *Human communication: konteks-konteks komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010), hlm. 32.

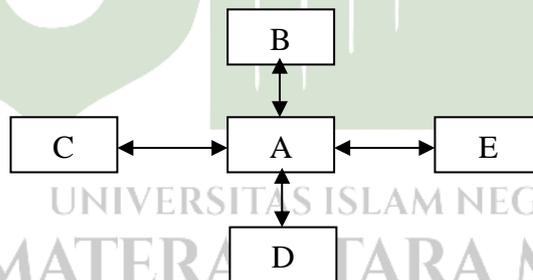
a. Pola Lingkaran

Pola tanpa pemimpin adalah pola lingkaran. Mereka semua menempati tempat yang sama. Mereka sama dalam kekuasaan dan pengaruh. Tidak ada di antara mereka yang sangat kuat. Selain itu, setiap peserta dapat berkomunikasi dengan dua orang lain di pihaknya.



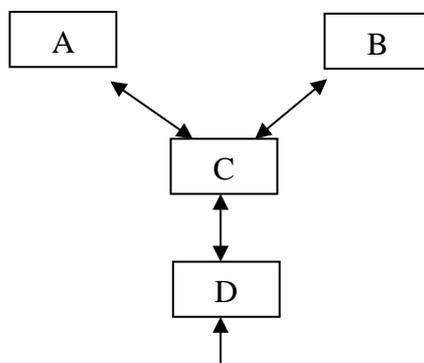
b. Pola Roda

Orang-orang yang merasa di tengah adalah pemimpin yang jelas dari tren ini. Hanya orang ini yang memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Karena itu, jika ada anggota tambahan, pemimpin harus menyampaikan pesan.



c. Pola Y

Pola ini lebih terpusat daripada desain lain, tetapi kurang terpusat daripada pola roda. Anggota pola Y dapat mengirim dan menerima pesan dari dua orang lain, dan ada pemimpin yang jelas. Komunikasi terbatas ada antara tiga anggota lainnya dan hanya satu individu lainnya.



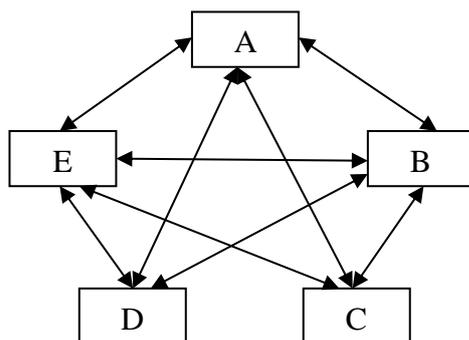
d. Pola Rantai

Mirip dengan pola lingkaran, pola rantai memiliki individu yang hanya dapat berkomunikasi satu sama lain. Di sinilah situasi terpusat berada. Orang-orang di posisi tengah lebih cenderung memimpin daripada mereka yang berada di posisi lain.



e. Pola Bintang (semua saluran)

Pola bintang menyerupai pola melingkar cukup dekat. Semua anggota pola ini identik dan memiliki pengaruh yang sama terhadap anggota lain. Namun, struktur organisasi pola bintang memungkinkan komunikasi antara masing-masing anggota. Selain itu, pola ini memungkinkan keterlibatan anggota maksimum.¹²



¹²*Ibid.*, hlm. 58.

4. Dimensi Komunikasi Organisasi

Komunikasi internal dan eksternal adalah dua elemen komunikasi organisasi.

1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal di dalam suatu organisasi adalah proses menyampaikan pesan antara anggota tim yang bekerja sama untuk keuntungan organisasi, seperti komunikasi antara manajer dan bawahan atau antara bawahan diri mereka sendiri. Komunikasi interpersonal atau kelompok dapat digunakan dalam proses komunikasi internal ini. Selain itu, berkomunikasi dapat dilakukan melalui saluran primer atau sekunder (menggunakan Nirmassa Media). Komunikasi internal ini biasanya dibagi menjadi dua kategori berikut.

- a. Komunikasi vertikal, atau komunikasi yang terjadi baik dari bawah ke atas maupun dari atas ke bawah. Bawahan dan kepemimpinan dapat berkomunikasi satu sama lain dan satu sama lain. Dalam komunikasi vertikal, kepemimpinan memberikan arahan bawahan, arahan, informasi, sementara bawahan memberikan laporan kepemimpinan, rekomendasi, keluhan, dan sebagainya.
- b. Komunikasi horizontal, atau pertukaran informasi antara individu, seperti antara manajer dan karyawan. Pesan komunikasi mungkin berasal dari satu unit organisasi atau bercabang ke unit lain. Komunikasi horizontal ini memudahkan berbagi informasi, metode, dan masalah. Ini meningkatkan moral kerja dan kepuasan kerja sambil membantu organisasi menghindari beberapa masalah dan menyelesaikan yang lain.

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi antara pemimpin organisasi dan individu atau kelompok di luar organisasi disebut sebagai komunikasi eksternal organisasi.

- a. Interaksi dengan grup audiens. Secara umum, komunikasi ini dilakukan sedemikian rupa sehingga pendengar merasa terlibat, atau paling tidak, bahwa ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat mengambil berbagai bentuk, termasuk: siaran pers tentang organisasi, artikel surat kabar atau majalah, dan pidato yang disampaikan melalui radio.
- b. Interaksi antara organisasi dan audiensnya. Umpan balik dari audiens ke organisasi tentang kegiatan dan komunikasi yang telah dilakukan oleh organisasi.¹³

Ada beberapa unsur yang sangat menentukan komunikasi perilaku komunikasi organisasi. (1) Suatu rumusan yang mendeskripsikan tujuan bersama. (2) suatu struktur, setiap organisasi membuat struktur organisasinya sesuai dengan gaya organisasi itu menjalankan tugas. Struktur organisasi akan menunjukkan alur instruksional, alur koordinasi, dan arus supervise. Juga menjelaskan tugas pokok dan fungsi serta wewenangnya. (3) Mekanisme untuk mengatur operasi. (4) Individu yang memainkan berbagai peran. (5) Perusahaan yang baik memiliki visi, tujuan, nilai-nilai, suasana organisasi, motivasi, dan norma-norma kelompok, antara lain.¹⁴

5. Unsur-Unsur Komunikasi

Hafied Cangara mengkategorikan komponen komunikasi menjadi tujuh kategori dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

a. Sumber

Akan ada sumber yang terlibat dalam setiap acara komunikasi sebagai pencipta atau penyedia informasi. Dalam komunikasi manusia, sumber dapat dalam bentuk satu individu atau kelompok, seperti partai, organisasi, atau lembaga. Pengirim adalah istilah umum untuk sumber.

¹³*Ibid.*, hlm 67.

¹⁴Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai kegiatan komunikasi sebagai ilmu*, (Jakarta: KENCANA, 2018), hlm. 79.

b. Pesan

Dalam proses komunikasi, pesannya adalah sesuatu yang dikomunikasikan dari pengirim ke penerima. Pesan dapat dikomunikasikan secara verbal atau melalui cara komunikasi lainnya.

c. Media

Mekanisme untuk mentransfer komunikasi dari sumber ke tujuan adalah media. Ada banyak jenis media lain, seperti lima indera komunikasi interpersonal, yang dianggap sebagai media komunikasi.

d. Penerima

Pihak yang dimaksudkan pesan itu dikenal sebagai penerima. Penerima dapat terdiri dari satu atau lebih individu, serta organisasi, partai politik, atau negara.

e. Pengaruh

Pengaruh adalah variasi dalam apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

f. Tanggapan balik

Adalah jenis pengaruh yang berasal dari penerima. Namun, UMPN sebenarnya dapat berasal dari sumber lain, seperti pesan media, bahkan jika penerima belum menerima pesan tersebut.

g. Lingkungan

Lingkungan memiliki sejumlah elemen yang dapat mempengaruhi bagaimana komunikasi berlanjut. Lingkungan fisik, lingkungan sosial, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu adalah empat kategori di mana elemen ini dibagi.¹⁵

¹⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 24-48.

6. Hambatan Komunikasi Organisasi

Hambatan adalah hal-hal yang mengarah pada kesalahpahaman antara komunikator dan audiens mereka. Penghalang ini mungkin berasal dari pendengar, saluran, atau pesan.¹⁶Hambatan komunikasi dipahami sebagai apa pun yang dapat memiringkan pesan atau mencegah penerima menerimanya. Hambatan fisik, fisiologis, fisiologis, dan semantik adalah empat jenis hambatan komunikasi.¹⁷

Mirip dengan Diharapkan, komunikasi tidak selalu efektif dan mulus di dalam perusahaan. Kesalahpahaman antara dua anggota organisasi sering terjadi. Dia mengutip Wursanto sambil menyatakan bahwa ada 5 kategori hambatan komunikasi yang berbeda, termasuk:

1. Hambatan Teknis

Hambatan ini disebabkan oleh kurangnya infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan organisasi, dengan adanya hambatan fisik untuk komunikasi yang sukses, dan oleh pekerjaan strategi dan prosedur komunikasi yang tidak efektif.

2. Hambatan perilaku

Seperti biasa emosional, lingkungan otoriter, kurangnya kemauan untuk berubah, dan sifat egois.

3. Hambatan bahasa

Yang dimaksud bahasa disini adalah semua bentuk yang dipergunakan dalam proses penyampaian pesan seperti bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik dan sebagainya.

Bahasa dalam konteks ini mengacu pada semua bentuk komunikasi, termasuk bahasa lisan, bahasa tertulis, gerakan, dan sebagainya.

4. Hambatan struktur

¹⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 21.

¹⁷ Devito, Joseph A, *Komunikasi Antarmanusia*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011), hlm.

Penghalang ini juga disebut sebagai penghalang organisasi karena disebabkan oleh variasi dalam tingkat pekerjaan dan struktur organisasi

5. Hambatan jarak

Hambatan geografis adalah nama lain untuk penghalang ini. Komunikasi akan lebih sederhana jika dua orang yang memiliki interaksi berada dalam jarak dekat satu sama lain dalam hal jarak atau geografi.¹⁸

B. Pemuda Islam Indonesia (PII)

Tujuan pemuda Islam Indonesia adalah untuk menyempurnakan pendidikan dan budaya berbasis Islam untuk semua orang Indonesia dan semua umat manusia. Ini adalah sekelompok besar siswa Islam yang secara aktif belajar.

C. Pembinaan Akhlak

1. Pengertian Pembinaan Akhlak

Akhlak adalah substansi yang berasal dari hati, dari mana perilaku sukarela, baik baik atau buruk, berasal. Essensinya siap untuk mengambil pengaruh pembinaan yang sangat baik atau buruk, menurut Tabiat-nya. Perbuatan baik secara alami akan bermanifestasi jika esensi didorong untuk memilih kebajikan, kebenaran, cinta kebaikan, cinta kecantikan, dan kebencian akan kejahatan. Siapa moral yang baik, termasuk yang lemah, sabar, Darmawan, pemberani, baik-baik saja, dan sebagainya dari moral yang baik itu.

Sebaliknya, jika esensinya terbuang, tidak dipromosikan dengan pembinaan proporsional, kebaikan di dalamnya tidak dikembangkan, dan dipupuk dengan pembinaan yang buruk menjadi buruk menjadi sesuatu yang dia sukai, kebaikan menjadi tidak disukai, maka kata-kata buruk keluar dari mulutnya. Ini sering diklaim sebagai moral negatif, seperti pengkhianatan, kebohongan, keluhan, ketamakan, jahat, dan sebagainya.¹⁹

¹⁸ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam perspektif Teori dan Praktek*, (Malang: UMM Press, 2008), hlm. 82.

¹⁹ Abu Bakar Jabir Al-Jazari, *Ensiklopedi Muslim Minhajul Muslim*, (Jakarta: Cet Darul Falah, 2000), hlm. 217.

Memurnikan jiwa adalah salah satu persyaratan Islam. Jika melanggar komitmen ini akan merugikan dunia dan akhirat. Menurut Alquran, orang-orang harus mengekspos sifat-sifat memalukan mereka, seperti menjadi sombong, hemat, serakah, dan sebagainya. Menurut sejarah dan Alquran. Ahlubait dan studi tentang pemurnian diri berada di bawah kategori sebagian besar tugas wajib.²⁰

Akhlah juga merujuk pada perilaku, sikap, perbuatan, sopan santun, dan sopan santun. Istilah "karakter mulia" mengacu pada perilaku manusia yang mematuhi ajaran Alquran dan hadits, yaitu sopan santun yang ditunjukkan oleh Nabi Muhammad dan diberikan kepada semua orang saat dia masih hidup. Ada dua cara untuk mendefinisikan moral: pendekatan terminologis dan metode linguistik (debat) (terminal).

Kata untuk akhlak dalam bahasa Arab adalah khuluk, yang diterjemahkan loghat sebagai "karakter, temperamen, sikap, atau karakter." Kalimat tersebut memiliki unsur-unsur yang konsisten dengan kata-kata "Khalaqun," yang diterjemahkan menjadi "peristiwa," dan terhubung dengan "pencipta," yang berarti "pencipta," dan "makhluk," yang berarti "dibuat," dengan cara yang dekat .

Sebagai jembatan yang memungkinkan hubungan antara khaliq dan makhluk dan antara makhluk, perumusan gagasan moral muncul. Menurut pesan Allah di QS. Al-Qalam: 4

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: *Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.*

Mengenai kata "budi" yang menggabungkan kata-kata "budi" dan "pekerti," manusia memiliki sesuatu yang disebut buni, yang terhubung dengan kesadaran dan termotivasi oleh pemikiran, rasio, atau karakter. Manusia menunjukkan Pekerti, juga dikenal sebagai perilaku, karena jantung mengendalikannya. Karakter, kemudian, adalah gabungan dari rasio dan emosi yang berasal dari niat dan perilaku manusia. Namun, dalam arti moral, keinginan adalah

²⁰ Hoosein Mazahereri, *Akhlah Untuk Semua*, (Jakarta: Al Huda, 2005), hlm. 1.

kerinduan yang ada dalam jiwa dan akan dipenuhi melalui tindakan tanpa menggunakan akal atau pikiran.²¹

Kita bisa melihat 5 sifat yang termasuk dalam perilaku akhlak dari definisi moralitas secara substansi, yang meliputi, antara lain:

- 1) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang begitu mendarah daging dalam jiwa seseorang sehingga mereka telah menjadi bagian dari siapa dia.
- 2) Tindakan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan secara sembarangan dan tidak sadar. Ini menunjukkan bahwa ketika bertindak, individu yang dimaksud sadar tetapi memiliki kehilangan ingatan, tidur, dan gila.
- 3) Tindakan akhlak adalah yang dilakukan seseorang secara sukarela, tanpa paksaan atau tekanan luar. Tindakan akhlak adalah tindakan yang dilakukan sesuai dengan kemauan, pilihan, dan keputusan yang relevan. Bidang studi yang dikenal sebagai sains moral meneliti perilaku manusia yang dapat diklasifikasikan sebagai baik atau buruk.
- 4) Tindakan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan serius, bukan sebagai bagian dari kinerja atau permainan.
- 5) Mirip dengan poin sebelumnya, perilaku akhlak, terutama yang baik, adalah yang dilakukan karena cinta yang tulus kepada Allah dan tidak karena keinginan untuk menerima perantara dari orang lain.²²

Usaha-usaha pembinaan akhlak melalui berbagai macam metode terus dikembangkan. Ini menunjukkan bahwa akhlak memang perlu dibina, dan pembinaan ini ternyata membawa hasil berupa terbentuknya pribadi-pribadi muslim yang berakhlak mulia, taat kepada Allah dan Rasul-Nya, hormat kepada ibu-bapak, sayang kepada sesama makhluk Tuhan dan seterusnya.

²¹Yaqub Hamzah, *Etika Islam*, (Bandung: CV Diponegoro, 1998), hlm. 10.

²² Sinaga, Hasanudin dan Zaharuddin, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 32.

Sebaliknya, keadaan menunjukkan bahwa anak-anak yang tidak dibina akhlaknya, atau dibiarkan tanpa bimbingan, arahan, dan pendidikan ternyata menjadi anak-anak yang nakal, mengganggu masyarakat, melakukan berbagai perbuatan yang tercela dan seterusnya. Ini menunjukkan bahwa akhlak perlu dibina.²³

Banyak inisiatif untuk mempromosikan akhlak masih diciptakan. IMI menunjukkan pentingnya menumbuhkan akhlak, dan pembinaan ini menghasilkan hasil dalam bentuk umat Islam yang memiliki karakter teladan, mematuhi Allah dan utusan-Nya, menghormati ibu, kasih sayang terhadap anggota penciptaan Tuhan lainnya, dan sifat-sifat lainnya. Keadaan, di sisi lain, menunjukkan bahwa anak-anak yang tidak dibesarkan dengan akhlak, atau yang ditinggalkan tanpa kepemimpinan, arahan, atau instruksi, ternyata adalah anak-anak nakal yang mengganggu lingkungan, terlibat dalam berbagai perilaku yang menjijikkan, dan dan segera. Ini menunjukkan perlunya memelihara akhlak.²⁴

Pengembangan atau pembinaan akhlak dapat dipahami sebagai upaya serius untuk membentuk anak-anak yang menggunakan sumber daya pendidikan yang berkembang dengan baik dan pembinaan yang dilakukan dengan serius dan teratur. Pengembangan akhlak didasarkan pada gagasan bahwa akhlak muncul sebagai hasil dari upaya pembinaan daripada terjadi secara alami. Ketika didekati dan dibesarkan dengan cara yang tepat, potensi manusia yang meliputi kecerdasan, nafsu, alam, hati nurani, dan intuisi yang terbaik dibudidayakan.

Anak -anak atau orang yang baik akan diproduksi oleh program pendidikan dan pengembangan akhlak jika direncanakan dengan baik, sistematis, dan hati -hati dilakukan. Tujuan dan peran lembaga atau organisasi Islam dapat ditemukan di sini. Oleh karena itu, tujuan dari organisasi Islam akan menjadi upaya untuk mendidik, melatih, dan membentuk seseorang untuk menjadi manusia, sebagaimana dirangkum dalam visi dan misi organisasi.²⁵

²³Nata Abuddin, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 158.

²⁴Op. cit, hlm. 133.

²⁵Zuhairini, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 94.

Potensi manusia dan perkembangan akhlak membutuhkan bantuan orang lain untuk memimpin, mendorong, dan memandu potensi ini untuk tumbuh dan berkembang secara alami dan idealnya, memungkinkan efisiensi dan efektivitas kehidupan mereka. Mereka akan dapat beradaptasi dengan lingkungan mereka dengan cara ini, baik lingkungan sosial maupun fisik. Dengan demikian, akhlak adalah upaya yang disengaja dan berkelanjutan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga Islam untuk membesarkan anak-anak untuk menjadi manusia dengan karakter mulia, mampu mewujudkan potensi keagamaan penuh mereka jika mereka dibesarkan di lingkungan yang benar.

2. Macam- Macam Akhlak

Pada dasarnya akhlak dibagi menjadi dua yaitu akhlak terpuji (akhlak *mahmudah*) dan akhlak tercela (akhlak *mazmumah*).

a) Akhlak Terpuji (Akhlak *Mahmudah*)

Menurut Imam al-Ghazali, Akhlak Mahmudah dikenal sebagai "Khair" dalam bahasa Arab, yang merupakan nama lain untuk akhlak (karakter bangsawan). Nilai-nilai positif adalah sumber kekuasaan dan hubungan yang lebih dekat dengan Allah SWT. Jadi setiap Muslim harus belajar dan berlatih.²⁶

Moral dan iman dan kesalehan terkait erat. Akhlak Mahmudah menyerupai struktur Alquran karena menekankan kebajikan seperti bersikap sopan saat berbicara atau bertindak, berbicara kebenaran bahkan ketika itu menyakitkan, menunjukkan rasa hormat kepada orang lain, dan banyak lagi.²⁷

Ada banyak ilustrasi prinsip-prinsip mengagumkan yang dapat kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk:

²⁶Rosihan Anwar, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2010), hlm. 12.

²⁷Muhammad Abdurrahman, *Akhlak Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 35.

- *Husnudzon*, anggapan yang sangat baik dan bias terhadap orang lain. Sebuah masyarakat yang damai, harmonis, dan perlindungan diri akan muncul jika setiap orang mengadopsi mentalitas Husnudzon karena telah menghilangkan prasangka negatifnya.
- Seseorang yang "Thawadu" adalah orang yang terus-menerus merendahkan dirinya dan hati-Nya di depan Allah SWT; Sikap ini akan menghasilkan sikap rendah hati terhadap orang lain.
- *Tasamuh*, adalah pola pikir yang ditandai dengan menghormati satu sama lain, pemahaman, dan rasa orang lain.²⁸

b) Akhlak Tercela (Akhlak *Mazmumah*)

Akhlak mazmumah adalah akhlak didasarkan pada moral jahat dan tindakan mengerikan yang menempatkan orang lain pada risiko cedera atau diri mereka sendiri, menjauhkan siswa dari Tuhan dan sebaliknya, dan tidak bermain dengan umat manusia. Misalnya, mengkhianati, berbohong, marah, membunuh, dan banyak lagi.²⁹

Manusia jatuh ke dalam akhlak Mazmumah karena mereka membiarkan nafsu memerintah hati mereka, membiarkan kemarahan terjadi, dan tidak percaya pada Allah SWT dengan hati mereka. Menurut Ibn Qayyim al-Jauziyah, ada tiga penyebab ketidaktaatan dan keburukan akhlak:

1. Perlawanan hati manusia terhadap apa pun kecuali Allah.
2. Pengajuan untuk kemarahan yang tidak terkendali
3. Sebagai hasil dari despotisme, sikap, dan shirk.³⁰

Berikut adalah beberapa contoh kebobrokan akhlak:

- Su'udzon, atau selalu memiliki bias terhadap orang lain, adalah sikap.

²⁸Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 5.

²⁹*Ibid.*, hlm. 48.

³⁰*Ibid.*, hlm. 52

- Memiliki sikap yang bangga dan bertindak dengan bangga.
- Iri.³¹

3. Ruang Lingkup Akhlak

Ruang lingkup moralitas setara dengan ruang lingkup ajaran Islam, terutama yang berurusan dengan struktur hubungan moral antara agama dan Islam dan membahas berbagai topik, seperti:

a) Dedikasi untuk Allah SWT

Akhlak terhadap Allah adalah sikap atau perbuatan yang harus diambil orang sebagai makhluk terhadap Pencipta dan Tuhan mereka. Setidaknya empat faktor mengharuskan orang memiliki karakter terhadap Allah SWT:

- Pencipta manusia, Tuhan.
- Tuhan, yang memberkahi orang dengan berbagai indera.
- Tuhan, yang memberi Mania perlengkapan pancaindra yang ideal.
- Tuhan, yang telah memberi mereka alat dan infrastruktur yang mereka butuhkan untuk bertahan hidup.
- Tuhan, yang telah meninggikan manusia dengan memberi mereka kendali atas tanah dan air.³²

Ada beberapa cara untuk hidup secara akhlak ke arah Tuhan. Salah satunya selalu mengucapkan terima kasih atas bantuannya, sebagaimana dinyatakan dalam QS. Al Baqarah: 152.

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ؕ

Artinya: Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari nikmat-Ku.

³¹Abuddin Nata, *Akhlak Tasawwuf dan....*, hlm. 5.

³²Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karater Mulia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm.

b) Akhlak Terhadap Makhluk (Sesama Manusia)

Pembentukan dan perluasan iman seseorang memiliki konsekuensi untuk perilaku akhlak seseorang terhadap orang lain, termasuk diri mereka sendiri. Salah satu tanda agama mendalam seseorang adalah perilaku mereka terhadap orang lain, seperti kesopanan mereka dan memperhatikan orang lain. Perilaku manusiawi memiliki implikasi moral bagi orang tua, guru, tetangga, dan tokoh berpengaruh lainnya.

- Akhlak Terhadap Diri Sendiri

- a. Kesabaran, yang menolak keinginan nafsu untuk memenangkan persetujuan Tuhannya dan menggantikannya dengan kesengsaraan parah yang diarahkan kepadanya oleh Allah SWT.
- b. Bersyukur, yang merupakan sikap tidak menyalahgunakan hadiah Allah SWT.
- c. Memenuhi kewajiban, yang merupakan karakter dan sikap orang yang setia, tulus, dan jujur ketika menangani sesuatu yang dipercayakan kepadanya, apakah itu dalam bentuk properti atau kewajiban kewajiban.
- d. Nyata atau jujur, yaitu situasi seperti sebenarnya, tanpa berlebihan atau penyembunyian.
- e. Menepati janji, dan
- f. Memelihara kesucian diri.³³

- Akhlak Terhadap Keluarga

a. Berbakti Kepada Orangtua

Allah SWT menciptakan kita melalui Ibu dan Ayah kita; Dia adalah orang tua yang sangat layak yang tidak bisa dijawab dari puncak gunung, dan tidak akan dikembalikan. Untuk menghindari menghancurkan hati mereka, kita anak-anak harus menunjukkan kepada mereka pengabdian dan rasa hormat.

³³ Depag RI, Op. Cit, hlm. 96-104.

b. Bersikap Baik Kepada Saudara

Setelah melakukan komitmen kepada Allah SWT dan Orang tua, agama Islam memerintahkan bahwa seseorang harus baik kepada keluarga atau hubungan dekat. Saudara saya dapat hidup berdampingan dalam harmoni dan ketenangan.

- Akhlak Terhadap Masyarakat

a. Seorang tetangga adalah orang terdekat berikutnya dengan kami setelah anggota keluarga. Tetangga adalah orang-orang yang lebih dekat dengan tempat tinggal kita dan yang selalu kita butuhkan, sehingga kita harus baik kepada mereka. Akibatnya, tidak akan menimbulkan masalah atau kekhawatiran.

b. Suka Menolong Orang Lain

Perintah Allah untuk semua Muslim, yang dapat diekstraksi dari hukum dengan cara yang sesuai dengan keadaan barang atau orang yang bersangkutan, adalah untuk membantu untuk kebaikan dan kesalehan kepada Allah.

- Akhlak Terhadap Lingkungan

Lingkungan dalam konteks ini mengacu pada apa pun yang ada di dekat orang, termasuk tanaman, hewan, dan barang mati. Kewajiban dan wewenang untuk mengatur dunia ini untuk keberhasilan mereka sebagai hadiah dari Allah SWT yang harus disimpan dan dilestarikan diberikan kepada semua umat manusia berdasarkan prinsip itu.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Akhlak

Salah satu manfaat iman yang meresapi kehidupan religius adalah keutamaan akhlak dan perilaku. Moral didefinisikan sebagai kualitas tindakan, kata-kata, dan sikap seseorang yang mencerminkan nilai-nilai batin atau bawaannya, apakah mereka tinggi atau rendah. Tetapi tidak

semua orang memiliki moral yang baik, dan ini karena sejumlah variabel dapat membentuk atau mempengaruhi akhlak, termasuk:

a. Pembawaan *Naluriyah* (*Gharizah* atau *Insting*)

Sebagai makhluk biologis, manusia memiliki sifat-sifat mendasar yang disebut naluri atau sifat yang mengarahkan perilaku mereka sejak lahir. Karena tindakan baik dan mengerikan sering muncul dalam perilaku manusia, Plato mengklaim bahwa sifat baik manusia dan sifat buruk terkait erat. Bayi yang baru lahir sebenarnya memiliki sifat yang layak, tetapi menurut filsuf Prancis J.J. Rousseau, perubahan sifat seperti itu karena faktor lingkungan (asosiasi).³⁴

Karena manusia telah ada, naluri tidak berubah. Namun, karena naluri ini secara langsung terikat pada nafsu (kemarahan dan muthmainnah), yang sering menyebabkan degenerasi moral pada manusia, konsekuensi negatifnya dapat diatasi dengan aspek yang berkaitan dengan pendidikan dan pelatihan.³⁵

b. Sifat-Sifat Keturunan (*Al-Warithah*)

Menurut Mansur Ali Rajab, fitur (bawaan) yang orang tua berikan kepada anak-anak mereka adalah apa yang oleh Mansur Ali Rajab disebut yakni anak-anak dan cucu.

c. Lingkungan dan Adat Istiadat

Akhlak manusia secara substansial dibentuk oleh lingkungan alam dan lingkungan sosial (kebiasaan), yang disebut sebagai variabel empiris dalam pendidikan (pengalaman hidup). Pertumbuhan dan perkembangan pada manusia juga dipengaruhi oleh pengaruh di luar diri mereka sendiri. Secara khusus, pengalaman yang disengaja (pendidikan dan pelatihan) dan faktor-faktor yang tidak disengaja, seperti lingkungan eksternal, lingkungan internal (al-Biah) dan lingkungan sosial (al-adab).³⁶

d. Agama

³⁴Afiantoni, *Prinsip-Prinsip Pendidikan Akhlak Generasi Muda*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 39.

³⁵*Ibid.*, hlm. 40.

³⁶*Ibid.*, hlm. 41.

Setiap manusia harus memiliki keyakinan agama, tetapi itu juga harus hidup di dalam dirinya, mengarahkan setiap elemen keberadaannya. Misalnya, bertindak sebagai sistem ibadah, struktur sosial berdasarkan prinsip-prinsip akhlak, dan lainnya.³⁷

Teori Fakultas (*Faculty Theory*) menegaskan bahwa perilaku manusia terdiri dari sejumlah komponen daripada disebabkan oleh satu masalah:

- Alasan penting dalam memutuskan apakah akan menerima ajaran agama atau tidak mengingat anggapan intelektual seseorang.
- Rasa menciptakan sikap batin yang harmonis dan menggembirakan yang membantu orang menjalani kebenaran ajaran agama.
- Karsa (Will) menghasilkan praktik keagamaan yang tulus dan masuk akal.³⁸

D. Generasi Muda Milenial

1. Pengertian Generasi Muda Milenial

Generasi milenial terdiri dari orang-orang yang lahir antara awal 1980-an dan tahun 2000. *Gen Y*, *Generation WE*, *Net Generation* dan istilah -istilah lain sering digunakan untuk menggambarkan generasi ini. Mereka yang disebut sebagai anggota generasi milenium.³⁹

Generasi Y sering disebut sebagai generasi milenium atau milenium, menurut studi oleh Lancaster dan Stillman. Pada Agustus 1993, editorial surat kabar Amerika yang cukup besar, *Serikay*, menggunakan frasa "Generasi Y." Generasi ini telah mulai menggunakan berbagai alat komunikasi langsung, termasuk situs media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram serta email, SMS, dan pesan instan. Generasi Y lainnya adalah yang berkembang di seluruh era Internet yang meningkat.

³⁷*Ibid.*, hlm. 42.

³⁸Ramayulis, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), hlm. 45.

³⁹Purwandi I dkk, *Milenial Nusantara*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 34.

Generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980 dan 2000, masa pertumbuhan teknologi yang hebat, menurut alasan yang disediakan di atas. Menurut rentang usia, generasi milenium terdiri dari orang-orang yang saat ini berusia antara 15 dan 34.⁴⁰

Generasi ini memiliki kepribadian atau identitas yang berbeda. Generasi ERA 4.0, yang secara teknologi cerdas, ekspresif secara sosial, dan terhubung, dikenal sebagai "generasi milenium." Ciri-ciri utama generasi ini meliputi kreativitas, konektivitas, dan kepercayaan diri.⁴¹ Media sosial dan internet telah memberi generasi ini cara menghubungkan orang satu sama lain. Sementara kreativitas generasi milenium, yang bebas dari kebiasaan mendarah daging dan rentan terhadap inovasi, disampaikan. Generasi milenial menghadapi beberapa masalah kritis dan signifikan selain harapan dan prospek yang tinggi untuk kemajuan masyarakat, khususnya di Indonesia.

2. Karakteristik Generasi Muda Milenial

Meningkatnya penggunaan dan kenyamanan dengan media, komunikasi, dan teknologi digital adalah salah satu ciri utama generasi milenium. Generasi milenium, yang dibesarkan di zaman kemajuan teknologi, dikenal karena kreativitas, pengetahuan, hasrat, dan produktivitas mereka.

Berdasarkan penelitian tentang generasi milenium yang dilakukan Boston Consulting Group (BCG) dan University of Barkley pada 2011 di Amerika Serikat, yaitu:

- a) Karena milenium lebih suka membaca di ponsel mereka, minat mereka dalam membaca, seperti yang secara tradisional dilihat, telah anjlok.
- b) Generasi milenial harus memiliki akun media sosial karena pentingnya sebagai sumber informasi dan sebagai alat komunikasi.

⁴⁰Syarif hidayatullah, "Prilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food" *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2 (2018):, hlm. 240-241.

⁴¹Purwandi I dkk, *Milenial Nusantara*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 11.

- c) Generasi milenial lebih memilih istilah "televisi" untuk menggambarkan telepon. Saat ini, menonton televisi tidak lagi menyenangkan karena orang dapat menemukan apa pun yang mereka inginkan di ponsel mereka.
- d) Keluarga adalah faktor utama untuk musyawarah dan pengambilan keputusan di antara generasi milenium.⁴²

Dalam bukunya *Generasi Langgas Milenial Indonesia*, Yoris Sebastian mengklaim bahwa generasi milenium menunjukkan sifat-sifat berikut:

a) *Creative* (Kreatif)

Generasi milenium digunakan untuk berpikir di luar kotak, secara inovatif, dan dengan banyak ide.

b) *Confidence* (Kepercayaan)

Usia milenium dikenal sangat berani dan percaya diri dalam hal berbicara, terutama tentang masalah yang bertentangan dengan hukum.

c) *Connected* (Terhubung)

Generasi milenial dikenal kuat dalam bersosialisasi, terutama di komunitas online atau offline yang aktif di Facebook, Instagram, Twitter, dan media sosial lainnya. Dengan kata lain, mereka adalah generasi yang nyaman dengan teknologi informasi saat ini, yang merupakan keharusan untuk keberadaan mereka.

d) *Collective* (Kolektif)

Generasi milenial dikenal karena rasa komunitasnya yang kuat. Teknologi informasi hadir, yang memicu minat dan menciptakan generasi yang kuat di dalam kelompok.

e) *Customization* (Kustomisasi)

Generasi milenial menjadi lebih sadar akan potensi kebijaksanaan lokal mereka untuk membedakan mereka dari teknologi informasi.

⁴²Badan Pusat Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, hlm. 19-20.

f) *Community* (Masyarakat)

Generasi milenium sangat ingin berkontribusi pada pengembangan rumah dan kota mereka untuk membuat mereka lebih modern dan peka terhadap budaya pemuda setempat.

g) *Close to Family* (Dekat Denan Keluarga)

Generasi milenial percaya bahwa berkomitmen pada orang tua, dengan rasa hormat terhadap orang tua dan keluarga, dan mayoritas orang tua tidak seuntai orang tua dalam generasi sebelum mereka semua adalah sifat yang sangat berharga. Era media sosial saat ini menunjukkan betapa terhubungnya generasi milenium dengan orang tua mereka untuk menginspirasi teman atau orang lain untuk merasakan hal yang sama.

h) *Chasing Inspiration* (Mengejar Inspirasi)

Generasi milenium saat ini dapat menemukan inspirasi di mana pun. Mereka dapat mengakses informasi dari pendapat siapa pun yang mereka pilih, termasuk politisi, pebisnis, pemimpin agama, dan orang lain di semua tingkat pemerintahan, dari lokal hingga nasional.⁴³

Generasi milenial luar biasa dan berkualitas tinggi dalam hal pendidikan. Generasi milenium juga sangat tertarik dan bertekad untuk mengejar pendidikan tinggi. Mereka memahami bahwa pola pikir kritis, berpikiran terbuka, tak kenal takut adalah modal yang penting dan tak ternilai, dan bahwa pendidikan adalah prioritas utama yang harus berlanjut di tingkat yang lebih tinggi. Tentu saja, keahlian teknologi akan membantu menciptakan peluang dan peluang untuk inovasi.⁴⁴

Generasi milenial menonjol dari generasi yang lebih tua karena menuntut hal-hal lebih cepat, dan ketika kita berbicara tentang cepat, maksud kita secara instan.

⁴³Yoris Sebastian, *Generasi Laggas*, (Jakarta: Gagas Media, 2018,), hlm. 35-43.

⁴⁴ Badan Pusat Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, hlm 19.

E. Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian sebelumnya, judul penelitian ini dipilih untuk menghindari duplikasi teks dan penelitian. Ketika penulis membaca penelitian sebelumnya, tampaknya tidak ada yang terlihat seperti tentang Pola Komunikasi Pelajar Islam Indonesia (PII) Dalam Pembinaan Akhlak Generasi Muda Milenial di Kabupaten Asahan. Akan tetapi terdapat judul yang berkaitan dengan Pola Komunikasi Pelajar Islam Indonesia (PII) Dalam Pembinaan Akhlak Generasi Muda Milenial yang pernah diteliti sebelumnya, yakni:

1. Faisal Aries / Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- a. Judul Skripsi: Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Membina Akhlak Generasi Muda di Desa Negara Ratu Kecamatan Sungkai Utara Kabupaten Lampung Utara.
- b. Hasil Penelitian: Penulis menunjukkan metode da'wah, yang melibatkan penyampaian informasi atau pesan Da'wah melalui lisan (diskusi atau dialog langsung antara subjek dan objek da'wah), komunikasi interpersonal yang digunakan oleh kepala desa generasi muda).⁴⁵
- c. Perbedaan dan Persamaan: Adapun persamaan antara peneliti dan milik Faisal Aries sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya penelitian terdahulu dengan peneliti adalah terdapat pada judul dan objek yang diteliti pada milik Faisal Aries.

2. Janika Sariyani / Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- a. Judul Skripsi: Pola Komunikasi Pengasuh Panti Asuhan Tiara Putri Sukarame Bandar Lampung Dalam Pembinaan Akhlak.

⁴⁵ Faisal Aries, Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Membina Akhlak Generasi Muda di Desa Negara Ratu Kecamatan Sungkai Utara Kabupaten Lampung Utara (Lampung: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

- b. Temuan penelitian ini digunakan untuk menumbuhkan anak-anak asuh, yaitu dengan memanfaatkan pola roda dan rantai dengan bentuk komunikasi interpersonal yang lebih condong ke arah komunikasi triadik. Dan dengan mengikuti pola ini, moral anak-anak menumbuhkan secara bertahap dapat meningkat. Kita dapat menarik kesimpulan bahwa teknik-teknik ini bekerja untuk meningkatkan moral anak asuh dibandingkan dengan ketika mereka pertama kali memasuki panti asuhan.
- c. Perbedaan dan Persamaan: Adapun persamaan antara peneliti dan milik Janika Sariyani sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya penelitian terdahulu dengan peneliti adalah terdapat pada judul dan objek yang diteliti pada milik Janika Sariyani.⁴⁶

3. Noni Theresia Sianturi / Universitas Sumatera Utara.

- a. Judul Skripsi: Pola Komunikasi Guru Agama Dalam Pembinaan Akhlak Siswa di SMP Putri Cahaya Medan.
- b. Hasil Penelitian: Perkembangan akhlak murid sebagian besar dipengaruhi oleh guru agama yang menginstruksikan mereka, serta oleh interaksi mereka dengan siswa lain. Ini terjadi sebagai hasil dari dialog yang terjadi di lingkungan keluarga yang nyaman dan akrab. Selain luar biasa di ranah akademik, anak-anak yang unggul juga mendapat manfaat dari perkembangan agama yang disediakan oleh guru agama karena mereka adalah orang-orang yang baik yang disukai oleh orang lain.
- c. Perbedaan dan Persamaan: Adapun persamaan antara peneliti dan milik Noni Theresia Sianturi sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya

⁴⁶ Janika Sariyani, Pola Komunikasi Pengasuh Panti Asuhan Tiara Putri Sukarame Bandar Lampung Dalam Pembinaan Akhlak (Lampung: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

peneliti terdahulu dengan peneliti adalah pada judul dan objek yang diteliti milik Noni Theresia Sianturi.⁴⁷

4. Zuhri Efendi / Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- a. Judul Skripsi: Pendidikan Akhlak Pada Generasi Milenial.
- b. Hasil Penelitian: Pendidikan akhlak adalah bimbingan untuk pengembangan spiritual dan fisik sesuai dengan ajaran Islam, dengan kebijaksanaan mengawasi implementasi semua ajaran Islam melalui arah, pengajaran, pelatihan, perawatan, dan pengawasan. Setelah era global, era milenium datang dengan perubahan kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan budaya, tetapi perubahan yang paling jelas adalah dalam cara hidup. Generasi milenium, yang seharusnya mendorong kemajuan negara, sebaliknya memanifestasikan dirinya dalam tindakan sehari-hari yang membahayakan etika dan moralitas.
- c. Perbedaan dan Persamaan: Kedua persamaan penelitian di atas yang melibatkan peneliti menggunakan teknik penelitian kualitatif. Perbedaannya adalah bahwa penelitian Zuhri Efendi berbeda dari penelitian lain karena menggunakan judul dan subjek yang sama.⁴⁸

5. Saipul Anwar Harahap / Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

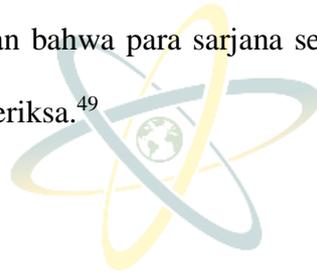
- a. Judul Skripsi: Pola Komunikasi Tokoh Agama Dalam Membina Akhlak Remaja di Desa Aek Libung Kecamatan Sayurmainggi Kabupaten Tapanuli Selatan.
- b. Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal, interpersonal, dan kelompok dengan remaja tidak efektif. Faktor yang berkontribusi terbesar adalah ketidaktahuan tokoh agama tentang budaya pemuda dan waktu luang mereka. Para pemimpin agama melakukan upaya untuk mengatasi masalah ini

⁴⁷ Noni Theresia Sianturi, Pola Komunikasi Guru Agama Dalam Pembinaan Akhlak Siswa di SMP Putri Cahaya Medan (Medan, Universitas Sumatera Utara, 2016)

⁴⁸ Zuhri Efendi, Pendidikan Akhlak Pada Generasi Milenial (Lampung: Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Raden Intan Lampung, 2021)

dan terlibat dalam rencana saya di luar hanya pemerintahan. Dengan membentuk kelompok media sosial, yang memungkinkan komunikasi yang efektif untuk dikembangkan, media juga memanfaatkan arah pengetahuan tentang agama dan pemimpin agama untuk mengalihkan fokus remaja.

- c. Perbedaan dan Persamaan: Kedua persamaan penelitian di atas yang melibatkan peneliti menggunakan teknik penelitian kualitatif. Perbedaan antara penelitian Saiful Anhefendi dan bahwa para sarjana sebelumnya dapat dilihat pada judul dan subjek yang diperiksa.⁴⁹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

⁴⁹ Saiful Anwar Harahap, Pola Komunikasi Tokoh Agama Dalam Membina Akhlak Remaja di Desa Aek Libung Kecamatan Sayurmainggi Kabupaten Tapanuli Selatan (Padangsidempuan: Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, IAIN Padangsidempuan, 2009)

F. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini pola komunikasi diterapkan oleh Pelajar Islam Indonesia (PII) di Kabupaten Asahan dalam pembinaan akhlak generasi muda milenial. Untuk pembinaan akhlak generasi muda milenial di Kabupaten Asahan PII memiliki program-program yang mampu membuat generasi muda milenial yang tertarik dan mengikuti organisasi PII ini. Pada Penelitian ini adanya Variabel X yakni Pola Komunikasi dan Variabel Y yakni program-program PII Kabupaten Asahan.

