MAKALAH

“Sistem Komunikasi”

DISUSUN OLEH :

- **SELMIANA SALAM 90500119083**
- **FAHIRA JABIR 90500119081**
- **SULAEMAN 90500119090**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

2020

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam semoga dilimpahkan kepada Rasulullah SAW. Penulis bersyukur kepada Ilahi Rabbi yang telah memberikan hidayah serta taufik-Nya kepada penulis, sehingga makalah yang telah saya tulis dapat diselesaikan.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen yang bersangkutan yang telah memberikan kesempatan waktu untuk penyelesaian makalah ini dan dengan limpahan rahmat karunia Allah, sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah mata kuliah ini.

Dengan ditulisnya makalah ini, diharapkan para pembaca dapat mengetahuiterhadap tentang “**Sistem Komunikasi**” serta dapat menjadi pengembangan wawasan dan mengerti akan beberapa referensi-referensi dari beberapa sumber.

Kami menyadari bahwa dalam makalah ini masih terdapat kekurangan atau kekeliruan dan kekhilafan.Oleh karena itu, kepada para pembaca dan para pakar, penulis mengharapkan saran dan kritik konstruktif demi kesempurnaan makalah ini. Semoga makalah yang saya susun bermanfaat bagi para pembaca dan menambah ilmu pengetahuan tentang pendidikan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
BAB I	4
PENDAHULUAN	4
1.Latar Belakang.....	4
B.Rumusan Masalah	5
C.Tujuan Masalah.....	5
BAB II	6
PEMBAHASAN	6
1.Defenisi Komunikasi	6
2. Fungsi Sistem komunikasi.....	11
3. Urgensi Komunikasi Publik di Tengah Krisis Pandemi Covid-19.....	13
BAB III	16
PENUTUP	16
A.Kesimpulan	16
B. Saran	16
DAFTAR PUSTAKA	17

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Komunikasi dalam organisasi penting untuk menciptakan kesamaan untuk memahami pengembangan semua informasi yang disajikan oleh bisnis dan karyawan. Pertukaran komunikasi, yang terjadi, meningkatkan saling pengertian antara satu dan yang lain, sehingga pembentukan hubungan baik antara keduanya.

Komunikasi dalam masyarakat memegang peran yang agak penting sebagai komunikasi yang tidak efisien dan efektif yang berdiri dalam kinerja dan masalah yang tidak efisien dan efektif seperti kesalahpahaman, keputusan, penolakan, ketidakpuasan dan penurunan motivasi. Salah satu institusi perusahaan, yang juga memperhitungkan komunikasi sebagai komponen utama di dalam perbankan syariah.

Bank sebagai milik pemerintah, perbankan syariah banyak berperan mewujudkan visi pemerintah dalam membangun ekonomi kerakyatan yang bebas ribah . dengan fokus bisnis pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), telah menginspirasi berbagai pihak untuk lebih mendayagunakan sektor UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Selama lebih dari satu abad, BRI telah melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan memprioritaskan pelayanan kepada usaha mikro maupun menengah. Untuk itu Bank BRI memiliki jaringan mencapai tingkat kecamatan dan menjangkau masyarakat di pelosok pedesaan, sehingga mampu menunjang perekonomian masyarakat.

Aktifitas kerja di lingkungan internal perbankan syariah yang terbentuk dengan baik memiliki pengaruh strategis terhadap kelangsungan operasional perusahaan. Aktifitas kerja di lingkungan intrernal bank syariah sangat bergantung dengan proses dan alur dari komunikasi internal. Komunikasi internal dalam perusahaan bank syariah memegang peranan yang cukup penting karena system komunikasi yang tidak efektif dan efisien akan menyebabkan kinerja yang tidak efektif dan efisien juga serta menimbulkan masalah-masalah seperti kesalahpahaman, keputusan, penolakan, ketidakpuasan dan menurunnya pengetahuan serta motivasi kerja karyawan.

Oleh sebab itu untuk dapat menjaga kebersamaan, kekompakkan dan keselarasan kerja antar karyawan serta untuk menciptakan motivasi kerja karyawan maka diperlukan suatu proses pendekatan system komunikasi yang baik antar

anggota perusahaan khususnya komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, karyawan dengan para klain.

Komunikasi pimpinan dengan bawahan harus dibangun secara efektif karena proses komunikasi tersebut sangat rentan dengan banyak hambatan dan kendala jika masing-masing individu tidak memahami makna pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi tersebut. Dalam menciptakan suatu hubungan yang baik dan terarah, komunikasi informal sangat berperan penting dalam menutup kemungkinan adanya kesalah pengertian dan menghilangkan hambatan-hambatan berkomunikasi di dalam organisasi atau perusahaan. Semua organisasi atau perusahaan menjadikan komunikasi sebagai salah satu faktor utama dalam mempengaruhi efektivitas perusahaan tersebut tanpa adanya komunikasi maka tidak ada interaksi baik hubungan Informal pimpinan dengan bawahan atau sebaliknya juga akan sulit dilakukan koordinasi yang terarah serta kecil kemungkinan untuk menciptakan kerjasama yang baik.

B.Rumusan Masalah

1. Apa saja defenisi sistem komunikasi perbankan syariah?
2. Apa saja fungsi system komunikasi perbankan syariah ?
3. Apa saja urgensi komunikasi publik di tengah krisis pandemi covid-19?

C.Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui defenisi sistem komunikasi
2. Untuk mengetahui fungsi komunikasi
3. Untuk mengetahui urgensi komunikasi

BAB II

PEMBAHASAN

1. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya diakui oleh hampir semua agama.

Disamping itu, komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan, dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya. Komunikasi membangun kontak-kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya dan berusaha memahami kehendak, sikap dan perilaku orang lain. Komunikasi membuat cakrawala seseorang menjadi makin luas. Sebagai contoh, sebuah konferensi yang diselenggarakan untuk ASEAN misalnya peserta tidak perlu beramai-ramai ke Singapore. Mereka cukup menekan tombol komputer yang dihubungkan dengan satelit, maka terbukalah kesempatan untuk berdialog dengan peserta lainnya yang tetap tinggal di negara masing-masing.

Begitu besarnya pengaruh komunikasi dalam kehidupan kita maka Peter Drucker seorang analis manajemen Amerika menilai bahwa: di negara-negara yang sudah maju, maka setiap pembelanjaan dalam bentuk dollar, selain untuk makanan dan pakaian dihabiskan untuk kepentingan komunikasi. Drucker membuktikannya dengan menunjuk pembayaran telepon, telex, perangko, pajak TV, radio, surat kabar, seminar, menonton, rekreasi, buku, majalah, komputer semuanya untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Dengan penjelasan diatas bahwadapat disimpulkan bahwa komunikasi penting dalam kehidupan manusia. Mulai dari masa lalu dengan menggunakan lambang atau simbol, sampai adanya satelit yang menghubungkan manusia dengan lingkungan sekitarnya. Begitupun dalam pekerjaan tidak lepas dari komunikasi

untuk mencapai karir yang lebih baik lagi. Oleh sebab itu, komunikasi tetap ada dan dilakukan oleh setiap manusia baik dengan non verbal maupun verbal.

Sebagai sistem sosial, manusia selalu ingin terhubung dengan orang lain. Dia ingin tahu lingkungan sekitarnya atau bahkan tahu apa yang terjadi padanya. Keingintahuan ini mengharuskan orang untuk berkomunikasi. Banyak ahli percaya bahwa komunikasi adalah kebutuhan yang sangat mendasar bagi seseorang dalam kehidupan masyarakat. Profesor Wilbur Scham menyebut bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata twin yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Alasan tanpa komunikasi tidak mungkin bahwa perusahaan dibentuk, jika bukan tanpa masyarakat, orang tidak dapat mengembangkan komunikasi.

Apa yang mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya? Karena, adanya dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Harold D. Laswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi.

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindari pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalamannya, maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian

disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi dan musim yang mempengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan. Misalnya bagaimana orangtua mengajarkan tatakrma bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negara. Bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakat yang dilayaninya

Oleh karena itu, komunikasi dengan kehidupan umat manusia jelas tidak dapat dipisahkan sebagai individu dan sebagai anggota masyarakat jelas tidak dapat dipisahkan. Perlu untuk mengatur hubungan tatarkama antara orang-orang, karena komunikasi merupakan dampak langsung pada struktur saldo seseorang di masyarakat, baik seorang dokter maupun orang yang bertanggung jawab, dealer, para agen agama, pemimpin agama, para pemimpin agama, Penjual, bidang dan seterusnya. Sehingga, keberhasilan dan kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu yang diinginkan termasuk karir mereka, banyak ditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi. Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang itu dalam bentuk bahasa verbal.

Soal cara (*kaifiyah*), dalam Al-Quran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkanya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam

perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain.

a) AL-QURAN

Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yaitu:

1. Qaulan Sadida (perkataan yang benar, jujur)

QS. An Nisa ayat 9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا
عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraannya)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar (qaulan sadida)”.

2. Qaulan Baligha (tepat sasaran, komunikatif, to the point, mudah dimengerti)

QS. An Nisa ayat 63

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ
وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka

pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.

3. Qaulan Ma'rufa (perkataan yang baik)

QS. Al Ahzab ayat 32

يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Hai isteri-isteri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya] dan ucapkanlah Qaulan Ma'rufa –perkataan yang baik.”

4. Qaulan Karima (perkataan yang mulia)

QS. Al Isra' ayat 23

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُولُغُنَّ عُذْرَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan jangan engkau membentak keduanya dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik”.

Dari ayat tersebut jelas bahwa kita diperintahkan untuk mengucapkan perkataan yang baik atau mulia karena perkataan yang baik dan benar adalah suatu komunikasi yang menyeru kepada kebaikan dan merupakan bentuk komunikasi yang menyenangkan.

5. Qaulan Layyinan (perkataan yang lembut)

QS. Thaha ayat 43-44

اٰذْهَبَا اِلٰى فِرْعَوْنَ اِنَّهُ طَغٰى
فَقُوْلَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهٗ يَتَذَكَّرُ اَوْ يَخْشٰى

“Pergilah kamu berdua kepada Fir’aun karena benar-benar dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut”.

2. Fungsi Sistem komunikasi

Sebagaimana tujuan komunikasi diatas, maka dalam suatu organisasi komunikasi mempunyai beberapa fungsi. Sebagaimana Maman Ukas mengatakan fungsi komunikasi adalah:

- a. Fungsi informasi. melalui komunikasi, maka apa yang ingin disampaikan oleh narasumber atau pemimpin kepada bawahannya dapat diberikan dalam bentuk lisan maupun tulisan.
- b. Fungsi komando akan perintah. Haln ini berkaitan dengan kekuasaan, dimana kekuasaan orang adalah hak untuk memberi perintah kepada bawahan dimana para bawahan tunduk dan taat serta disiplin dalam menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab.
- c. Fungsi mempengaruhi dan penyaluran. Fungsi pengaruh berarti memasukan unsur-unsur yang meyakinkan dari pada atasan baik bersifat motivasi maupun bimbingan, sehingga bawahan merasa berkewajiban harus menjalankan pekerjaan atau tugas yang harus dilaksanakannya.

- d. Fungsi integrasi. Organisasi sebagai suatu sistem harus berintegrasi dalam satu total kesatuan yang saling berkaitan dan semua urusan satu sama lain tak dapat dipisahkan karena saling berhubungan dan saling memberikan pengaruh satu sama lainnya sehingga terciptanya suatu proses komunikasi untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Liliweri, membagi dua fungsi komunikasi organisasi,

yaitu:

1. Fungsi umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya.
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain, belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan serta kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri kedalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya kedalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau pemerintah.

- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

3. Urgensi Komunikasi Publik di Tengah Krisis Pandemi Covid-19

Dunia saat ini tengah menghadapi terjangan pandemi Virus Corona atau Covid-19. Penambahan jumlah kasus Covid-19 berlangsung cukup cepat dan sudah terjadi penyebaran ke beberapa negara, termasuk Indonesia.

Berlangsungnya pandemi Covid-19 berkaitan dengan komunikasi. Komunikasi sebagai garda terdepan dari upaya untuk memberikan informasi akurat. Karena situasi pandemi ini bisa menimbulkan kekacauan informasi publik atas kondisi krisis, yang bisa menghilangkan kepercayaan publik dan kebingungan di tengah masyarakat.

Dalam kondisi pandemi Covid-19 ini, komunikasi krisis semakin nyata keberadaannya. Mengingat informasi yang tersebar luas sangat banyak sehingga mengakibatkan masyarakat turut resah akan adanya pandemi ini. Saat dalam kondisi seperti inilah, krisis komunikasi harus dapat diatasi dengan baik oleh masyarakat maupun pengambil kebijakan dan pemegang otoritas.

Hoax dan kegagalan komunikasi di tengah pandemi

Tersebarnya berita atau tulisan *hoax* yang bersumber dari oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab dapat mengakibatkan masyarakat menjadi menyalahartikan informasi tersebut dan akan semakin cemas dan khawatir tanpa mengetahui kebenaran informasi tersebut.

Kegagalan dalam mengelola komunikasi mengakibatkan publik tidak memahami informasi secara akurat terutama untuk membantu menyikapi wabah dengan tepat. Padahal seharusnya berita akurat menjadi kunci dalam proses penyampaian pesan secara cepat dan tepat ditangkap oleh berbagai pihak sehingga

tidak menimbulkan kesalahpahaman dan *over reactive* yang bahkan tidak relevan dengan penanganan Covid-19 bahkan dapat memperparah situasi.

Seperti informasi yang tidak komprehensif terkait prosedur pemakaman korban Covid-19 ini justru menimbulkan reaksi berlebih sehingga terjadi penolakan korban Covid-19 di daerahnya sendiri.

Komunikasi krisis

Dalam menghadapi komunikasi krisis saat ini, masyarakat harus turut cerdas dan cermat dalam mengolah informasi yang baru saja didapatkan terutama informasi yang didapatkan dalam pesan singkat seperti pada pesan media sosial yang biasanya akan diteruskan dan disebarluaskan tanpa dicerna terlebih dahulu kebenaran informasi tersebut.

Adanya komunikasi krisis dapat dicegah oleh masyarakat dengan cara membaca atau memperkuat literasi terhadap informasi-informasi yang diberitakan dalam sumber yang jelas keberadaan dan kebenarannya.

Pemerintah juga memiliki peranan yang penting dalam memperbaiki pola komunikasi saat pandemi Covid-19 ini dengan cara mengembangkan kemampuan dalam menyediakan informasi yang memadai, dengan berpegang pada prinsip keterbukaan, konsisten dan akurasi.

Pemerintah juga harus memiliki pemimpin khusus dalam memberitakan dan menyebarkan informasi terkait Covid-19 agar dapat membangun pola komunikasi antara masyarakat dan pemerintah dengan baik sehingga dapat mencegah tersebarnya berita *hoax* di tengah-tengah masyarakat.

Peran pemimpin dalam komunikasi krisis untuk memberikan bimbingan kepada semua pihak yang terlibat dalam penanganan Covid-19. Dengan keberadaan pemimpin khusus dalam komunikasi krisis saat pandemi ini dapat memegang peranan penting yang menjadi tolok ukur keberhasilan dan kegagalan dalam mengatasi pandemi ini.

Menimbang kondisi Geografis Indonesia yang sangat beragam, sistem komunikasi perlu dikembangkan juga sehingga bisa menjangkau seluruh kawasan dan lapisan masyarakat menghindari terjadinya *miss* komunikasi. Informasi harus bersifat komprehensif dan menjadi pengetahuan bersama bukan hanya pemerintah tapi juga masyarakat luas.

Informasi yang bersifat komprehensif harus menjadi pengetahuan bersama. Media massa yang memiliki peran krusial terkait informasi penyebaran Covid-19 perlu dikuatkan perannya supaya bisa menjalankan fungsinya melakukan edukasi publik terkait penanganan Covid-19.

Apabila pola komunikasi krisis pemerintah Indonesia di tengah pandemi Covid-19 ini dibangun dengan baik, maka kebijakan yang diambil dan dibuat oleh pemerintah tidak akan membingungkan masyarakat luas. Pemerintah dan masyarakat harus dapat melakukan komunikasi yang lebih terencana agar tingkat kepercayaan publik atau masyarakat tetap terjaga dan meningkat dibandingkan masyarakat mengonsumsi informasi dengan sumber yang tidak jelas dan terkesan menakut-nakuti.

Pemerintah yang memegang otoritas dan memiliki data valid mengenai fakta dalam kondisi pandemi Covid-19, maka pemerintah harus menyerukan keterbukaan data yang merupakan hal yang penting untuk dilakukan dan disampaikan kepada masyarakat agar lebih sadar dan memahami situasi terkini. Oleh karena adanya pola komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat, dapat dipastikan pandemi ini akan berangsur-angsur dapat teratasi dan negara Indonesia dapat beraktivitas normal kembali.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesungguhnya komunikasi merupakan bentuk dari kehidupan manusia. Dalam proses komunikasi hendaklah kita memperhatikan etika-etika dengan baik agar komunikasi tersebut bisa berjalan dengan lancar dan efektif. Dengan harapan apa yang disampaikan mudah diterima dan mendapat respon yang baik pula. Etika-etika tersebut antara lain: dengan perkataan yang benar, mulia, lemah lembut, ringan dan mudah dimengerti.

Islam sebagai agama yang sempurna mengajarkan dengan sangat detail bagaimana komunikasi yang baik. Hal tersebut bisa kita lihat di al-quran dan hadits. Secara garis besar, komunikasi yang baik menurut ajaran islam adalah seperti site map di bawah ini.

B. Saran

Saran yang bisa kami berikan berdasarkan ulasan yang terdapat pada makalah ini adalah sebagai berikut :

Perlu pemahaman intensif oleh setiap orang yang ingin berkomunikasi pada proses dan unsur komunikasi agar pesan yang disampaikannya mampu dipahami atau bahkan dituruti oleh penerima.

Sebaiknya agar komunikasi berjalan lebih efektif dan efisien, pelaku dalam komunikasi harus mengetahui dan memahami bentuk dasar komunikasi dan mengimplementasikannya dalam percakapan sehari-hari

Dalam memuluskan urusan bisnis, perlu sekiranya pengoptimalan aspek-aspek serta pendekatan-pendekatan yang ada dalam komunikasi bisnis, karena komunikasi adalah hal dasar dalam penyampaian ide bisnis tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Mustafa Muslim. (2000). *Mabahis fi at-Tafsir al-Maudu'i*. Damaskus: Dar al-Qalam.
- Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. (2012). *Komunikasi dan Public Relation Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat dan Praktik Bisnis*. Bandung: Pustaka Setia. hal. 35 5 *Ibid.* hal. 36 6
- Arni Muhammad. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. hal. 2
- 27M. Quraish Sihab. (1994). *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan. hal. 117
- Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya. (2017). *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen*
- Sania Alya Fasya / Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta