



# Analisis Komunikasi Organisasi pada Muhammadiyah dalam Film Buya Hamka Vol. 1 Karya Fajar Bustomi

Viona Okta Savira\*, Nuraida, Chairunnisah Putri Ayu Ningsih

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi komunikasi organisasi Muhammadiyah dalam film Buya Hamka Vol. 1 karya Fajar Bustomi. Film ini menggambarkan perjalanan hidup Buya Hamka sebagai tokoh Muhammadiyah yang berperan penting dalam bidang dakwah, pendidikan, dan kepemimpinan organisasi Islam di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes, yang mencakup makna denotasi, konotasi, dan mitos. Data diperoleh melalui observasi terhadap adegan-adegan terpilih serta dokumentasi yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi Muhammadiyah direpresentasikan melalui praktik musyawarah, kepemimpinan moral, etos kerja, komunikasi vertikal dan horizontal, serta keteguhan ideologis dalam menghadapi tekanan eksternal. Film ini membangun citra Muhammadiyah sebagai organisasi Islam modern yang menjunjung tinggi nilai intelektualitas, keadilan, tanggung jawab, dan dakwah berbasis pendidikan. Dengan demikian, film Buya Hamka Vol. 1 tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai representasi simbolik komunikasi organisasi dalam konteks sejarah dan perjuangan dakwah Muhammadiyah.

**Kata kunci:** Komunikasi Organisasi, Muhammadiyah, Film Buya Hamka Vol. 1, Semiotika Roland Barthes, Dakwah Islam

DOI:

<https://doi.org/10.47134/converse.v2i3.5200>

\*Correspondence: Viona Okta Savira  
Email: [vionaaja354@gmail.com](mailto:vionaaja354@gmail.com)

Received: 22-11-2025

Accepted: 22-12-2025

Published: 22-01-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to analyze the representation of Muhammadiyah's organizational communication in the film Buya Hamka Vol. 1 directed by Fajar Bustomi. The film portrays the life journey of Buya Hamka as an influential Muhammadiyah figure in Islamic preaching, education, and organizational leadership in Indonesia. This research employs a qualitative approach using Roland Barthes' semiotic analysis, which examines denotative, connotative, and mythic meanings. Data were collected through observation of selected scenes and relevant documentation. The findings reveal that Muhammadiyah's organizational communication is represented through deliberative decision-making, moral leadership, strong work ethics, vertical and horizontal communication patterns, and ideological resilience in dealing with external pressures. The film constructs Muhammadiyah's image as a modern Islamic organization that upholds intellectual values, justice, responsibility, and education-based da'wah. Therefore, Buya Hamka Vol. 1 functions not only as entertainment but also as a symbolic representation of organizational communication within the historical and religious context of Muhammadiyah.

**Keywords:** Organizational Communication, Muhammadiyah, Buya Hamka Vol. 1 Film, Roland Barthes' Semiotics, Islamic Da'wah

## Pendahuluan

Manusia selalu terhubung satu sama lain melalui interaksi yang berkelanjutan. Seiring waktu, kebutuhan untuk terhubung semakin berkembang, seiring dengan beragamnya media komunikasi yang dibentuk oleh motif setiap orang. Komunikasi tetap menjadi bentuk interaksi paling dasar dan membutuhkan metode yang efektif untuk memenuhi tujuannya. Di era digital, kemajuan teknologi yang pesat telah mengubah cara pandang sosial dan budaya generasi muda. Perkembangan ini juga telah mendorong globalisasi dan memperluas keterbukaan budaya antarnegara (Nurlaila, 2025).

Komunikasi adalah tindakan mengirimkan pesan untuk memengaruhi orang lain, dan bergantung pada elemen-elemen pendukung utama. Salah satu bentuknya adalah komunikasi organisasi, yang muncul dalam interaksi antar anggota kelompok untuk mencapai tujuan individu atau bersama, membentuk otoritas, peran, jaringan, dan iklim secara keseluruhan.

R. Wayne Pace mencatat bahwa komunikasi organisasi melibatkan orang-orang yang menciptakan dan mempertahankan makna dalam suatu organisasi, yang memungkinkannya berkembang dan berubah. Komunikasi organisasi mencakup pertukaran pesan melalui saluran formal dan informal (Wayne, 2010). Komunikasi organisasi dapat dipandang sebagai strategi terencana tentang bagaimana pesan akan disampaikan dalam suatu organisasi. Perencanaan yang matang membantu komunikasi terasa lebih terbuka dan menarik sekaligus mencegah kesalahpahaman dan mengurangi hambatan, sehingga memungkinkan organisasi menangani masalah dengan lebih lancar. Jenis komunikasi ini kompleks karena informasi bergerak melalui setiap tingkatan, baik ke bawah, ke atas, maupun di antara rekan kerja. Interaksi yang kuat dan komunikasi yang jelas diperlukan untuk menjaga hubungan baik. Joseph A. Devito menyatakan bahwa komunikasi organisasi melibatkan pertukaran pesan melalui saluran formal maupun informal untuk membangun hubungan, berbagi informasi, dan mengoordinasikan pekerjaan menuju tujuan organisasi (Joseph, 1986).

Dalam studi ini, komunikasi organisasi mengacu pada pertukaran pesan dalam suatu organisasi, yang mendukung pertumbuhan dan perkembangannya. Muhammadiyah adalah salah satu organisasi Islam besar di Indonesia. Didirikan pada 18 November 1912 di Yogyakarta oleh KH. Ahmad Dahlan, Muhammadiyah berawal sebagai gerakan reformasi yang berfokus pada pendidikan, kesejahteraan sosial, dan dakwah. Di bidang pendidikan, Muhammadiyah mendirikan sekolah-sekolah yang menggabungkan ilmu agama dan ilmu umum. Di bidang sosial, Muhammadiyah membangun rumah sakit, panti asuhan, dan lembaga-lembaga kesejahteraan. Dalam dakwah, Muhammadiyah mengusung amar ma'ruf nahi munkar melalui pendekatan modern dan rasional, yang memungkinkan gerakan ini beradaptasi dengan perubahan kontemporer (Joseph, 1986).

Seiring berkembangnya teknologi, internet yang lebih cepat dan informasi yang melimpah dari radio, surat kabar, film, dan media lainnya sangat membentuk cara orang berkomunikasi. Selain menghibur dan memberi informasi, media juga berfungsi sebagai alat persuasif melalui cerita, diskusi, artikel, iklan, dan konten lainnya. Film, khususnya, sangat memengaruhi perubahan gaya komunikasi dalam masyarakat. Film, sebagai media artistik, dapat membentuk perilaku, sikap, spiritualitas, dan kebiasaan berkomunikasi. Film memiliki pengaruh yang signifikan tidak hanya sebagai pendidikan, hiburan, dan ekspresi budaya, tetapi juga sebagai kekuatan yang membentuk cara pandang orang terhadap dunia (Aldo, 2023).

Film terdiri dari unsur-unsur audiovisual, terutama teks dan gambar, yang dihidupkan dengan teknologi khusus. Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1992, film adalah karya seni budaya audiovisual yang diciptakan melalui sinematografi dan digunakan untuk komunikasi massa. Sebagai media, film menyampaikan pesan kepada

khalayak luas secara sekaligus, menjadikannya bentuk komunikasi massa yang efektif. Sifat audiovisualnya memungkinkan penonton untuk mengalami cerita seolah-olah berpindah melalui waktu dan tempat yang berbeda, menyajikan berbagai aspek kehidupan, dan membentuk perspektif penonton. Film menyampaikan pesan publik melalui penceritaan sekaligus berfungsi sebagai wadah kreatif bagi para seniman dan pembuat film untuk mengekspresikan gagasan mereka.

Seiring perkembangan zaman, beragam jenis film bermunculan, baik film teater maupun non-teater. Film teater seperti aksi, komedi, musikal, dan psikodrama menggunakan unsur-unsur drama yang kuat untuk membangkitkan emosi penonton. Film non-teater, seperti dokumenter, film edukasi, dan animasi, lebih banyak menggambarkan peristiwa nyata daripada fiksi.

Salah satu contoh film biografi tokoh Indonesia adalah *Buya Hamka Jilid 1*. Film ini mengisahkan kehidupan Haji Abdul Malik Karim Amrullah, lahir di Sungai Batang, Maninjau, Sumatra Barat pada 17 Februari 1908. Beliau adalah seorang jurnalis, penulis, pendidik, dan politikus yang disegani, serta Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) pertama dan seorang tokoh Muhammadiyah yang berpengaruh. Kontribusinya yang signifikan membuatnya dianugerahi gelar Pahlawan Nasional dan tempat abadi dalam sejarah Indonesia (Yoyon, 2020)

Film ini menunjukkan upaya Hamka untuk memperkuat Islam melalui tulisan-tulisannya dan kiprahnya di Muhammadiyah. Dedikasi, pemikiran progresif, dan ajaran Islam moderatnya sangat membentuk perkembangan keagamaan dan sosial di Indonesia. Selama menjadi pemimpin Muhammadiyah di Makassar, ia berkontribusi signifikan terhadap kemajuan organisasi dan mulai menulis artikel serta novel yang mendapatkan apresiasi luas. Melalui film, komunikasi Muhammadiyah dapat dilihat tidak hanya sebagai struktur organisasi, tetapi juga sebagai simbol dan tanda sinematik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, dan mistis Muhammadiyah yang tergambar dalam *Buya Hamka Vol. 1*.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan dalam konteks alamiah dengan peneliti bertindak sebagai instrumen utama. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data, menginterpretasikan temuan menggunakan teori-teori yang relevan, dan dapat mengarah pada perumusan wawasan teoretis baru. Data yang dihasilkan disajikan dalam bentuk deskriptif, seperti kata-kata atau gambar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi komprehensif dan materi pendukung terkait film *Buya Hamka Volume 1*. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif yang didukung oleh kerangka semiotika Barthes. Melalui analisis isi, pendekatan ini mengkaji simbol-simbol untuk mengidentifikasi makna denotatif, konotatif, dan mitisnya.

## Hasil dan Pembahasan

Film *Buya Hamka Vol. 1* karya Fajar Bustomi merepresentasikan komunikasi organisasi Muhammadiyah secara komprehensif melalui sosok sentral Buya Hamka sebagai pemimpin, intelektual, dan dai. Film ini tidak hanya mengisahkan perjalanan hidup seorang ulama besar, tetapi juga menghadirkan gambaran tentang bagaimana nilai-nilai komunikasi, kepemimpinan, etos kerja, dan dakwah dijalankan dalam struktur organisasi Muhammadiyah. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, representasi komunikasi organisasi dalam film ini dapat dipahami melalui tiga lapisan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, yang saling terkait dan membentuk ideologi Muhammadiyah sebagai gerakan Islam modern yang berorientasi pada kemajuan umat. Berdasarkan analisis terhadap delapan adegan utama, komunikasi organisasi Muhammadiyah ditampilkan melalui berbagai bentuk komunikasi formal, vertikal, horizontal, fungsional, serta komunikasi eksternal yang menunjukkan sistem kerja organisasi keagamaan yang terstruktur dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Representasi komunikasi vertikal formal terlihat jelas dalam adegan rapat Muhammadiyah di Makassar, ketika Buya Hamka menyampaikan motivasi tentang pentingnya menuntut ilmu kepada para anggota. Dalam adegan ini, Hamka tampil sebagai pemimpin yang tidak hanya memberikan arahan organisatoris, tetapi juga menanamkan kesadaran intelektual sebagai bagian dari tanggung jawab dakwah. Gaya komunikasi yang tegas namun santun mencerminkan hubungan hierarkis yang harmonis antara pimpinan dan anggota, di mana komunikasi berfungsi sebagai sarana pembinaan, bukan sekadar penyampaian instruksi. Film ini menegaskan bahwa dalam Muhammadiyah, menuntut ilmu diposisikan sebagai fondasi dakwah dan bagian integral dari visi Islam berkemajuan.

Selain komunikasi vertikal, film ini juga merepresentasikan komunikasi organisasi fungsional melalui aktivitas Buya Hamka di kantor Majalah Pedoman Masyarakat. Sebagai pemimpin redaksi, Hamka berinteraksi langsung dengan para staf dalam suasana kerja yang kolaboratif dan partisipatif. Adegan-adegan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dalam organisasi Muhammadiyah berjalan berdasarkan pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas, disertai etos kerja yang tinggi. Etika kerja Buya Hamka mencerminkan nilai disiplin, keikhlasan, dan profesionalisme, yang dipahami sebagai bagian dari ibadah dan dakwah. Melalui aktivitas jurnalistik, film menegaskan bahwa dakwah Muhammadiyah tidak hanya dilakukan melalui mimbar, tetapi juga melalui media tulisan dan kerja intelektual yang terorganisasi.

Aspek kepemimpinan moral dan etis direpresentasikan melalui sikap Buya Hamka dalam menyelesaikan persoalan organisasi. Film menampilkan Hamka sebagai pemimpin yang adil, terbuka terhadap pendapat anggota, dan mengutamakan musyawarah dalam pengambilan keputusan. Kepemimpinannya tidak bersifat otoriter, melainkan berlandaskan keteladanan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Pola komunikasi yang terbuka dan solutif ini mencerminkan karakter kepemimpinan Muhammadiyah yang menjunjung tinggi amanah dan keadilan sebagai bagian dari dakwah Islam yang progresif.

Nilai tanggung jawab dan amanah juga ditampilkan secara kuat dalam adegan ketika Buya Hamka tetap menjalankan tugas organisasi meskipun sedang dilanda duka. Sikap tersebut merepresentasikan komunikasi organisasi yang tidak selalu bersifat verbal, melainkan diwujudkan melalui tindakan nyata. Keteguhan Hamka dalam mengutamakan tugas dakwah mencerminkan etos kerja Islami yang menempatkan pengabdian kepada umat sebagai prioritas. Film ini menunjukkan bahwa dalam Muhammadiyah, profesionalisme dan keikhlasan merupakan bentuk komunikasi moral yang berakar pada iman dan komitmen spiritual.

Komunikasi organisasi formal juga tercermin dalam adegan rapat persiapan Kongres Muhammadiyah Sumatera Timur. Rapat tersebut disajikan sebagai ruang musyawarah yang tertib, demokratis, dan terstruktur. Setiap anggota diberi kesempatan untuk menyampaikan pandangan, sementara Buya Hamka memimpin diskusi dengan bijaksana. Adegan ini memperlihatkan bahwa komunikasi resmi dalam Muhammadiyah tidak hanya berfungsi secara administratif, tetapi juga sebagai sarana memperkuat kebersamaan, kesepahaman, dan komitmen kolektif terhadap tujuan dakwah.

Dalam konteks komunikasi eksternal, film menampilkan keteguhan ideologis Muhammadiyah melalui sikap dan dakwah Buya Hamka kepada masyarakat luas. Hamka digambarkan sebagai tokoh yang konsisten menjalankan perintah Allah SWT dengan menyampaikan ajaran Islam secara terbuka, moderat, dan berlandaskan ilmu. Komunikasi eksternal ini tidak hanya diwujudkan melalui pidato dakwah, tetapi juga melalui keteladanan sikap dan keberanian moral. Hal tersebut menegaskan peran Muhammadiyah sebagai organisasi dakwah yang aktif membangun relasi sosial dan memperluas pengaruh nilai-nilai Islam di tengah masyarakat.

Representasi komunikasi internal yang etis dan bertanggung jawab juga tampak dalam adegan rapat evaluasi yang berujung pada pengunduran diri Buya Hamka dari kepemimpinan Muhammadiyah Sumatera Timur. Keputusan tersebut disampaikan secara terbuka dan penuh keikhlasan, mencerminkan kesadaran bahwa jabatan dalam Muhammadiyah bukanlah tujuan, melainkan amanah. Komunikasi yang berlangsung menunjukkan budaya organisasi yang menjunjung tinggi musyawarah, integritas, dan kepentingan kolektif di atas kepentingan pribadi.

Secara keseluruhan, film *Buya Hamka Vol. 1* merepresentasikan komunikasi organisasi Muhammadiyah sebagai sistem yang berbasis nilai-nilai Islam, mencakup kepemimpinan moral, etos kerja, musyawarah, dan keteguhan ideologis. Melalui simbol-simbol sinematik, dialog, dan tindakan tokohnya, film ini membangun mitos Muhammadiyah sebagai organisasi Islam modern yang rasional, terstruktur, dan berorientasi pada dakwah berkemajuan. Dengan demikian, film ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan dan biografi, tetapi juga sebagai representasi simbolik komunikasi organisasi dalam konteks sejarah dan gerakan dakwah Muhammadiyah.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Komunikasi Organisasi Muhammadiyah dalam Film *Buya Hamka Vol. 1* karya Fajar Bustomi dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa film ini menampilkan secara kuat nilai-nilai komunikasi organisasi Muhammadiyah melalui konstruksi tanda dan makna yang hadir dalam berbagai adegan. Melalui tiga tingkatan makna Barthes denotasi, konotasi, dan mitos. Film ini merepresentasikan pola komunikasi organisasi yang mencerminkan karakter, prinsip, serta ideologi Muhammadiyah sebagai organisasi Islam yang modern dan berkemajuan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa film *Buya Hamka Vol. 1* tidak sekadar berfungsi sebagai karya biografis sinematik, tetapi juga sebagai media representatif yang menampilkan ideologi serta praktik komunikasi organisasi Muhammadiyah. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, film ini menunjukkan bagaimana tanda-tanda visual maupun verbal menciptakan makna tentang sistem komunikasi dakwah, kepemimpinan, dan perjuangan sosial Muhammadiyah. Penelitian ini sekaligus menegaskan relevansi teori Barthes dalam mengungkap makna tersembunyi di balik teks film, khususnya dalam konteks representasi nilai-nilai keislaman dan budaya organisasi yang modern serta berorientasi pada kemajuan umat.

## Daftar Pustaka

- Agustina, N., Putra, A. A., & Maulana, J. (2025). Analisis dampak komunikasi organisasi terhadap konflik internal di Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Kota Serang. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 10(3). <https://doi.org/10.9963/e6cv6r65>
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. London: Fontana Press.
- DeVito, J. A. (1986). *Human communication: The basic course*. New York: Harper & Row.
- Fauzan, M., & Yahya, M. (2025). Komunikasi organisasi dalam membangun sinergitas organisasi otonom Cabang Muhammadiyah Belopa Kabupaten Luwu. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi*, 7(1), 21–26. <https://doi.org/10.26618/jko.v7i1.17587>
- Febriantia, N. I. F., Hamidah, & Hidayat. (2023). Peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan eksistensi Lembaga Amil Zakat, Infaq, Sadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Palembang. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 3(1), 195–203. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.611>
- Hamid, R.A. (2025). Relationship Among Organizational Trust, Change Communication and Employees' Readiness to Accept Organizational Change with Affective Commitment to Change. *Jurnal Pengurusan*, 73, ISSN 0127-2713, <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2025-73-4>
- Hamka. (2020). *Buya Hamka: Riwayat hidup dan perjuangan*. Jakarta: Gema Insani.
- Hermawan, S. (2021). Negara, Politik Identitas, dan Makar: Pandangan Organisasi Massa Islam Tentang Makar dan Upaya Pencegahannya Melalui PERPPU Ormas. *Al Ahkam Jurnal Ilmu Syari Ah Dan Hukum*, 6(1), 15-33, ISSN 2527-8169, <https://doi.org/10.22515/alahkam.v6i1.3993>

- Kechot, A.S. (2012). The management of non-governmental organization (NGO) Films: Leadership communication style and its impact on members. *Jurnal Pengurusan*, 34, 151-162, ISSN 0127-2713, <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2012-34-13>
- Mahbob, M.H. (2019). Strategic communication and its role to create an effective communication in organization. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 35(2), 49-67, ISSN 2289-151X, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3502-04>
- Man, R. (2021). Pola komunikasi organisasi Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Bengkulu. *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)*, 1(1). <https://doi.org/10.36085/joiscom.v1i1.680>
- Mustaffa, C.S.B. (2021). Lens Application of Social Construction Theory and Social Influence Theory to Examine the Factors of WhatsApp Usage as an Organizational Communication Medium. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 343-365, ISSN 2289-151X, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3704-20>
- Nurlaila. (2025). Globalisasi dan perubahan komunikasi generasi muda. *Jurnal Komunikasi Modern*, 10(1), 45–58.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2010). *Organizational communication: Strategies and skills* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Republik Indonesia. (1992). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman.
- Savira, V. O., Nuraida, & Ningsih, C. P. A. (2026). Analisis komunikasi organisasi Muhammadiyah dalam film *Buya Hamka* Vol. 1 karya Fajar Bustomi. *CONVERSE: Journal Communication Science*, 2(3)
- Trini, H. Luthfiah (2022). Peran Organisasi Organisasi Kemasyarakatan Islam Dalam Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Di Kota Surakarta. *Al Ahkam Jurnal Ilmu Syari Ah Dan Hukum*, 7(2), 147-161, ISSN 2527-8169, <https://doi.org/10.22515/alahkam.v7i2.5570>
- Widiarti, N., Khohar, A., & Hariyati, F. (2024). Pola komunikasi organisasi dalam mengelola Program COMMA: Studi pada Majelis Pembinaan Kesejahteraan Sosial (MPKS) Muhammadiyah. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(12). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i12.55284>
- Wok, S. (2014). Communication networks, organizational contacts and communication power in grooming professionals for career success. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 30, 219-242, ISSN 2289-151X, <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2014-30si-13>
- Yoyon, S. (2020). *Tokoh-tokoh Islam Indonesia dan peran sosialnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.