

MANAJEMEN KOMUNIKASI KEPANITIAAN KURBAN BERBASIS MASYARAKAT DI KELURAHAN BUKIT LAMA KOTA PALEMBANG

¹Ali Alamsyah Kusumadinata, [Universitas Djuanda, Bogor, 16720, Indonesia]

²Astrid Sri Wahyuni Sumah, [Universitas Muhammadiyah, Palembang, 30263, Indonesia]

³Erna Ernawati, INAIS, Bogor Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 1680, Indonesia

E-mail: ali.alamsyah@unida.ac.id; astrid.sumah29@gmail.com; ernaernawati@gmail.com

Abstract

The organization of large-scale community-based Eid al-Adha sacrifices involves highly complex supply chains and on-site dynamics, thus requiring structured communication management. This study aims to conduct a descriptive analysis of communication management within the community-based Eid al-Adha organizing committee in Bukit Lama Village, Palembang City. The research method used was descriptive quantitative, involving the distribution of questionnaires to 100 respondents (sacrificers/pengkurban/mudhoi and committee members), supplemented by in-depth interviews and field observations in May 2026. Data analysis was conducted using a descriptive statistical approach (mean score), cross-tabulation, and Spearman's rank correlation test. The research results indicate that the committee's communication management was highly effective during the upstream phase (pre-event and event day). This is evidenced by the high average scores of respondents' perceptions regarding the indicators of "excellent clarity of initial rates," "excellent ease of contract," and "excellent effectiveness of outreach." The highest success was achieved in the real-time slaughter documentation system, which was categorized as "excellent" and successfully reduced information uncertainty. However, in contrast, on-site crisis mitigation (Crisis-Center) is still considered inadequate due to the underdeveloped nature of the one-stop public relations function. Conversely, a drastic decline (waterfall effect) occurred in the downstream phase (Post-Event), where the transparency indicators for the publication of the Accountability Report and the availability of feedback channels fell into the "poor" category due to the organizing committee's time and budget constraints. Therefore, an organizing committee is needed where members understand their respective areas of responsibility.

Keywords: *Communication Management, Sacrifice Committee, POAC, Organizational Information Theory, SCCT.*

Abstrak

Penyelenggaraan ibadah kurban berbasis masyarakat dalam skala besar memiliki kompleksitas rantai pasok dan dinamika lapangan yang tinggi, sehingga memerlukan tata kelola komunikasi yang terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara deskriptif manajemen komunikasi kepanitiaan kurban berbasis masyarakat di Kelurahan Bukit Lama, Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden (pengkurban/pengkurban/mudhoi dan panitia), dilengkapi dengan wawancara mendalam serta observasi lapangan pada Mei 2026. Analisis data dilakukan dengan pendekatan statistik deskriptif (*mean score*), tabulasi silang, dan uji korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen komunikasi panitia berjalan sangat efektif pada fase hulu (Pra-Acara dan Hari-H). Hal ini ditunjukkan oleh tingginya nilai rata-rata persepsi responden terhadap indikator kejelasan tarif awal sangat baik, kemudahan akad sangat baik, dan efektivitas sosialisasi sangat baik. Keberhasilan tertinggi dicapai pada sistem dokumentasi penyembelihan secara *real-time* yang terkategori sangat baik yang sukses mereduksi ketidakpastian informasi. Namun, berbanding terbalik dengan mitigasi krisis lapangan (*Crisis-Center*) dinilai masih kurang baik akibat kurang matangnya fungsi kehumasan satu pintu. Sebaliknya, penurunan drastis (*waterfall effect*) terjadi pada fase hilir (Pasca-Acara), di mana indikator transparansi publikasi Laporan Pertanggungjawaban dan ketersediaan saluran umpan balik masuk dalam kategori kurang baik karena keterbatasan waktu dan biaya panitia. Sehingga diperlukan organisasi kepanitiaan yang memahami bidang kerja masing-masing.

Kata Kunci: *Manajemen Komunikasi, Panitia Kurban, POAC, Teori Informasi Organisasi, SCCT.*

PENDAHULUAN

Ibadah kurban merupakan salah satu ibadah penting dalam agama Islam yang dilakukan dengan cara menyembelih hewan ternak tertentu pada hari raya Idul Adha (10 Zulhijah) dan hari-hari Tasyrik (11, 12, dan 13 Zulhijah). Kusnadi (2021) mengungkapkan bahwa ibadah kurban adalah ritual penyembelihan hewan ternak (unta, sapi, kambing, dan lembu) yang dilakukan setiap tahun. Kurban merupakan ibadah mulia yang sudah menjadi syariat umat terdahulu. Secara formalistik, ibadah ini pertama kali dilakukan oleh Nabi Ibrahim AS, bahkan jejaknya sudah ada sejak masa Nabi Adam AS. Umat Nabi Muhammad ﷺ diperintahkan untuk mengikuti syariat Nabi Ibrahim AS. Surat Al-Hajj ayat 36 menegaskan bahwa ibadah kurban merupakan bagian dari syiar Allah ﷻ sekaligus wujud rasa syukur hamba kepada-Nya. esensi utama sebagai bentuk pengagungan kepada Allah ﷻ dan sarana mendekatkan diri (*taqarrub*) kepada-Nya. Nilai spiritual dan sosial yang terkandung di dalamnya sangat kuat, terbukti dari masyarakat Muslim Indonesia yang tetap antusias dan konsisten menjalankan ibadah kurban sebagai wujud ketakwaan, bahkan di tengah situasi sulit seperti masa pandemi COVID-19 lalu.

Oleh karena itu, pengolahan ibadah kurban perlu dilakukan secara terstruktur dan terencana dengan baik. Supawanhar et al., (2025) menyatakan bahwa ibadah kurban bukan hanya ritual penyembelihan biasa, melainkan memiliki dampak sosial ekonomi yang besar bagi umat. Dampak sosial yang berkeadilan ini hanya bisa dicapai jika pengelolaan ibadah kurban dilakukan secara terstruktur (lewat SOP dan sistem yang jelas) serta terencana dengan baik (lewat pendataan berbasis teknologi dan transparansi). Utami et al., (2021) mengungkapkan bahwa manajemen komunikasi dalam pengelolaan kepanitiaan kurban perlu dilakukan secara terstruktur, perencanaan administrasi, pelaksanaan syariat penyembelihan, dan pemerataan distribusi daging yang dirancang panitia dengan baik sehingga diperlukan kodifikasi dari SOP manajemen kepanitiaan. Oleh karena itu panitia pengelolaan hewan kurban dapat menjalankan kegiatan sesuai dengan

perencanaan yang telah dibuat oleh seluruh panitia dan disepakati bersama.

Kepanitiaan dalam penyembelihan hewan kurban membutuhkan manajemen 5M (*Man, Material, Machine, Money, Method*) melalui deskripsi kerja (*job description*) yang sangat detail dan terukur demi menyembelih puluhan ekor hewan kurban dengan efektif dan efisien. Pertama adalah kebutuhan akan SDM yang terbagi dalam divisi, bukan sekadar membagi manusia, melainkan mendistribusikan kompetensi. Kejelasan tugas seperti di Jogokariyan mencegah terjadinya penumpukan tenaga kerja di satu titik (misal area jagal) sementara titik lain kekurangan orang (misalnya area pencacahan daging). Kedua, penyediaan logistik, sarana, dan prasarana yang memadai, kerja SDM yang hebat sekalipun akan terhambat. Manajemen logistik memastikan ketersediaan alat potong higienis dan tata ruang lapangan (*layout*) yang memisahkan area kotor (darah/jeroan) dengan area bersih (daging), menjamin keamanan (*safety*) sekaligus mutu daging kurban. Ketiga SOP bertindak sebagai "benang merah" yang menyatukan gerak antardivisi. Tanpa sistem kerja/SOP yang baku, pelaksanaan kurban rawan melanggar aturan syar'i (seperti hewan stres sebelum dipotong) dan rentan mengalami krisis lapangan (seperti kupon ganda atau daging rusak karena terlalu lama terpapar udara luar). Keempat, manajemen keuangan yang rapi diperlukan sejak awal pendaftaran untuk mengunci kepastian harga hewan dan biaya operasional. Akuntabilitas arus kas keuangan ini nantinya melahirkan kepercayaan (*trust*) terhadap kepanitiaan yang berlangsung (Mawehda & Rizky, 2024).

Kusumadinata dan Sumah (2024) mengungkapkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan kurban berbasis masyarakat kampung sangat bergantung pada kekuatan jalinan komunikasi antarwarga. Manajemen komunikasi diperlukan untuk menjembatani struktur kepanitiaan antar-RT, menyelaraskan operasional logistik tonase daging yang besar, menjaga ketertiban distribusi, dan memastikan pesan moral berupa penguatan nilai muamalah sosial tersampaikan dengan utuh kepada masyarakat umum. Pengelolaan kurban dalam skala besar membutuhkan pendekatan manajemen rantai pasok yang terintegrasi dari

hulu hingga hilir guna menjamin keberlanjutan program dan pemerataan manfaat bagi kelompok marjinal (Abidin et al., 2022). Hal ini juga merupakan keterlibatan aktif dari seluruh pemangku kepentingan dalam rantai pasok hewan kurban yang terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan menciptakan model bisnis sosial yang berdampak luas.

Penelitian ini menggunakan konsep teori manajemen komunikasi yang terdiri dari teori manajemen klasik POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) dari George R. Terry yang diadopsi ke dalam konteks komunikasi. Konsep kedinamisan kerja lapangan yang saling berkesinambungan, pendekatan Organizational Information Theory (Teori Informasi Organisasi) dari Karl Weick. Serta Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs untuk menjelaskan pentingnya strategi respons krisis yang terpusat. Keberadaan juru bicara resmi (Humas/Ketua) dalam instrumen termanifestasi dari teori Coombs untuk mencegah kesimpangsiuran informasi (*information gap*). Dengan mengomunikasikan solusi secara baik dan satu pintu, kepanitiaan dapat memitigasi kepanikan massa serta menjaga reputasi serta kepercayaan (*trust*) jemaah terhadap institusi panitia kurban. Beberapa penelitian yang menggunakan teori dari penelitian Fitriya (2022) dan Said (2025) membahas manajemen komunikasi kepanitiaan pengelolaan keagamaan. Teori-teori yang digunakan adalah manajemen dakwah dan kehumasan masjid yang digunakan untuk menjamin pelaksanaan ibadah berjalan lancar, aman, transparan, dan syar'i.

Penelitian lalu Farouq (2025) menekankan komunikasi organisasi dalam pemberdayaan keagamaan. Selviani et al., (2022) menunjukkan kegiatan pendampingan pelaksanaan kurban yang dilakukan oleh korporasi langsung ke masyarakat. Abidin et al. (2023) ISCM dalam bisnis sosial berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan menawarkan model alternatif pembiayaan kurban yang lebih adil bagi peternak kecil. Penelitian ini menegaskan bahwa tahapan manajemen komunikasi dilakukan dalam kepanitiaan kurban.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana manajemen komunikasi kepanitiaan kurban pada fase pra-acara, hari H, dan pasca-acara di Kelurahan Bukit Lama? Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah melihat dan menganalisis secara deskriptif pengaruhnya terhadap keberlangsungan kegiatan acara kepanitiaan hewan kurban.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan studi kasus dalam penanganan kepanitiaan kurban. Peneliti menggunakan angket dan list pertanyaan yang berkenaan dengan penyelenggaraan kepanitiaan kurban. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Bukit Lama, Kota Palembang, dengan mengambil kasus di wilayah beberapa masjid yang menyelenggarakan kepanitiaan kurban. Adapun responden diambil dari pihak yang berkurban dan panitia sebanyak 100 orang dengan *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan pada tahun Mei 2026. Analisis data penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dan statistik inferensial, di mana digunakan uji hubungan atau korelasional antarvariabel menggunakan *korelasi Spearman*. Penggunaan analisis *Spearman* dilakukan untuk melihat arah dan kekuatan hubungannya secara objektif, tanpa terganjal syarat-syarat distribusi statistik yang ketat. Skala yang digunakan dalam penelitian adalah Likert (1-5) yang terdiri dari (tidak baik/rendah; kurang baik; cukup baik; baik; sangat baik). Adapun nilai validitas dimulai dari 0,452 – 0,734 yang dibandingkan dengan *r* tabel di selang kepercayaan 5% (0,195). Sehingga *r*-hitung > *r* tabel dinyatakan valid. Sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,782 berada dalam rentang 0,70 – 0,90, yang mengindikasikan tingkat reliabilitas tinggi. Hal ini berarti kuesioner yang diisi sangat konsisten dan andal digunakan untuk pengumpulan data. Responden adalah pengkurban/mudhohi dan panitia yang melaksanakan kepanitiaan kurban yang berlokasi di masjid. Adapun teori, indikator, dan instrumen penelitian manajemen komunikasi kepanitiaan kurban (Tabel 1).

Tabel 1. Matriks teori, indikator, dan instrumen penelitian manajemen komunikasi kepanitiaan kurban

Variabel & Teori Acuan	Indikator Utama (Fokus Amatan)	Instrumen Pengumpulan Data (Sumber Data)
1. Perencanaan (Pra-Acara) <i>Teori: POAC - Planning (Terry)</i>	1. Kejelasan informasi operasional & akad kurban. 2. Ketepatan pemilihan saluran media sosialisasi.	1. Wawancara: Strategi pesan Humas. 2. Kuesioner: Persepsi kemudahan akses bagi pengkurban/pengkurban/mudhohi.
2. Pengorganisasian (Internal) <i>Teori: Informasi Organisasi - Retention (Weick)</i>	3. Efektivitas pembagian grup WA (Inti vs Subdivisi). 4. Kualitas koordinasi lewat <i>briefing</i> teknis.	3. Wawancara: Evaluasi SOP ketua & kadv. 4. Observasi: Penggunaan alat komunikasi (HT/Grup).
3. Pelaksanaan (Hari-H) <i>Teori: Informasi Organisasi - Enactment (Weick)</i> <i>Teori: Krisis - SCCT (Coombs)</i>	5. Kelancaran rantai data: Jagal-Distribusi. 6. Kesiapan <i>One Gate System</i> (Meja Humas).	5. Wawancara: Kendala lapangan tiap kepala divisi. 6. Observasi: Posisi <i>Crisis Center</i> & kelengkapan petunjuk arah.
4. Evaluasi (Pasca-Acara) <i>Teori: POAC - Controlling (Terry)</i>	7. Kecepatan mitigasi kendala darurat lapangan. 8. Transparansi publikasi Laporan Pertanggungjawaban. 9. Ketersediaan wadah komplain/umpan balik warga.	7. Kuesioner: Ketepatan waktu bukti sembelih ke pengkurban/pengkurban/mudhohi. 8. Wawancara: Mekanisme penyusunan LPJ oleh Sekretaris. 9. Kuesioner: Tingkat kepuasan transparansi bagi Pengkurban/mudhohi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Alur & Saluran Komunikasi (Communication Channels)

Kegiatan kepanitiaan kurban diawali dengan pembentukan kepanitiaan yang dirapatkan dalam kegiatan hari besar Islam oleh pengurus masjid. Waktu dilakukan dua bulan sebelum kegiatan berlangsung. Tokoh kunci yang

menjadi kunci pelaksanaan awal adalah divisi acara kegiatan hari besar Islam dan ketua masjid. Dilanjutkan dengan pembentukan panitia dan terpilih ketua yang menjadi pelaksana kegiatan panitia kurban. Panitia dibuat sesuai dengan fungsi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan perayaan kurban. Panitia dibentuk dengan melibatkan masyarakat sekitar masjid.

Tabel 2. Peran dan tanggung jawab dalam komunikasi panitia kurban

Jabatan/Divisi	Target Komunikasi	Isi Pesan Utama
Ketua Panitia	Seluruh Panitia & Tokoh Masyarakat	Arahan kebijakan, pengambilan keputusan krusial, dan penyelesaian masalah.
Sekretaris & Humas	Pengkurban/mudhohi & Jemaah Masjid	Alur pendaftaran, progres dana, edukasi fiqih kurban, dan laporan hasil akhir.
Divisi Keuangan	Ketua & Pengkurban/mudhohi	Konfirmasi pembayaran, kuitansi resmi, dan laporan arus kas.
Divisi Lapangan/Jagal	Internal Divisi & Tim Medis/Dokter Hewan	Kesiapan hewan, kesehatan hewan, dan urutan antrean penyembelihan.
Divisi Distribusi	Penerima Manfaat (Mustahik) / RT / RW	Mekanisme pengambilan daging, pembagian kupon, dan pengaturan antrean agar tertib.
Divisi penimbangan	Pengkurban/mudhohi & Jemaah Masjid/ Penerima Manfaat (Mustahik) / RT / RW	Mekanisme penimbangan daging sesuai distribusi yang akan diserahkan ke penerima kurban.
Divisi Logistik dan Makanan	Internal Divisi – Panitia Ibu – ibu	Mekanisme penyiapan makanan ringan, minuman hingga makan siang

Adapun juru bicara dan informasi kurban dibuat di spanduk besar yang diletakkan di pinggir jalan di beberapa tempat dan di area masjid. Pendekatan kepada Pengkurban/mudhohi adalah dilakukan secara ajkan persuasi langsung kepada jamaah maupun dilakukan *via group wa* kampung.

Kegiatan rapat dilakukan pada fase pembentukan panitia, observasi hewan kurban, nominal harga yang ditawarkan, dan finalisasi Pengkurban/mudhohi yang berkurban. Kegiatan ini berlangsung selama 2 bulan dengan melibatkan masing-masing divisi. Rapat dilakukan secara terbatas dan terbuka. Setelah hari H kegiatan akan dilakukan rapat kembali dengan memastikan hewan kurban yang akan disembelih beserta pengkurban/mudhohi-nya. Setelah penyembelihan dan pemotongan kegiatan rapat dilanjutkan dengan rapat penentuan jumlah satuan berat dan jenis daging kepada penerima kurban. Adapun Pengkurban/mudhohi memperoleh 3,5 kg daging kurban yang telah disepakati dalam rapat. Sedangkan penerima kurban atau disebut mustahik menerima 0,7 kg/bungkus. Dilanjutkan dengan rapat dengan

divisi distribusi untuk mendistribusikan langsung dan menyerahkan kepada masyarakat melalui kupon yang telah dibagikan. Komunikasi dilakukan secara langsung dengan koordinasi menggunakan WhatsApp sebagai alat komunikasi.

2. Manajemen Informasi Berdasarkan Fase Kerja

Fase Pra-Acara (Sosialisasi & Pendaftaran)

Fokus komunikasi pada fase ini adalah transparansi dan kemudahan informasi. Informasi hewan kurban didasarkan pada hasil tawaran dari vendor hewan, baik berupa sapi maupun kambing, yang dijumlahkan dengan persentase kepanitiaan, transportasi, penyembelihan hewan, kebersihan lokasi penyembelihan, serta jasa pemeliharaan, kesehatan, dan kesejahteraan hewan. Ditetapkan harga di 3,2 juta hingga 3,5 juta untuk sapi dan kambing di 2,3 juta. Adapun pembayaran hewan dilakukan ke Divisi Sekretaris dan Keuangan. Jumlah pengkurban/mudhohi yang sudah mendaftar secara berkala akan dituliskan pada papan

informasi yang telah dibuat sesuai dengan peruntukan sapi 7 orang per sapi dan kambing 1 orang. Informasi nilai ini diinformasikan melalui mimbar Jumat dan mimbar pengajian setiap minggu.

Fase Hari-H (Pelaksanaan & Distribusi)

Komunikasi pada fase ini berfokus pada kecepatan dan ketepatan koordinasi lapangan. Kegiatan sebelum dilakukan salat Ied Adha, hewan kurban ditampilkan di lapangan terbuka dengan penamaan Pengkurban/mudhohi. Setelah alat ied adha diumumkan, penyembelihan dilakukan pada pukul 09.00 wib dan dilanjutkan dengan pemotongan dan pencincangan, serta penimbangan dan distribusi. Panitia akan melakukan rapat terbatas dan memberikan hal-hal berupa informasi kepada masing-masing panitia. Panitia diberikan id kartu nama sebagai bagian identitas. Saat dilakukan observasi, sapi yang disembelih 8 sapi dan 13 kambing. Kegiatan berlangsung selama 1 hari dari pukul 09.00-18.00 wib. Kegiatan ini sudah lumrah dilakukan oleh masyarakat sehingga *Standard Operating Procedure* (SOP) yang dilakukan merupakan bagian dari ritual budaya keagamaan hari besar Islam.

Komunikasi antardivisi: Jagal berkomunikasi lancar dengan Divisi Pencacah Daging dan Penimbangan serta distribusi agar ritme kerja seimbang (tidak terjadi penumpukan daging mentah yang belum dipotong). Divisi Distribusi memastikan kupon yang beredar sesuai dengan jumlah paket daging yang siap dibagikan serta pelibatan Tomas dan RT menjadi hal penting untuk menjaga akurasi data penerima.

Pengkurban/mudhohi menyaksikan hewan kurban yang disembelih dan lebih afdolnya lagi melakukan penyembelihan sendiri dengan menggunakan parang atau

pisau yang sangat tajam. Panitia tetap mempersiapkan alternatif penjagal untuk menyembelih, namun tetap yang melakukan di lokasi penelitian adalah perwakilan Pengkurban/mudhohi. Panitia melakukan beberapa foto/merekam saat hewan kurban disembelih dan setiap pekerjaan divisi yang dikerjakan. Ketua dan sekretaris meminta foto-foto kepada setiap panitia dan mengirimkan kepada pengkurban/mudhohi dan grup warga di WhatsApp atas terselenggaranya kegiatan ini.

Fase Pasca-Acara (Pertanggungjawaban)

Fase akuntabilitas merupakan pertanggungjawaban panitia terhadap pengkurban/mudhohi dan penerima daging kurban. Laporan keuangan dan distribusi ditempelkan di papan pengumuman masjid dan dibagikan via grup WhatsApp warga. Daging yang dibagikan dengan paket kurban 1 keluarga 1 paket daging. Jumlah paket yang terkumpul adalah 1710 paket daging yang didistribusikan. Ucapan terima kasih dilakukan ketua panitia masjid saat menjelaskan transparansi jumlah hewan kurban dan penerima kurban—mustahik. Selain itu, juga informasi tertulis ditempelkan di papan informasi masjid.

Penilaian Persepsi Pengkurban/mudhohi dan Penerima Kurban

Kegiatan ini dilakukan dengan mengambil angket dengan pertanyaan sesuai dengan teori yang digunakan: Teori: POAC - Planning (Terry)- Teori: Informasi Organisasi - Retention (Weick); Teori: Krisis - SCCT (Coombs). Adapun hasil yang diperoleh dari instrumen yang disusun adalah Tabel 3.

Tabel 3. Distrisbusi sebaran nilai persepsi Pengkurban/mudhohi dan Penerima kurban

No. Kolom	Indikator / Butir Amatan Kuesioner	Nilai Rata-rata (Mean)	Kategori Penilaian	Analisis hubungan
K1	Transparansi & Kejelasan Tarif Awal	4,44	Sangat Baik	Hubungan Positif: Perencanaan pesan yang matang berkolerasi dengan tingginya pemahaman jemaah. Saluran digital (WA) terbukti efektif menarik minat pengkurban/mudhohi secara masif.
K2	Kemudahan Pemahaman Alur & Akad	4,54	Sangat Baik	
K3	Efektivitas Saluran Media Sosialisasi	4,60	Sangat Baik	
K4	Responsivitas Meja Pendaftaran & WA Admin	3,63	Baik	Hubungan Kesiapan: Struktur internal yang rapi meminimalkan miskomunikasi. Namun, responsivitas admin (3,63) menunjukkan beban kerja administrasi mulai menumpuk di H-1.
K5	Kecepatan Bukti Dokumentasi Sembelih (<i>Real-Time</i>)	4,86	Sangat Baik	Dinamika Lapangan: Dokumentasi foto sembelih <i>real-time</i> sangat sukses (4,86), berhasil memotong ketidakpastian (<i>equivocality</i>) pengkurban/mudhohi. Titik Lemah: Meja Humas/Layanan Komplain (2,97) kurang terlihat, memicu <i>information gap</i> saat terjadi antrean warga.
K6	Kejelasan Papan Informasi & Megaphone Lapangan	4,25	Sangat Baik	
K7	Kesiapan Layanan Keluhan Meja Humas (<i>Crisis Center</i>)	2,97	Cukup / Sedang	
K8	Transparansi Publikasi Laporan Akhir (LPJ)	2,15	Tidak Baik / Rendah	Siklus Terputus (Disfungsi): Penurunan drastis (<i>waterfall effect</i>) terjadi di akhir. Keberhasilan operasional di lapangan tidak diimbangi dengan kewajiban akuntabilitas publik. Solusi: Wajib dibentuk subdivisi Humas Pasca-Acara khusus yang mengelola LPJ digital dan kuesioner umpan balik.
K9	Ketersediaan Saluran Kritik/Saran Pasca-Acara	2,04	Tidak Baik / Rendah	

Keterangan:

Kriteria Rentang Nilai Rata-rata (Mean Score): 1,00 – 1,80 : tidak baik/ rendah; 1,81 – 2,60 : kurang baik; 2,61 – 3,40 : cukup; 3,41 – 4,20 : baik; 4,21 – 5,00 : sangat baik

Panitia kurban memiliki fondasi manajemen klasik yang sangat kuat pada tahap perencanaan. Nilai *mean* pada kejelasan informasi (4,44), kemudahan akad (4,54), dan pemilihan media sosialisasi (4,60) berada di

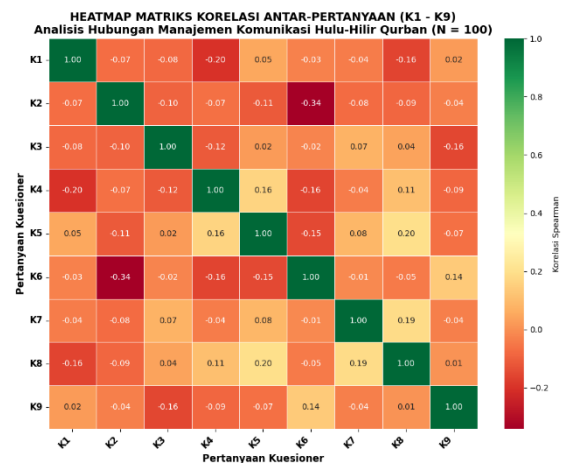
kategori Sangat Baik. Hal ini membuktikan bahwa pesan pra-acara yang disebarkan melalui WhatsApp *broadcast* dan spanduk berhasil meminimalkan ambiguitas informasi di kalangan calon pengkurban/mudhohi.

Sistem dokumentasi real-time mendapat skor tertinggi sebesar 4,86, Di bawah perspektif Teori Informasi Organisasi (Karl Weick), hal ini menandakan panitia sukses melakukan *Enactment* dan *Selection* dengan mengirimkan bukti sembelih secara cepat, sehingga berhasil memotong kecemasan atau ketidakpastian (*equivocality*) dari 100 pengkurban/mudhohi. Kelemahan lapangan, responsivitas pendaftaran mulai menurun ke angka 3,63 dan kesiapan layanan komplain di lapangan (*Crisis Center*) jatuh ke kategori Cukup (2,97). Artinya, keberadaan juru bicara tunggal yang diadopsi dari Situational Crisis Communication Theory (SCCT - Coombs) belum tersosialisasi dengan matang di lokasi, sehingga ketika pengkurban/mudhohi ingin bertanya atau menyampaikan keluhan, mereka bingung harus menemui siapa.

Akan tetapi, nama-nama yang bertugas telah disampaikan dan dapat diselesaikan dengan masing-masing koordinator divisi atau ketua panitia kurban. Lemahnya *Controlling & Feedback Loop*, nilai rata-rata publikasi LPJ jatuh di angka 2,15 dan ketersediaan ruang komplain pascaacara hanya berada di angka 2,04 (Kategori Tidak Baik). Berdasarkan teori George R. Terry, fungsi *Controlling* (Pengawasan dan Akuntabilitas) pascaacara di kepanitiaan ini mengalami disfungsi komunikasi. Panitia cenderung membubarkan diri atau pasif setelah daging habis dibagikan, tanpa menyelesaikan kewajiban komunikasi publik berupa penyampaian LPJ terbuka dan penyerapan umpan balik (*feedback*). Hal ini menjadi catatan dalam pelaksanaan kepanitiaan kurban. Beberapa sumber data menjelaskan bahwa ini disebabkan oleh waktu untuk berkumpul yang sulit dicari serta dana yang tak tersedia. Sehingga panitia memutuskan melalui laporan tertulis yang dipajang di papan informasi.

Implikasi dari riset ini adalah kepanitiaan kurban periode berikutnya membentuk subdivisi khusus bernama Divisi Audit Publik & Layanan Pelanggan (Humas Pasca-Acara). Karakter kegiatan hari besar Islam umumnya dilakukan oleh steering committee yang tidak banyak pihak yang terlibat. Sehingga pelaksanaan ini tidak terdokumentasikan dengan baik. Hal ini menjadi kelemahan bagi kepanitiaan di

kampung atau di masjid karena belum terbiasa dengan keorganisasian modern.



Gambar 1. Matriks Heatmap hubungan manajemen komunikasi kepanitiaan kurban antarvariabel

Gambar 1. Visualisasi *Heatmap* Matriks Korelasi Spearman, ditemukan fakta bahwa manajemen komunikasi kepanitiaan kurban tidak bergerak secara linier searah secara keseluruhan. Sebaliknya, grafik menunjukkan sifat independensi antarfase yang kuat, ditandai dengan nilai korelasi yang dominan mendekati angka nol. Tujuan penggunaan visual ini adalah melihat keterkaitan antarvariabel yang lebih dominan dalam korelasi temuan. Sehingga dapat terlihat penyumbang nilai yang signifikan. Temuan krusial dalam analisis ini adalah adanya hubungan negatif (terbalik) yang signifikan antara K2 (Pemahaman Akad/Alur Pra-Acara) dan K6 (Kejelasan Informasi Fisik Lapangan Hari-H) sebesar -0.34. Jika dibedah menggunakan Teori Informasi Organisasi Karl Weick, hal ini mengindikasikan adanya disonansi informasi. Aturan kelompok tertulis (*Retention*) yang dipahami pengkurban/mudhohi di awal tidak tersinkronisasi dengan baik saat proses aksi lapangan (*Enactment*) berlangsung. Akibatnya, pengkurban/mudhohi yang memiliki ekspektasi tinggi di awal akibat kejelasan informasi pra-acara, justru mengalami kekecewaan terhadap minimnya papan petunjuk fisik di lokasi penyembelihan. Hal ini terjadi karena menekan biaya operasional kegiatan dan menghindari kegiatan yang tidak bermanfaat atau mubazir.

Pada pendekatan sensemaking, situasi menjadi landasan tindakan yang selalu berproses menghubungkan *enactment–selection–retention* (Weick & Sutcliffe, 2014). Dalam krisis atau situasi tak pasti, orang “menciptakan” (*enact*) lingkungan melalui tindakan mereka, lalu baru memaknai secara retrospektif. Padanan pada kasus ini memperlihatkan bahwa aturan tertulis pra-acara (*retention*) menciptakan ekspektasi jelas, tetapi saat *enactment* di lapangan, petunjuk fisik minim, sehingga “lingkungan yang di-enact” tidak konsisten dengan skrip sebelumnya sehingga muncul disonansi dan kekecewaan. *Cognitive dissonance* muncul ketika informasi atau hasil nyata bertentangan dengan keyakinan/ekspektasi awal, memicu strategi pengurangan disonansi (Aubert-, Teillaud et al., 2023). Dalam beberapa kasus, kesenjangan komunikasi bisa kapan saja terjadi dan kesenjangan menyebabkan kesalahan, komplikasi, dan dampak negatif bagi penerima layanan (Atinga et al., 2024).

Pembahasan

Kurban merupakan suatu kegiatan yang melibatkan banyak orang dengan mempertimbangkan teknologi, sosial kemasyarakatan, kehewan, dan kemampuan dalam mengorganisasi kegiatan berbasis syariah. Ditambahkan oleh Mahmudi & Rini (2015), tidak sekadar menjadi ritual teologis demi mendekatkan diri kepada Allah, melainkan sebagai alat pembeda (*distinction*) untuk mengonstruksi identitas sosial. Melalui perlakuan sosialisasi yang berbeda dan pemberian piagam penghargaan, para *shohibul qurban* berhasil mereproduksi identitas kolektif dan menempatkan diri mereka ke dalam kelas baru yang terhormat, yaitu sebagai kelompok masyarakat yang kaya sekaligus religius. Sarkawi (2022) menyatakan bahwa kurban menyimpan pesan dakwah yang integral dan komprehensif. Kurban memadukan kesalehan ritual (keikhlasan kepada Allah) dengan kesalehan sosial (pemerataan pangan dan kepedulian sosial).

Keorganisasian kurban penting dilakukan untuk menunjang kegiatan kurban agar terselenggara dengan terbuka dan transparan. Kusumadinata & Sumah (2024): penyelenggaraan kurban merupakan bagian

dari penyelenggaraan kegiatan keagamaan hari besar Islam. Sehingga memberikan unsur syari dalam pelaksanaannya. Kegiatan ini diiringi dengan salat Idhul Adha dan dilanjutkan dengan kegiatan pemotongan. Suryani (2022), koordinasi menjadi urat nadi utama mengapa manajemen kurban dapat berjalan sukses dan dinamis. Pentingnya fungsi koordinasi ini terlihat pada beberapa poin krusial berikut: penyatuan dan harmonisasi antarbidang kerja, pembagian kerja yang efektif, sinkronisasi Takmir dan panitia ad hoc. Karena panitia kurban bersifat tidak tetap (dibentuk mendadak setiap tahun), koordinasi yang intens dengan takmir masjid bidang sosial menjadi kunci utama agar standar operasional (SOP) tahun-tahun sebelumnya tetap terjaga dan tidak kehilangan arah. Ketepatan Distribusi dan Akuntabilitas: Koordinasi yang baik memastikan dana yang terkumpul sebanding dengan jumlah hewan yang dibeli, serta menjamin daging kurban tersalurkan secara merata kepada penerima (*mustahik*) yang berhak tanpa ada yang terlewat.

Tanjung (2022) menyatakan bahwa manajemen panitia kurban di lingkungan masjid menerapkan empat fungsi manajemen inti (POAC). Namun, terdapat variasi atau perbedaan strategi pada tahap perencanaan, pembagian tugas (pengorganisasian), dan teknis pelaksanaan di masing-masing masjid. Perbedaan tata kelola ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Jumlah pendaftar kurban di suatu masjid tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kekayaan/ekonomi masyarakat sekitar, melainkan sangat dipengaruhi oleh efektivitas manajemen dan kualitas pelayanan kepanitiaan masjid tersebut.

Kepanitiaan dalam pemotongan hewan kurban di lingkungan masjid perlu dibangun karena kepercayaan masyarakat (*Public Trust*), Kepanitiaan mampu mengomunikasikan program dengan baik kepada umat. Manajemen komunikasi yang transparan mengenai tata cara pendaftaran, laporan keuangan kurban, dan kejelasan pengadaan hewan akan menumbuhkan rasa percaya warga untuk menitipkan ibadah kurban mereka ke masjid tersebut.

Sinkronisasi Perbedaan Strategi dan Pembagian Tugas, pembagian tugas yang

berbeda memberikan efek risiko memicu tumpang tindih peran atau miskomunikasi saat hari penyembelihan berlangsung. Komunikasi yang dikelola dengan baik memastikan setiap anggota panitia memahami batas tanggung jawabnya. Sehingga diperlukan jembatan informasi antara panitia, Shohibul Qurban/pengkurban/mudhohi, dan penerima kepanitiaan kurban yang melibatkan tiga pihak dinamis: internal panitia, warga yang berkurban, dan warga yang menerima daging. Panitia harus mengomunikasikan jadwal penyembelihan kepada Shohibul Qurban/pengkurban/mudhohi. Panitia harus menyampaikan sistem distribusi kupon daging secara efektif kepada masyarakat luas agar proses pembagian berjalan tertib, adil, dan tidak memicu kericuhan di area masjid. Selain itu juga, menggerakkan Partisipasi Warga (Fungsi *Actuating*) di mana fungsi pelaksanaan (*actuating*) tidak akan berjalan tanpa adanya dorongan komunikasi persuasif (dakwah/sosialisasi). Komunikasi yang dikelola secara terstruktur melalui pengumuman mimbar, selebaran, atau media sosial terbukti mampu menarik minat masyarakat untuk mendaftar kurban, melampaui sekat latar belakang ekonomi kaya atau miskin di lingkungan tersebut.

Membandingkan temuan penelitian dengan kasus yang dilihat Afiah (2022) menunjukkan bahwa implementasi manajemen operasional jauh lebih sistematis dalam rantai pasok hulu. Penerapan standarisasi kualitas hewan (bobot, kesehatan sesuai syariat) dan sistem *Quality Control* (QC) yang ketat bersama peternak mitra. Manajemen operasional DD membuktikan bahwa kejelasan tarif dan kemudahan akad berskala besar harus ditopang oleh manajemen rantai pasok (*supply chain*) hewan ternak yang terintegrasi sejak berbulan-bulan sebelum Idhul Adha. Selanjutnya, sistem pelaporan digital yang tersistem, di mana donatur mendapatkan notifikasi SMS/WhatsApp dan tautan foto/video sesaat setelah hewan disembelih. Hal ini memperlihatkan bahwa dokumentasi *real-time* bukan lagi sekadar inisiatif panitia, melainkan prosedur operasi standar (SOP) yang wajib didigitalisasi. Selain itu, mitigasi krisis operasional dilakukan melalui fungsi kontrol (*controlling*) yang

matang dalam POAC. Pemisahan tim lapangan (pemotong dan pendistribusi) dari tim layanan donatur (*Mustahik & Donatur Relation*). Jika terjadi dinamika di lapangan, langsung mengisolasi isu tersebut agar tidak menjadi krisis reputasi lembaga. Pasca acara kurban, manajemen operasional DD tidak berhenti. Mereka memiliki kewajiban mengirimkan Laporan Akhir Pengurbanan secara resmi (berbentuk cetak/digital) yang berisi profil wilayah distribusi (biasanya daerah pelosok/miskin) kepada setiap donatur. DD juga menyediakan *call center* evaluasi 24 jam. Berbeda dengan temuan penelitian ini, kepanitiaan kurban tradisional di Indonesia selalu pincang di fase pascaacara (hilir). Kepanitiaan berbasis "sukarelawan musiman" menjadi "manajemen operasional profesional" menjadi masalah dalam pelaksanaannya, namun dapat diselesaikan secara berkelanjutan oleh panitia selanjutnya di kemudian hari sebagai bahan evaluasi.

Catatan pada temuan penelitian ini adalah ketiadaan pedoman komunikasi formal dan kebiasaan informal yang menciptakan breakdown komunikasi sistemik. Pengelolaan pesan di awal, pada hari H hingga akhir pascakurban perlu dilakukan masing-masing panitia. Hal ini menjaga reaksi tak diinginkan jika tidak memperhitungkan disonansi kognitif publik (Ghaleb & Piaralal, 2025; Hukmah, 2024).

SIMPULAN

Pelaksanaan ibadah kurban di Kelurahan Bukit Lama, Palembang, bukan sekadar rantai pasok logistik, melainkan ruang sakral yang mempertemukan nilai spiritualitas dan solidaritas sosial. Dari sudut pandang humaniora, manajemen komunikasi panitia pada fase hulu (Pra-Acara dan Hari-H) berhasil menyentuh aspek kemanusiaan yang mendalam. Transparansi keuangan, kemudahan akad, serta kecepatan dokumentasi penyembelihan secara *real-time* bukan sekadar angka capaian (4,44–4,86), melainkan wujud penghormatan terhadap niat suci para Pengkurba/*mudhohi*. Pendekatan teori Karl Weick, keterbukaan informasi ini sukses memotong kecemasan batin (*equivocality*) warga, menumbuhkan ketenangan, dan mempererat rasa saling percaya. Kekurangan

dari kegiatan kepanitiaan ini adalah pada manajemen krisis lapangan (*Crisis Center*). Belum memahaminya, fungsi Humas memicu celah informasi saat antrean memuncak. Berdasarkan perspektif SCCT Coombs, kelalaian ini bukan sekadar kegagalan teknis, melainkan kurangnya empati komunikasi saat menghadapi kepanikan warga di lapangan. Kekecewaan kultural yang paling krusial digambarkan sebagai *waterfall effect* justru terjadi di fase hilir (pascaacara). Ketika distribusi daging usai, panitia cenderung pasif, sehingga transparansi Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) dan ruang umpan balik warga terabaikan dalam kategori kurang baik (2,04–2,15). Dalam tinjauan teori POAC George R. Terry, disfungsi *Controlling* ini mencerminkan hilangnya tanggung jawab moral pasca-ritual. Kurban dipandang selesai saat hewan disembelih, padahal akuntabilitas adalah bagian dari amanah spiritual yang utuh. Implikasi penelitian ini adalah ke depannya transformasi kepanitiaan berbasis masjid menuju manajemen modern. Pembentukan Divisi Audit Publik & Layanan Pelanggan (Humas Pasca-Acara) menjadi langkah krusial. Kehadiran divisi ini bukan sekadar urusan administratif, melainkan tanggung jawab moral untuk merawat kepercayaan lembaga, menghargai amanat masyarakat pengkurban/mudhohi, dan menjaga keberlanjutan tradisi gotong royong yang sarat nilai luhur demi kepercayaan publik yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Adawiyah, W., Shaferi, I., & Sodik, A. (2023). Financing innovation for sustainable supply chain management in social business: a case of Qurban rituals in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/jiabr-09-2021-0250>.
- Abidin, Z., Najmudin, N., Iqbal, I., & Sudarmi, N. (2022). Rancangan manajemen rantai pasok sapi potong untuk bisnis sosial yang berkelanjutan, studi kasus program "Tebar Hewan Kurban", "Dompot Dhuafa Republika". *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 165-176. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i2.780>
- Afiah, I. N. (2022). Implementasi manajemen operasional dalam pelaksanaan program Tebar Hewan Kurban oleh Dompot Dhuafa Purwokerto (Undergraduate thesis, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto). UIN Saizu Repository. <https://repository.uinsaizu.ac.id/35035/>
- Atinga, R., Gmaligan, M. N., Ayawine, A., & Yambah, J. K. (2024). "It's the patient that suffers from poor communication": Analysing communication gaps and associated consequences in handover events from nurses' experiences. *SSM - Qualitative Research in Health*. <https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2024.100482>.
- Aubert-Teillaud, B., Bran, A., & Vaidis, D. C. (2023). Expectation violation and cognitive dissonance theory: Proposal for an epistemic inconsistency management model. *European Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2981>.
- Farouq, U. (2025). Peran Komunikasi Organisasi Pengurus Masjid Jami' Al-Ilham dalam Pemberdayaan Lembaga Keagamaan Binaan. *Al-I'timad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam*. <https://doi.org/10.35878/alitimad.v3i1.1631>.
- Fitriya, Miftah Rusyda. (2022) *Fungsi Manajemen Dalam Membangun Etos Kerja Amil Pada Baznas Kota Bandar Lampung*. Diploma Thesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Ghaleb, M. M. S., & Piaralal, S. K. (2025). Information and Communication with Business or Organization: A Thematic Case Study Analysis of Two Communication Challenges. *Profesional de la información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2025.ene.34110>.
- Hukmah, A. (2024). Penerapan Disonansi Kognitif dalam Resiko Komunikasi Bencana. *Journal of Communication*

Sciences (JCoS).
<https://doi.org/10.55638/jcos.v6i2.1153>.

- Kusnadi, K. (2021). Tafsir Tematik Tentang Ibadah Kurban (Studi Surat Al-Hajj: 36). *Ulumul Syar'i: Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum dan Syariah*, 10(2).
<https://doi.org/10.52051/ulumulsyari.v10i2.141>.
- Kusumadinata, A. A., & Sumah, A. S. W. (2024). Penyelenggaraan hewan kurban berbasis masyarakat kampung di Bukit Lama, Palembang. *Jurnal Pengabdian Pasca Unisti (JURDIANPASTI)*, 2(2), 73–84.
<https://doi.org/10.48093/jurdianpasti.v2i2.232>.
- Mahmudi, M. I. A., & Rini, H. S. (2015). Pergeseran makna ibadah kurban sebagai konstruksi identitas sosial masyarakat. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 4(2), 82–89.
<https://doi.org/10.15294/solidarity.v4i2.7275>.
- Mawehda, M., & Rizky, M. (2024). Efektifitas dan efisiensi dalam job description kepanitian Idul Adha Masjid Jogokariyan 1441 H. *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram*, 2(1), 141–164.
<https://tanzim.stidalhadi.ac.id/index.php/Tanzhim-JMD/article/view/15>
- Said, Kholik (2025) *Fungsi Manajemen Masjid Asy-Syifa Ikpm Gontor Cabang Lampung Dalam Mengelola Kegiatan Keagamaan Di Rajabasa Bandar Lampung*. Diploma Thesis, Uin Raden Intan Lampung.
- Sarkawi, S. (2022). Nilai-Nilai Dakwah dalam Ibadah Kurban. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(01), 1–15.
<https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1062>
- Selviani, S., Saiin, S., Lestari, V., Susanti, E., & Yudhyarta, D. Y. (2022). Pendampingan Pelaksanaan Wadiah Qurban di Bank Mini Syariah Auliaurasyidin. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*.
<https://doi.org/10.46963/ams.v3i2.583>.
- Supawanhar, Hartono, R., Ditasman, & Amrulah. (2025). Model Manajemen Kurban Berbasis Keadilan Sosial di Masjid: Studi Distribusi Merata untuk Mustahik Masjid Al Muttaqin RT 42 Kota Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(3).
<https://doi.org/10.59407/jpki2.v3i3.2723>.
- Suryani, I. (2022). Manajemen ibadah qurban di Masjid Assalam BTN 3 Way Halim Permai Bandar Lampung (Diploma thesis, UIN Raden Intan Lampung). Raden Intan Repository.
<https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/18920>
- Tanjung, H. (2022). Manajemen pelaksanaan qurban di Kelurahan Aek Sitio-Tio Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah (Undergraduate thesis, IAIN Padangsidimpuan). Electronic Theses of UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
<http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/8045>.
- Utami, S. S., Kristianto, D., & Sasongko, R. M. (2021). Manajemen masjid: Pengelolaan kegiatan Hari Raya Idul Adha 1442 H Masjid KH. Akhmad Dahlan Sidomulyo-Makamhaji Kartasura. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat "Sidoluhur"*, 1(1).
<https://www.journal.uniba.ac.id/index.php/jpm/article/view/257>.
- Weick, K., & Sutcliffe, K. (2014). Organizing and the Process of Sensemaking.
<https://doi.org/10.1515/9783038212843.216>.