

BUKU AJAR

Ilmu Dakwah

DAN KOMUNIKASI

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap manusia. Dengan berdakwah, maka manusia telah menjalankan kewajibannya. Berbeda dengan komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan dan menjadi sarana yang penting dalam mengetahui diri, dan mengetahui orang lain. Dengan kita berdakwah dan berkomunikasi, maka kita melaksanakan kewajiban kita dalam menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari yang mungkar dan dengan kita berkomunikasi maka kita telah memenuhi kebutuhan kita dan mampu untuk memahami diri sendiri dan orang lain sehingga kita dapat mengembangkan konsep diri dalam bermasyarakat dan mengembangkan konsep bersama di lingkungan sosial.

Buku ajar Ilmu Dakwah dan Komunikasi ini dipersembahkan untuk digunakan oleh mahasiswa S1 pada Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuddin Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan dapat dijadikan referensi serta bahan ajar dalam bidang komunikasi. Buku ini membahas tentang ilmu dakwah dan komunikasi. Buku ini berisi tentang kajian ilmu dakwah yang terdiri atas konsep dasar dakwah Islam, pendekatan dan sistem dakwah, eksistensi dan sejarah perkembangan ilmu dakwah, konsep dasar organisasi dan manajemen dakwah, dakwah dan perubahan sosial serta dakwah dalam membangun masyarakat damai dan kajian ilmu komunikasi yang terdiri atas pengertian dan unsur-unsur komunikasi, proses komunikasi, faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi, komunikasi verbal dan non-verbal dan etika komunikasi.



A. Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom. lahir di Bone tanggal 11 Oktober tahun 1988. Menyelesaikan Sarjana tahun 2010 di Universitas Hasanuddin, Jurusan Ilmu Komunikasi, dan Magister di Program PascaSarjana Universitas Hasanuddin dengan jurusan yang sama tahun 2015. Tahun 2013, aktif sebagai pengurus organisasi Gerakan Pemuda ESQ 165 Makassar. Dan saat ini aktif sebagai pengajar di Jurusan Dakwah Komunikasi dan Ushuluddin, Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Bone.



Dr. Samsinar S, M.Hum lahir di Watampone, Kabupaten Bone tanggal 20 Juli 1977. Pendidikan formal di Fakultas Tarbiyah IAIN Alauddin Makassar dan pada almamater yang sama melanjutkan studi S2 Konsentrasi Sejarah Islam dan Komunikasi Islam. Tahun 2014 penulis menyelesaikan program S3 di UIN Alauddin Makassar pada Program Studi Dirasah Islamiyah, Konsentrasi Pendidikan dan Keguruan. Sampai saat ini penulis menjadi Dosen Tetap pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Watampone. Pada tahun 2013 sempat diamanahkan sebagai Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pada Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Watampone.

Selain aktif di dunia pendidikan, juga aktif di organisasi Muhammadiyah yaitu Pengurus Aisyiyah Kabupaten Bone. Sebagai akademisi, penulis aktif dan produktif menulis karya ilmiah jurnal ilmiah, diantaranya, Efektivitas Dakwah Islam melalui Media Televisi (Jurnal ad-Din DKU Tahun 2015), Penerapan Pendidikan Berbasis Keberbakaan (Analisis Psikologis Pengembangan Bakat Siswa di SDN 10 Unggulan Manurunge Watampone) (Proseding Internasional, ICCOSS 2016), Efektivitas Scientific Approach (Pendekatan Saintifik) terhadap Peningkatan Aktivitas Belajar Peserta Didik Pada Madrasah Ibtidaiyah di Watampone (Penelitian Kolektif DIPA STAIN Watampone, 2017).

 **Media Nusa Creative**
Anggota IKAPI (162/JTI/2015)
Bukit Cemara Tidar H5 No. 34 Malang
Telp : 0812 3334 0088
Email : medianuscreative@gmail.com
Website : www.mncpublishing.com



ISBN 978-602-462-279-4



9 786024 622794

A. Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom.
Dr. Samsinar S, M.Hum.



A. Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. Samsinar S, M.Hum.

BUKU AJAR Ilmu Dakwah DAN KOMUNIKASI

BUKU AJAR

Ilmu Dakwah

DAN KOMUNIKASI



BUKU AJAR PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
ILMU DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom.
Dr. Samsinar S, M.Hum.



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BONE
2018

**BUKU AJAR PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
ILMU DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Penulis:

Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom.

Dr. Samsinar S, M.Hum.

Desain Cover & Penata Isi

Tim MNC Publishing

Cetakan I, April 2023

Diterbitkan oleh :



MNC
PUBLISHING
FUTURE BOOKS WITH PASSION

Media Nusa Creative

Anggota IKAPI (162/JTI/2015)

Bukit Cemara Tidar H5 No. 34, Malang

Telp. : 0812.3334.0088

E-mail : mncpublishing.layout@gmail.com

Website : www.mncpublishing.com

ISBN 978-623-175-XXX

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, secara elektronis maupun mekanis, termasuk fotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan/ atau Penerbit. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 tentang Hak Cipta, Bab XII Ketentuan Pidana, Pasal 72, Ayat (1), (2), dan (6)

SAMBUTAN
KETUA JURUSAN
DAKWAH, KOMUNIKASI DAN USHULUDDIN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BONE
(Dr. Ruslan S, M.Ag.)

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Salah satu langkah yang dilakukan oleh IAIN Bone dalam mengembangkan Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi dosen IAIN Bone yaitu melakukan penelitian dan penyusunan buku dasar untuk pengembangan program studi di lingkungan Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin IAIN Bone. Khusus untuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam diamanahkan untuk menyusun buku ajar yang berbasis Program Studi. Salah satu diantaranya adalah buku dasar atau buku ajar tentang Ilmu Dakwah dan Komunikasi.

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap manusia. Dengan berdakwah, maka manusia telah menjalankan kewajibannya. Berbeda dengan komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan dan menjadi sarana yang penting dalam mengetahui diri, dan mengetahui orang lain. Dengan kita berdakwah dan berkomunikasi, maka kita melaksanakan kewajiban kita dalam menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari yang mungkar dan dengan kita berkomunikasi maka kita telah memenuhi kebutuhan kita dan mampu untuk memahami diri sendiri dan orang lain sehingga kita dapat mengembangkan konsep diri dalam bermasyarakat dan mengembangkan konsep bersama di lingkungan sosial.

Buku ini hadir untuk memberi kontribusi penting yang dapat melahirkan inspirasi-inspirasi dan kesadaran baru dalam rangka pengembangan keilmuan dan pengembangan keahlian dalam bidang dakwah dan komunikasi bagi para civitas akademika terutama bagi dosen dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Buku ini juga dapat menjadi rujukan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran

Islam untuk memandu mereka memperoleh gambaran konkret tentang bagaimana berdakwah dan berkomunikasi dengan baik.

Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dan dosen yang dapat dipakai sebagai bahan ajar pada mata kuliah Ilmu Dakwah dan Komunikasi. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada penulis yang telah menyumbangkan ide dan buah pikirannya melalui buku ajar ini. Mudah-mudahan apa yang telah ditulis dapat bermanfaat dan berberkah bagi para pembaca. Amin.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah swt. yang telah memberikan kenikmatan kesehatan dan kesempatan sehingga buku buku ajar ini dapat terwujud. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah saw., seluruh keluarganya, para sahabatnya dan orang-orang yang mengikutinya.

Buku ajar Ilmu Dakwah dan Komunikasi ini dipersembahkan untuk digunakan oleh mahasiswa S1 pada Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuddin Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan dapat dijadikan referensi serta bahan ajar dalam bidang komunikasi. Buku ini membahas tentang ilmu dakwah dan komunikasi. Buku ini berisi tentang kajian ilmu dakwah yang terdiri atas konsep dasar dakwah Islam, pendekatan dan sistem dakwah, eksistensi dan sejarah perkembangan ilmu dakwah, konsep dasar organisasi dan manajemen dakwah, dakwah dan perubahan sosial serta dakwah dalam membangun masyarakat damai dan kajian ilmu komunikasi yang terdiri atas pengertian dan unsur-unsur komunikasi, proses komunikasi, faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi, komunikasi verbal dan non-verbal dan etika komunikasi.

Ucapan terima kasih kepada Rektor IAIN Bone dalam program penulisan buku dasas untuk pengembangan program studi di beberapa jurusan yang ada di IAIN Bone, Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin IAIN Bone yang telah merekomendasi kepada penulis untuk penulisan buku dasas ini. Terima kasih juga kepada teman-teman dan para dosen di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas masukan dan referensi buku yang akan dipakai dalam penulisan buku dasas ini, serta semua pihak yang terlibat dalam penulisan buku dasas ini.

Akhirnya dengan segala keterbatasan waktu dan ilmu yang penulis miliki maka kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan.

Wassalam.

Watampone, 10 November 2018

Penulis

MNC PUBLISHING Nur Aisyah Rusnali
Samsinar S.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

DAFTAR ISI

SAMBUTAN KETUA JURUSAN	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I KONSEP DASAR DAKWAH DAN RUANG LINGKUP ILMU DAKWAH	1
1.1. Hakikat dan Pengertian Dakwah	1
1.2. Tujuan Dakwah Islam	3
1.3. Landasan atau Dasar Hukum Dakwah Islam	5
1.4. Ruang Lingkup Ilmu Dakwah	6
LATIHAN	9
BAB II KOMPONEN DASAR DAKWAH ISLAM.....	11
2.1 Dai sebagai Subyek Dakwah.....	11
2.2 Mad’u sebagai Obyek Dakwah.....	13
2.3 Materi-Materi dalam Berdakwah	15
2.4 Metode-Metode dalam Berdakwah.....	16
2.5 Media Efektif dalam Berdakwah	22
LATIHAN	27
BAB III PENDEKATAN DAN SISTEM DAKWAH.....	29
3.1 Pendekatan Dakwah.....	29
3.2 Sistem Dakwah.....	31
LATIHAN	36
BAB IV EKSISTENSI DAN SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU DAKWAH.....	37
4.1 Perkembangan Dakwah sebagai Sebuah Ilmu	37
4.2 Urgensi Sejarah Ilmu Dakwah	39
4.3 Periodisasi Perkembangan Ilmu Dakwah.....	42
4.4 Prospek Ilmu Dakwah.....	44

LATIHAN45

BAB V KONSEP DASAR ORGANISASI DAN MANAJEMEN

DAKWAH.....47

5.1 Organisasi Dakwah47

5.2 Manajemen Dakwah.....49

LATIHAN59

BAB VI DAKWAH DAN PERUBAHAN SOSIAL.....61

6.1 Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah.....61

6.2 Dampak Perubahan Sosial terhadap Dakwah.....64

6.3 Inovasi Dakwah66

LATIHAN72

BAB VII. KONSEP DAKWAH DALAM MEMBANGUN

MASYARAKAT DAMAI.....73

7.1 Perdamaian dalam Islam73

7.2 Pengembangan Masyarakat Damai Melalui Dakwah...76

Latihan 81

BAB VIII. DEFINISI ILMU KOMUNIKASI.....83

8.1 Kajian Ilmu Komunikasi83

8.2 Definisi Ilmu KOMunikasi.....85

BAB IX UNSUR- UNSUR KOMUNIKASI97

9.1 Unsur- Unsur Komunikasi97

Latihan.....103

BAB X MODEL KOMUNIKASI.....105

10.1 Proses Komunikasi105

Latihan.....116

BAB XI FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES

KOMUNIKASI	117
11.1 Faktor Yang Mempengaruhi Proses Komunikasi	117
11.2 Gangguan dalam Proses Komunikasi.....	123
BAB XII KOMUNIKASI VERBAL	125
12.1 Definisi Komunikasi Verbal	125
12.2 Bahasa dalam Komunikasi Verbal.....	128
Latihan	131
BAB XIII KOMUNIKASI NONVERBAL	133
13.1 Definisi Komunikasi Nonverbal	133
13.2 Bahasa Sebagai Suatu Sistem Smbol dan Makna	135
13.3 Hambatan-Hambatan dalam Interaksi Bahasa dan Verbal.....	137
13.4 Prinsip-Prinsip Bahasa dan Interaksi Verbal	139
13.5 Aspek Sosial Bahasa dan Interaksi Verbal	142
Latihan.....	145
BAB XIV.....	147
14.1 Definisi Komunikasi Nonverbal.....	147
14.2 Ciri Komunikasi Nonverbal	148
14.3 Fungsi Komunikasi Nonverbal.....	149
14.4 Bentuk - Bentuk Komunikasi Nonverbal	150
Latihan.....	155
DAFTAR PUSTAKA.....	156
BIOGRAFI PENULIS.....	160

PRAKATA

Ilmu Dakwah dan Komunikasi merupakan mata kuliah Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah dasar yang harus diketahui dan dipahami oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang meliputi ilmu dakwah dan komunikasi. Mata kuliah ini juga menjadi mata kuliah atau materi Komprehensif bagi Mahasiswa Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Bone.

Buku ini ditujukan kepada mahasiswa yang tidak memiliki dasar keilmuan tentang dakwah dan komunikasi. Bagi para mahasiswa yang akan memprogram mata kuliah ini sebagai salah satu mata kuliah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, buku ini akan memberikan dasar yang luas tentang konsep dasar dakwah dan komunikasi. Bagi mereka yang akan mengambil mata kuliah tambahan atau lanjutan atau yang akan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Program Studi Ilmu Komunikasi, buku ini akan memberikan dasar teoritis yang penting untuk studi lanjut tentang dakwah dan komunikasi

Buku ini terdiri atas dua pembahasan yaitu pembahasan pertama membahas tentang Ilmu dakwah dan pembahasan kedua membahas tentang Ilmu Komunikasi.

SUSUNAN BUKU

Ilmu Dakwah dan Komunikasi terbagi atas dua bagian pembahasan. Pembahasan pertama membahas tentang Ilmu Dakwah dan pembahasan kedua membahas tentang Ilmu Komunikasi. Setiap bagian dimulai dengan memberikan gambaran singkat mengenai materi kuliah, pedoman mempelajari materi dan tujuan yang akan dicapai setelah pembelajaran serta di setiap bab dilengkapi dengan latihan. Bab pertama sampai bab ketujuh membahas tentang Ilmu

Dakwah dan bab kedelapan sampai tiga belas membahas tentang Ilmu Komunikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada banyak pihak yang telah terlibat dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB I

KONSEP DASAR DAKWAH DAN RUANG LINGKUP ILMU DAKWAH

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas mengenai hakekat, pengertian, tujuan dan landasan atau dasar hukum dakwah dan ruang lingkungannya.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai hakekat dan pengertian, tujuan, landasan atau dasar hukum dakwah Islam, dan ruang lingkup ilmu dakwah

C. Tujuan Pembelajaran

Setelah menyelesaikan bab ini, mahasiswa diharapkan dapat :

1. Mahasiswa dapat mengetahui hakekat dan pengertian dakwah
2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi tujuan umum dan khusus dakwah
3. Mahasiswa dapat menjelaskan landasan atau dasar hukum dakwah Islam
4. Mahasiswa dapat menjelaskan ruang lingkup ilmu dakwah

D. Materi Kuliah:

1.1 Hakekat dan Pengertian Dakwah

Untuk lebih jelasnya tentang dakwah, maka penulis memberikan definisi dakwah baik secara etimologi maupun terminologi.

Secara etimologi, kata dakwah merupakan bentuk masdar dari kata yad'u (fiil mudhari) dan da'a (fiil maadli) yang artinya memanggil (to call), mengundang (to invite), mengajak (to summer), menyeru (to propo), mendorong (to urge) dan memohon (to pray). Selain kata dakwah, al-Quran juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian

yang hampir sama dengan dakwah, yakni kata tabligh yang berarti penyampaian, dan bayan yang berarti penjelasan. Kata dakwah disebutkan dalam al-Qur'an dengan berbagai bentuk, sebanyak 203 kali baik dalam bentuk fiil madli (da'a), fiil mudhari (yad'u), fiil 'amar (ud'u), mashdar (da'watan), sedangkan kata tabligh sebanyak 64 kali, dan bayan sebanyak 131 kali.

Kata dakwah dalam al-Quran memiliki dua pengertian yang berbeda. Pertama, dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju surga dan kedua, dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju neraka.

Secara terminologi dikemukakan oleh para ahli yaitu sebagai berikut :

- a. Ibnu Taimiyah, dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya apa yang telah diberitakan oleh Rasul dan taat kepada apa yang telah diperintahkan yang meliputi dua kalimat syahadat, menegakkan shalat, menunaikan zakat, puasa bulan ramadhan, melaksanakan haji, iman kepada malaikat, kitab-kitabNya, hari kebangkitan, qadha dan qadar. Berdasar pada pengertian ini, maka Ibnu Taimiyah menekankan dakwah pada proses untuk mengajak orang lain untuk melaksanakan rukun iman dan rukun Islam sehingga mencapai derajat ihsan
- b. Ali Mahfuzh memberikan definisi dakwah sebagai dorongan atau memotivasi umat manusia melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat ma'ruf dan mencegahnya dari perbuatan mungkar agar mereka memperlehi kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan pengertian ini, dapat dipahami bahwa Ali Mahfuzh lebih menekankan dakwah pada aktivitas untuk mendorong manusia untuk melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar demi mencapai tujuan hidup manusia untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.
- c. Saifuddin Anshari mengemukakan bahwa dakwah adalah

segala aktivitas yang mengubah suatu situasi kepada situasi lain yang lebih baik menurut ajaran Islam. Selain itu, juga berupa usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan dan seluruh umat. Konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi amar ma'ruf dan nahi mungkar dengan berbagai media dan cara yang berakhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan perorangan, perikehidupan berumah tangga, perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.

- d. Shalahuddin Sanusi, dakwah adalah usaha mengubah keadaan yang negatif kepada keadaan yang positif, memperjuangkan yang ma'ruf atas yang mungkar, memenangkan yang hak atas yang bathil.
- e. Bambang S. Maarif, dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai, lembut, konsisten dan penuh komitmen.¹

Dengan demikian, dakwah dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam mengajak atau menyeru orang lain kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran agar selamat dan bahagia di dunia dan diakhirat.

1.2 Tujuan Dakwah Islam

Suatu kegiatan yang dilakukan harus berdasarkan pada tujuan yang akan dicapai. Tujuan adalah dunia cita atau sesuatu yang ingin diwujudkan melalui suatu usaha. Sebagaimana juga ketika melakukan dakwah harus berdasarkan pada tujuan dakwah itu sendiri.

Ahmad Ghallusy mengemukakan bahwa tujuan dakwah adalah membimbing manusia untuk mencapai kebaikan dalam rangka merealisasikan kebahagiaan. Selanjutnya, Ra'uf Syalaby mengatakan bahwa tujuan dakwah adalah mengesakan Allah swt., membuat manusia tunduk kepada-Nya, mendekatkan diri kepada-Nya dan

¹ Bambang S. Maarif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Cet. I; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 22.

intropeksi terhadap apa yang telah diperbuat. Sesuai dengan tujuan ini, maka tujuan dakwah

dapat dirumuskan menjadi 3 bagian yaitu tujuan praktis, tujuan realistis dan tujuan idealistis.² Tujuan praktis dalam berdakwah adalah tujuan awal dakwah dengan mengikis habis segala bentuk kemusyrikan dan menegakkan ajaran tauhid sebagai jalan kebenaran yang menyelamatkan manusia dari kesesatan dan kebatilan. Tujuan realistis merupakan tujuan antara, dengan merealisasikan terwujudnya masyarakat mukmin yang benar-benar menjalankan syariat Islam secara menyeluruh. Sedangkan tujuan idealistis adalah tujuan akhir pelaksanaan dakwah terwujudnya masyarakat muslim dalam tatanan hidup yang sejahtera, adil, makmur, damai dan beradab.

Selain itu, tujuan dakwah juga dapat diklasifikasikan menjadi tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umumnya adalah menyelamatkan umat manusia dari lembah kegelapan dan membawanya ke tempat yang terang benderang, dari jalan yang sesat kepada jalan yang lurus, dari lembah kemusyrikan dengan segala bentuk kesengsaraan menuju kepada tauhid yang menjanjikan kebahagiaan.

Selain tujuan umum, dakwah juga memiliki tujuan secara khusus dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Terlaksananya ajaran Islam secara keseluruhan dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan, sehingga terwujud masyarakat yang menjunjung tinggi kehidupan beragama dengan merealisasikan ajaran Islam secara penuh dan menyeluruh. Tujuan dakwah ini sesuai dengan QS. al-Baqarah/2:208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

² Awaluddin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zubri* (Cet. I; Semarang: Rasail, 2005), h. 35.

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

- b. Terwujudnya masyarakat muslim yang diidam-idamkan dalam suatu tatanan hidup bangsa dan bernegara, adil, makmur, damai dan sejahtera di bawah limpahan rahmat karunia dan ampunan Allah swt.
- c. Mewujudkan sikap beragama yang benar dari masyarakat. Tujuan ini sesuai dengan pendapat Sayyid Quthub, bahwa tujuan dakwah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang telah ditetapkan Allah swt. menjadi jalan (pedoman) hidup manusia yang terlebih dahulu diyakini dan diikuti oleh dai sendiri.

1.3 Landasan atau Dasar Hukum Dakwah Islam

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian. Untuk mencapai keadaan tersebut, maka setiap muslim harus memiliki kesadaran untuk menjalankan tugas tersebut.

Adapun yang menjadi landasan atau dasar hukum kewajiban dalam berdakwah yaitu :

- a. QS. Ali Imran/3:104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'rif dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung.

- b. Hadis Nabi Muhammad saw. “Barangsiapa diantara kamu melihat kemungkaran, hendaklah mengubahnya dengan tangan, jika tidak mampu dengan lisan, jika tidak mampu dengan hati dan itu selemah-lemah daripada iman” (H.R.Ahmad). Hadis lainnya yang artinya “Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat” (H.R. Turmudzi)

Inilah yang menjadi landasan atau dasar hukum dalam berdakwah. Dengan demikian, baik ayat al-Qur’an maupun Hadis Nabi menjadi pijakan bagi umat Islam untuk senantiasa berdakwah dengan menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari yang mungkar melalui tangan, lisan dan hati sehingga tercapai kemaslahatan dan kebahagiaan bagi umat manusia.

1.4 Ruang Lingkup Ilmu Dakwah

Ada beberapa pengertian ilmu dakwah menurut para ahli yaitu :

- a. Ahmad Ghalwusy dalam Moh. Ali Aziz, ilmu dakwah adalah ilmu yang digunakan untuk mengetahui semua ragam strategi efektif dalam menyampaikan Islam kepada umat manusia yang meliputi akidah, syariah dan akhlak³
- b. Wahidin Saputra, ilmu dakwah adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana berdakwah atau mensosialisasikan ajaran Islam kepada masyarakat (objek dakwah) dengan berbagai pendekatan agar nilai-nilai ajaran Islam dapat direalisasikan dalam realitas kehidupan, dengan tujuan agar mendapat ridha Allah swt. sehingga tercapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat⁴
- c. Toha Yahya Omar dalam Moh. Ali Aziz, ilmu dakwah memiliki pengertian secara umum dan secara khusus. Secara umum, ilmu dakwah adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan untuk menarik perhatian manusia agar ia dapat menganut, menyetujui, melaksanakan

³ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Cet.VI; Jakarta: Kencana, 2017), h. 47.

⁴ Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 6.

suatu ideologi, pendapat, dan pekerjaan tertentu. Sedangkan ilmu dakwah secara khusus yaitu mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah swt. untuk kemaslahatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat.⁵

Berdasarkan pengertian di atas maka ilmu dakwah dapat diartikan sebagai sebuah ilmu yang membahas tentang strategi atau metode yang ditempuh oleh seorang dai dalam menyerukan ajaran Islam baik mengenai akidah, syariah, dan akhlak kepada masyarakat agar nantinya mereka mampu untuk menerapkan dalam kehidupan kesehariannya untuk mencapai ridha Allah dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Ilmu dakwah merupakan ilmu sosial karena teori-teori dakwah yang dibangun merupakan hasil generalisasi dari fenomena sosial, sehingga rumpun ilmunya berasal dari ilmu-ilmu sosial yang dikembangkan dan mengikuti norma-norma ilmiah dari ilmu sosial baik secara empiris, sistematis dan logis. Walaupun ilmu dakwah sebagai bagian dari ilmu sosial, akan tetapi ia juga dapat dikategorikan sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri karena mencakup beberapa hal yang urgen sebagai sebuah ilmu yaitu :

- a. Memiliki akar sejarah yang jelas
- b. Ada tokoh-tokoh ahli ilmu dakwah yang dikenal dan tekun dalam mengembangkannya
- c. Ada masyarakat akademis yang senantiasa mempelajari dan mengembangkan ilmu dakwah
- d. Diakui oleh lembaga-lembaga yang mengkaji tentang berbagai disiplin ilmu. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) telah mengakui bahwa dakwah adalah bagian dari ilmu-ilmu keislaman
- e. Ada penelitian yang cukup intens dan mengembangkan teori-teori dan metode baru dalam ilmu dakwah

⁵ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, h.48.

Ilmu dakwah sebagai sebuah disiplin ilmu, pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu ilmu dakwah dasar dan terapan. Ilmu dakwah dasar merupakan cabang ilmu dakwah yang memberikan kerangka teori dan metodologi dakwah Islam yang berfungsi memberikan dasar-dasar teoritis dan metodologis keahlian dakwah. Sedangkan ilmu dakwah terapan adalah cabang ilmu dakwah yang berusaha memberikan kerangka teknis operasional kegiatan dakwah Islam dan berfungsi memberikan kemampuan teknis keahlian profesi dakwah Islam.⁶

Selain itu, ilmu dakwah juga mencakup pembahasan tentang komponen-komponen dasar dakwah baik dai, materi, metode, mad'u, media maupun tujuan dakwah. Untuk mengetahui lebih jelasnya maka akan dibahas pada bab selanjutnya.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

⁶ Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, h.7.

LATIHAN :

1. Apa yang dimaksud dengan dakwah Islam?
2. Kemukakan pengertian dakwah menurut para ahli!
3. Jelaskan tujuan komunikasi secara umum dan secara khusus!
4. Kemukakan landasan atau dasar hukum dakwah Islam!
5. Kapan dakwah menjadi fardu kifayah dan fardu 'ain?
6. Jelaskan ruang lingkup ilmu dakwah!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB II

KOMPONEN DASAR DAKWAH ISLAM

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas mengenai komponen-komponen dasar dari dakwah Islam meliputi dai, mad'u, materi dakwah, metode, dan media dakwah.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai komponen-komponen dasar dakwah Islam.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat memahami tentang da'i sebagai subyek dakwah
2. Mahasiswa dapat mengetahui mad'u sebagai obyek dakwah
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang materi-materi yang dapat dibahas dalam berdakwah
4. Mahasiswa dapat mengklasifikasi metode-metode yang dapat digunakan dalam berdakwah
5. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang media yang efektif digunakan dalam berdakwah.

Materi Kuliah:

2.1 Dai sebagai Subyek Dakwah

Salah satu komponen tindak dakwah yang paling penting adalah dai (orang yang menyampaikan dakwah). Siapa dai, bagaimana dai mempersepsikan diri sendiri dan orang lain akan mempengaruhi dakwah dai dan tanggapan orang lain terhadap dai sebagai pelaku utama dalam berdakwah.

Menjadi dai sebenarnya merupakan tugas yang mulia karena menjadi pelanjut Rasulullah dan para generasi yang dalam ungkapan lain sering disebut al-ulama warasatul anbiya. Idealnya, dai sampai

pada tingkat ulama, walaupun pada aspek keilmuan tidak sampai ke tingkat ulama, olehnya itu amat ideal jika mendekati karena yang harus disampaikan adalah isi al-Qur'an dan sunnah. Dia juga harus mengikuti kepribadian Rasul, memiliki sifat yang luhur, akhlak yang baik, menjadi contoh yang baik dan tercermin dalam kehidupan kesehariannya.¹

Menurut Enjang dan Aliyudin, dai bertugas meluruskan akidah yang terjadi karena kesalahan dan kekeliruan, memotivasi umat untuk beribadah dengan baik dan benar, amar ma'ruf nahi mungkar, sebagai wujud nyata dari fungsi dai, menolak kebudayaan atau tradisi dan adat istiadat yang merusak mad'u sebagai sasaran dakwah yang bertentangan dengan syariat Islam.

Dai adalah manusia terbaik, sebagaimana dalam al-Qur'an Allah berfirman dalam QS. Ali Imran/3:110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ
وَآكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Terjemahnya :

Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.

Ayat di atas kemudian dipertegas oleh hadis Rasulullah saw. yang artinya "Yang paling berat menerima cobaan antara kamu adalah para Nabi, kemudian pengikut-pengikutnya" (HR. Tirmidzi).

1 Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, Tafsir Al-Qur'an Tematik: Komunikasi dan Informasi (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2011), h. 78-79.

Dengan demikian, tugas seorang dai sangat berat dan harus dilakukan atas dasar keimanan kepada Allah swt. Oleh karena itu, dai harus memiliki bekal pengetahuan, pemahaman dan pengalaman keagamaan yang baik agar proses dakwah berjalan dengan lancar, dia juga harus memiliki sifat-sifat kepemimpinan dan jiwanya perlu ditempa terlebih dahulu agar mereka tabah, sabar, dan tidak putus asa dengan berbagai cobaan, halangan atau pun rintangan yang dihadapinya dalam berdakwah. Di samping itu, dia juga dituntut untuk memiliki kemampuan menangkap tanda-tanda zaman yang sedang berlangsung. Untuk itu, diperlukan pemahaman terhadap indikasi-indikasi adanya perubahan yang mendasar, baik secara kultural maupun sosial keagamaan.²

Dalam konteks menghadapi masyarakat yang kritis, maka diperlukan dakwah yang berorientasi kepada transformasi sosio-kultural dengan pendekatan partisipatif. Intinya adalah bagaimana mewujudkan tujuan dakwah Islam dengan mengembangkan potensi fitrah dan fungsi kekhalifahan manusia dalam rangka membentuk sistem kehidupan yang diridhai oleh Allah swt.³

2.2 Mad'u sebagai Obyek Dakwah

Mad'u merupakan sasaran dakwah. Sasaran dakwah memiliki kemampuan yang berbeda-beda. Ada dua kemampuan atau potensi dalam diri mad'u yang dapat dijadikan dai sebagai acuan dalam menyampaikan dakwahnya yaitu kemampuan berpikir yang mengarah pada sejauhmana mad'u senang berpikir mendalam, dan kemampuan merasa yang mengarah apakah mad'u lebih senang imbauan emosional pesan-pesan yang menggembirakan atau pesan yang sedih.

Berdasarkan kemampuan berpikirnya, mad'u dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu mad'u terpelajar, menengah, dan awam.

2 Awaluddin Pimay, *Tokoh-Tokoh Dakwah: Konsepsi, Aplikasi dan Naluri Dakwah* (Cet. I; Semarang: Absor, 2009), h.45-46.

3 Awaluddin Pimay, *Tokoh-Tokoh Dakwah: Konsepsi, Aplikasi dan Naluri Dakwah*, h. 47.

Kelompok terpelajar adalah orang-orang yang pandai dan berpikir optimal, kelompok menengah orang yang berada antara kelompok terpelajar dan awam yang sedikit berpikir dan kelompok awam adalah orang yang tidak suka berpikir mendalam.

Selain kemampuan berpikir, mad'u juga memiliki kemampuan dan ketaatan beragama yang berbeda, sebagaimana dalam QS. Faathir/35:32 berbunyi :

ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِّنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ
وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذْنِ اللَّهِ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ

Terjemahnya :

Kemudian kitab itu Kami wariskan kepada orang-orang yang Kami pilih di antara hamba-hamba Kami, lalu di antara mereka ada yang menganiaya diri mereka sendiri (orang yang lebih banyak kesalahannya daripada kebaikannya) dan di antara mereka ada yang pertengahan (orang-orang yang kebaikannya berbanding dengan kesalahannya) dan diantara mereka ada (pula) yang lebih dahulu berbuat kebaikan (orang-orang yang kebaikannya Amat banyak dan Amat jarang berbuat kesalahan) dengan izin Allah. yang demikian itu adalah karunia yang amat besar.

Melalui ayat tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas keimanan dan keislaman mad'u tidak sama yang disebut sebagai kondisi keberagaman. Kondisi keberagaman itu terdiri atas tiga varian amal yaitu :

- a. Menganiaya diri sendiri; mad'u yang menganiaya diri sendiri adalah mad'u yang banyak melakukan dosa dan kesalahan
- b. Pertengahan; mad'u yang kadang melakukan dosa-dosa, namun dilain kesempatan ia melakukan kebaikan
- c. Cepat berbuat baik; mad'u yang selalu berbuat kebaikan⁴

⁴ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Cet. I; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 43.

Dengan demikian, setiap mad'u berbeda kualitas keimanan dan keislamannya atau kondisi keberagamannya sehingga dai juga harus menyesuaikan kondisi mad'unya dalam melaksanakan kegiatan dakwah.

2.3 Materi-Materi dalam Berdakwah

Materi dakwah merupakan piranti lunak yang disampaikan oleh dai melalui berbagai cara. Materi dakwah berupa nilai-nilai keagamaan yang bersumber dari ajaran Islam al-Qur'an dan Sunnah.

Materi dakwah harus mampu membangkitkan dorongan atau motivasi bagi mad'u sesuai apa yang diharapkan, karena boleh jadi mereka hanya mendengar, tidak mau melaksanakan, atau bahkan menolak, serta antipasti dan apatis terhadap pesan yang disampaikan.

Dalam al-Qur'an ada dua pesan yaitu :

- a. Pesan yang maknanya memanggil akal atau dalam al-Qur'an diistilahkan sebagai pendayagunaan akal, seperti afala ta'qilun (tidaklah engkau memikirkan). Pendayagunaan akal dimulai dengan memanfaatkan potensi pancaindra dan diproses oleh akal
- b. Pesan yang maknanya menghimbau rasa serta hati atau dalam istilah al-Qur'an disebut sebagai pendayagunaan rasa, seperti afala tasy'urun (tidaklah engkau merasakan). Rasa dan rasio sebagai landasan berpijak bagi perancangan pesan-pesan dai dalam berdakwah⁵

Dengan pesan di atas, maka akan mempengaruhi dan memotivasi mad'u dalam menjalankan kegiatan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Pesan dakwah atau materi dakwah memiliki karakteristik yaitu Islam sebagai agama fitrah, Islam sebagai agama rasional, pemikiran, dan argumentatif dan Islam sebagai agama hati. Arah suatu pesan

5 Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, h. 43.

harus didasarkan pada pijakan ini, dan ketiga pijakan ini menjadi pemandu kita merancang pesan dalam penyampaian dakwah.⁶ Materi dakwah berkaitan dengan aspek-aspek yaitu :

- a. Aspek Akidah; para Rasul sebagai dai menjalankan tugasnya dalam berdakwah berisi pesan atau materi yang berkaitan tentang akidah yang terurai melalui berbagai bagian meliputi keimanan pada sumber ajaran, iman kepada Allah, malaikat, surga dan neraka, kitab suci, para Rasul Allah, ketentuan atau qadha dan qadar-Nya.
- b. Aspek Syariah Islam : Ibadah dan Muamalah
Ibadah yang dimaksud disini adalah mahdah dan ghairu mahdah. Ibadah mahdah tercantum dalam lima rukun Islam dan ghairu mahdah adalah segala amalan yang diizinkan Allah seperti belajar, tolong menolong, dakwah, dzikir, dan sebagainya. Sedangkan aspek muamalah berkaitan dengan hukum perdata dan pidana Islam seperti tentang hukum keluarga Islam, perkawinan, talak, pencurian, etika pergaulan, dan seterusnya.
- c. Aspek Akhlak
Akhlak merupakan aspek lain dari ajaran Islam dan merupakan buah dari segala sarana yang diterimanya. Akhlak terwujud dalam tindakan nyata.⁷

Ketiga aspek inilah yang dapat menjadi pesan atau materi dai dalam melakukan dakwahnya. Materi dakwah ini dapat disesuaikan dengan kondisi mad'u atau mitra dakwah yang mana yang dibutuhkan oleh mereka.

2.4 Metode-Metode dalam Berdakwah

Berdakwah memerlukan suatu metode. Pemilihan metode harus tepat dengan mempertimbangkan berbagai hal termasuk mad'u (mitra dakwah), situasi dan kondisi, materi, dan penguasaan metode

⁶ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, h. 43.

⁷ Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia, *Komunikasi dan Informasi: Tafsir Al-Qur'an Tematik* (Cet. I; Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2011), h. 81-85.

tersebut bagi dai. Dengan metode, maka akan memperlancar jalannya dakwah dan tujuan dakwah bias tercapai dengan mudah. Metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk melaksanakan sesuatu atau cara kerja. Ada beberapa pendapat tentang definisi metode dakwah yaitu :

- a. Al-Bayanuni, metode dakwah adalah cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah atau dai dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi dakwah.
- b. Said bin Ali al-Qathani, metode atau uslub dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.
- c. Khairi Syekh Maulana Arabi, metode dakwah adalah upaya dai (pendakwah) untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang dilandasi dengan hikmah dan kasih sayang.⁸

Dengan demikian, metode dakwah memiliki tiga karakter yaitu metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis, dan arahnya tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, akan tetapi menghilangkan kendala dakwah.⁹ Dengan dai menggunakan metode dalam berdakwah maka dakwah akan efektif sehingga kendala-kendala yang ada dapat diatasi dengan baik oleh para dai.

Ada beberapa metode dakwah yaitu :

- a. Metode Ceramah

Metode ceramah/muhadlarah atau pidato, telah dipakai oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran Allah. Metode ini merupakan metode yang sering dipakai oleh dai sekalipun sekarang ini multimedia dakwah telah tersedia. Ceramah diarahkan kepada suatu publik. Metode ini berbicara di depan

⁸ Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktifis Dakwah* (Cet I; Yogyakarta: Laksana, 2017), h. 77.

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. VI; Jakarta: Kencana, 2017), h. 306.

public. Sifat komunikasinya lebih banyak monolog dari dai ke mad'u, walaupun biasanya diakhiri dengan komunikasi dua arah atau dialog dalam bentuk tanya jawab.

Umumnya, pesan-pesan dakwahnya disampaikan dengan ceramah bersifat ringan, informatif, dan tidak mengundang perdebatan. Dialog yang dilakukan juga terbatas pada pertanyaan bukan sanggahan. Dai diperlakukan sebagai pemegang otoritas informasi keagamaan kepada mad'u.

b. Metode Diskusi

Diskusi berarti memperbincangkan suatu masalah di dalam suatu pertemuan dengan jalan pertukaran pendapat di antara beberapa orang.¹⁰ Metode diskusi sebagai metode dakwah adalah bertukar pikiran tentang suatu masalah keagamaan sebagai pesan dakwah antar beberapa orang dalam tempat tertentu. Dalam diskusi, pasti ada dialog yang tidak hanya sekedar bertanya tetapi juga memberikan sanggahan atau usulan. Diskusi dapat dilakukan dengan komunikasi tatap muka ataupun komunikasi kelompok.

Diskusi memiliki kelebihan yaitu suasana dakwah akan tampak hidup, sebab semua peserta mencurahkan perhatiannya kepada masalah yang sedang didiskusikan, dapat menghilangkan sifat-sifat individualistik dan diharapkan akan menimbulkan sifat-sifat positif pada mitra dakwah seperti toleransi, demokrasi, berpikir sistematis, dan logis, serta materi akan dapat dipahami secara mendalam. Kelebihan lainnya adalah fungsinya sebagai sarana pembinaan kepribadian individu muslim, sebab diskusi memiliki lima fungsi yaitu pelaksanaan sikap demokrasi, pengujian sikap toleransi, pengembangan kebebasan pribadi, pengembangan latihan berpikir, pengembangan pengetahuan dan pengalaman, serta kesempatan pengejewantahan sikap intelegen dan kreatif.¹¹

10 Abdul Kadir Munsyi,

11 J.D Parera dalam Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, h. 314-315.

c. Metode Konseling

Metode konseling merupakan wawancara secara individual dan tatap muka antara konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Metode ini diperlukan dalam berdakwah, mengingat banyaknya masalah yang terkait dengan keimanan dan pengalaman keagamaan yang tidak bisa diselesaikan dengan metode ceramah dan diskusi.

d. Metode Karya Tulis

Metode karya tulis disebut dakwah bi al-qalam. Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Kita dalam memahami al-Qur'an dan Hadis, fikih para Imam Mazhab dari tulisan yang dipublikasikan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi efektivitas tulisan yaitu bahasa, jenis huruf, format, media, penulis dan isi pesan yang ditulis.

Metode karya tulis merupakan keterampilan dalam menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan baik berupa teks, gambar, lukisan dan lainnya.

e. Metode Pemberdayaan Masyarakat

Salah satu metode dalam dakwah bil hal atau dakwah aksi nyata adalah metode pemberdayaan masyarakat, yaitu metode dengan upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian. Metode ini selalu berhubungan dengan tiga pihak yaitu masyarakat sebagai komunitas, pemerintah, dan dai atau agen. Strategi pemberdayaan ini lebih bersifat desentralistik dengan kebijakan dari bawah ke atas (bottom-up). Permasalahannya ditentukan oleh rakyat atau masyarakat bukan pimpinan. Metode pemberdayaannya mengembangkan lembaga.

f. Metode Kelembagaan

Metode lainnya dalam dakwah bil hal adalah metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrumen dakwah. Untuk mengubah perilaku anggota melalui institusi, dai harus melewati proses fungsi-fungsi manajemen yang dimulai perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan atau pengendalian. Metode kelembagaan ini menggerakkan lembaga dan lebih bersifat sentralistik serta kebijakannya bersifat dari atas ke bawah. Ketika dai menjadi pemimpin dalam organisasi, ia memiliki otoritas untuk membuat budaya organisasi yang diberlakukan kepada bawahannya.

Dalam QS. an-Nahl/16:125, membahas tentang metode dakwah yaitu :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah (Perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil) dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Ada beberapa metode yang dapat digunakan oleh para dai dalam melaksanakan kegiatan dakwah yaitu :

- a. Al-Hikmah, berarti yang paling utama dari segala sesuatu, baik pengetahuan maupun perbuatan. Ia bebas dari kesalahan. Al-hikmah juga diartikan sebagai sesuatu yang bila digunakan

atau diperhatikan akan mendatangkan kemaslahatan dan kemudahan yang besar atau lebih besar, serta menghalangi terjadinya kerugian atau kesulitan yang besar atau lebih besar.¹² Jika dikaitkan dengan dakwah, hikmah merupakan peringatan kepada dai untuk tidak hanya menggunakan satu bentuk metode saja, tetapi harus memvariasikan metode sesuai dengan realitas yang dihadapi dan sikap masyarakat terhadap ajarannya.

Hikmah merupakan pokok awal yang harus dimiliki seorang dai dalam berdakwah, karena dengan hikmah maka akan lahir kebijakan-kebijaksanaan dalam menerapkan langkah-langkah dakwah, baik secara metodologis maupun praktis. Oleh karena itu, kata hikmah memiliki banyak arti tergantung dari perspektif mana kita melihatnya.

Dalam konteks dakwah, bukan hanya sebagai sebuah pendekatan dalam satu metode akan tetapi beberapa pendekatan dalam sebuah metode. Hikmah bukan hanya berarti mengenal strata mad'u, tetapi dapat diartikan juga "bila harus bicara bila harus diam". Bisa juga berarti "mencari titik temu", "toleran yang tanpa kehilangan sibghah", "memilih kata yang tepat", "cara berpisah", "uswatun hasanah", dan "lisan al-haal".¹³

b. Al-Mau'izah al-Hasanah

Secara bahasa terdiri atas dua kata yaitu mau'izah berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan,¹⁴ sedang hasanah berarti kebaikan. Jadi mau'izah hasanah artinya memberikan nasehat untuk kebaikan. Mau'izah hasanah adalah menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang dapat diterima oleh mad'u/mitra dakwah.¹⁵ Kedua kata di atas, memuat dua perintah yaitu memperhatikan kualitas pesan dakwah dan memilih metode penyampaiannya. Tidak semua pesan dapat

12 M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 386.

13 Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 249-250.

14 Lois M, *Munjidfal-Lughab wa A'lam* (Beirut: Dar Fikr, 1986), h. 907.

15 Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, h. 338.

dijadikan sebagai pesan dakwah, melainkan hanya pesan yang memiliki kebenaran yang pasti, yakni pesan yang berasal dari al-Quran dan Hadis yang sah.

c. Al-Mujadalah/ Berdebat dengan cara yang lebih baik.

Secara etimologi (bahasa), mujadalah berasal dari kata “jaadala” berarti berdebat, mujadalah berarti perdebatan.¹⁶

Secara istilah, menurut tafsir an-Nasafi dalam Wahidin Saputra, berbantahan dengan baik yaitu dengan jalan yang sebaik-baiknya dalam bermujadalah, dengan cara perkataan yang lunak, lemah lembut, tidak dengan ucapan yang kasar atau dengan mempergunakan sesuatu (perkataan) yang bisa menyadarkan hati membangunkan jiwa dan menerangi akal pikiran, ini merupakan penolakan bagi orang yang enggan melakukan perdebatan dalam agama.¹⁷

Mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat dan antara satu dengan lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya dengan berpegang kepada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.¹⁸ Dengan demikian, mujadalah adalah suatu metode dakwah yang berfokus pada sharing pendapat atau berdiskusi antara satu dengan lainnya yaitu dai dan mad'u untuk mendapatkan sebuah kebenaran yang dilandasi dengan kebenaran ilmiah dan kebenaran mutlak dari al-Quran dan Hadis.

2.5 Media Efektif dalam Berdakwah

Secara etimologis, media berasal dari bahasa Latin, medius yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa

16 Adib Bisri dan Munawwir AF, *Kamus al-Bisri* (Jakarta: Pustaka Progresif, 2000),h. 67.

17 Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 254.

18 Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 255.

Inggris, media merupakan bentuk jamak dari medium berarti tengah, antara dan rata-rata. Dalam bahasa Arab disebut wasilah yang berarti alat atau perantara. Jadi media adalah alat yang dipakai sebagai perantara atau sebagai penengah dalam melakukan suatu kegiatan.

Secara terminologis, media dakwah menurut para ahli dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. A. Hasjmy, media dakwah merupakan sarana yang digunakan dai dalam berdakwah
- b. Hamzah Ya'qub, media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat
- c. M. Munir dan Wahyu Ilahi, media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u (penerima dakwah)
- d. Al-Bayanuni, media dakwah adalah sesuatu yang bersifat fisik dan nonfisik yang bisa mengantarkan dai dalam menerapkan strategi dakwah
- e. Awaluddin Pimay, media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh dai untuk menyampaikan materi dakwah.¹⁹

Berdasarkan pengertian istilah di atas, maka media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan oleh dai dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada mad'u baik yang berbentuk secara fisik maupun nonfisik.

Pada masa kehidupan Nabi Muhammad saw., media yang paling banyak digunakan adalah media audio yakni menyampaikan dakwah secara lisan, sikap dan perilaku Nabi juga merupakan media visual yang dapat ditiru atau dilihat oleh mad'u. Dalam perkembangan selanjutnya, terdapat berbagai media dakwah yang efektif, baik berupa media visual, audio, audio-visual, dan sebagainya. Munculnya berbagai media dakwah karena berkembangnya teknologi sehingga penggunaan media harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena

¹⁹ Awaludin Pimay, *Metodologi Dakwah: Kajian Teoritis dari Khazanah Al-Qur'an* (Cet. I; Semarang: Rasail, 2006), h. 36.

itu, dai harus menggunakan dengan baik media tertentu dan memvariasikan medianya dalam berdakwah agar mad'u tidak bosan dengan materi yang disampaikan.

Ada beberapa media yang dapat digunakan dalam menyebarluaskan ajaran-ajaran Islam yaitu :

a. Media melalui Mimbar

Mimbar merupakan salah satu tempat atau media untuk berdakwah. Seorang dai dapat memanfaatkan mimbar sebagai tempat untuk menyampaikan nilai-nilai kebaikan, gagasan, dan peringatan tentang kebaikan. Mimbar sebagai media penyampai atau sarana untuk mengajak masyarakat, berinteraksi dengan masyarakat untuk melaksanakan kebaikan sesuai dengan ajaran Islam

b. Media Audio

Media audio merupakan alat yang mengeluarkan bunyi seperti radio, kaset, rekaman dan lainnya. Media radio sangat penting digunakan dalam berdakwah karena sifatnya langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, memiliki daya tarik yang kuat, relatif murah, tidak terhambat oleh kemampuan membaca dan menulis.

Selain itu, rekaman atau MP3 juga menjadi media audio yang dapat digunakan oleh dai dalam berdakwah. Hasil rekaman dapat diputar ulang dan didengar kembali oleh mad'u. dakwah dengan rekaman harus dipersiapkan sebelumnya baik isi atau materi dakwahnya dan intonasi suara harus jelas. Dai harus mengecek berulang kali agar tidak ada kesalahan dalam melakukan rekaman.²⁰

Dengan demikian, media audio juga memberi kontribusi yang penting bagi mad'u, karena setiap mad'u berbeda-beda dalam menerima dakwah. Ada mad'u yang suka dengan media audio karena kecenderungannya lebih suka mendengarkan pesan dakwah dari pada media lainnya, begitu juga sebaliknya.

20 Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, h. 352-354.

c. Media Sosial

Media sosial dapat digunakan dalam berdakwah. Media sosial ini seperti facebook, twitter, whatsapp, youtube, dan lainnya dapat dimanfaatkan sebagai ruang untuk menyampaikan pesan dakwah. Media ini memberi peluang bagi dai dalam menyerukan pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai kebenaran dapat dituangkan melalui media ini.²¹

Pada media ini, pesan harus dikemas dengan baik dan tidak terlalu panjang. Pesannya harus singkat, padat dan jelas, sehingga orang yang akan membacanya membaca dengan tuntas dan sebaiknya dapat menggugah emosi atau perasaan orang yang membacanya sehingga mereka tersentuh dan dapat melakukannya sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Youtube juga dapat dimanfaatkan oleh dai. Durasi dakwahnya dapat diunggah di youtube, pesan dakwahnya juga harus jelas dan tidak terlalu panjang, apalagi bertele-tele. Dai harus memperhatikan efektivitasnya khususnya waktu yang digunakan dalam penyampaian.²²

Pemanfaatan youtube bagi dai harus memperhatikan materi yang disampaikan, waktu dalam menyampaikannya, dan cara penyampaian sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima bagi mad'u.

d. Media Cetak

Media cetak juga merupakan media yang dapat digunakan oleh dai dalam berdakwah. Dai dapat memanfaatkan media ini sebagai sarana yang baik agar mad'u dapat lebih dekat dengan-Nya.

Yang termasuk media cetak yaitu buku, majalah, poster, brosur, selebaran, dan media lainnya yang dicetak.

Dalam media cetak, dai disarankan menyampaikan materi

21 Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivis Dakwah*, h. 44

22 Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivis Dakwah* (Cet I; Yogyakarta: Laksana, 2017), h. 45.

dakwahnya langsung pada inti pembahasan, menggunakan bahasa yang lugas, cerdas, dan gamblang agar pembaca dapat menangkap isi materi dakwah yang ditulis.²³ Dakwah dengan media ini memiliki keunggulan yaitu media ini dapat menjangkau masyarakat luas, dai memiliki beban psikologis lebih ringan dibandingkan dengan dai yang langsung menyampaikan secara lisan materi dakwahnya, lebih praktis, dapat dibaca dimana saja dan kapan saja, sehingga memudahkan mad'u untuk menerima pesan dakwahnya.

Berbagai media di atas dapat berfungsi secara efektif jika seorang dai mampu menggunakannya dengan baik dengan memperhatikan berbagai hal yang terkait dengan komponen lainnya dalam berdakwah baik materinya, metodenya, mad'unya, dan dai itu sendiri sehingga tujuan dakwah dapat tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan oleh dai. Oleh karena itu, dai harus memahami karakteristik media yang akan digunakan dan menyesuaikannya dengan kebutuhan dan situasi dan kondisi mad'u sehingga materi yang disampaikan dapat diterima dan mad'u terpengaruh untuk menjalankan apa yang disampaikan.

²³ Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivistis Dakwah*, h. 46.

LATIHAN :

1. Kemukakan komponen-komponen dasar dalam berdakwah!
2. Kemampuan apa yang harus dimiliki oleh seorang dai?
3. Aspek-aspek apa saja yang menjadi materi yang disampaikan dai kepada mad'u?
4. Jelaskan metode-metode dakwah yang termaktub dalam QS. an-Nahl ayat 125!
5. Bagaimana media yang efektif dalam berdakwah? Jelaskan!
6. Apa yang harus diperhatikan oleh dai dalam memilih media dakwah? Jelaskan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB III

PENDEKATAN DAN SISTEM DAKWAH

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang pendekatan dan sistem dakwah. Pendekatan dakwah merupakan langkah awal yang akan dilakukan dalam berdakwah dan bagian dari sistem dakwah yang akan berkerjasama dengan bagian sistem dakwah yang lain.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai pendekatan dakwah sebagai suatu sistem, klasifikasi dari pendekatan dakwah dan sistem dakwah.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat memaparkan tentang pendekatan sebagai sistem dakwah.
2. Mahasiswa dapat mengklasifikasikan pendekatan dakwah
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang sistem dakwah.

Materi Kuliah:

3.1. Pendekatan Dakwah

Ada beberapa istilah yang hampir sama maknanya dan sangat susah dibedakan antara satu dengan lainnya yaitu pendekatan, strategi, metode, teknik dan taktik dalam melakukan sesuatu. Pendekatan merupakan sudut pandang tertentu dalam melakukan sesuatu. Pendekatan ini akan melahirkan suatu strategi. Strategi yaitu suatu perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan strategi dibutuhkan sebuah metode atau beberapa metode sebagai cara yang ditempuh dalam menjalankan strategi. Dalam melaksanakan metode ada cara lebih spesifik dan lebih operasional dalam melakukan sesuatu yang disebut dengan teknik. Suatu metode yang digunakan oleh seseorang boleh jadi sama

akan tetapi teknik yang digunakan berbeda. Teknik akan melahirkan suatu taktik. Taktik adalah gaya yang dimiliki seseorang dalam menjalankan suatu teknik. Istilah-istilah ini harus menjadi perhatian bagi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan, agar nantinya mempermudah dalam mencapai tujuan.

Dalam berdakwah dibutuhkan sebuah pendekatan. Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang terhadap proses dakwah. Dalam menentukan pendekatan harus memperhatikan mad'u sebagai objek dakwah dan kondisi lingkungannya.

Pendekatan dakwah dapat dibagi menjadi dua yaitu pendekatan dakwah struktural dan kultural. Pendekatan dakwah struktural yaitu pendekatan yang digunakan oleh para politikus dalam legislatif yang berjuang untuk membangun kehidupan bangsa dan negara untuk mencapai kehidupan yang sejahtera dan religius dengan cara berjuang membuat undang-undang yang menjamin kehidupan lebih islami serta para politikus dalam eksekutif yang menjalankan pemerintahan berdasarkan hasil atau produk yang telah dibuat. Sedangkan pendekatan kultural yaitu pendekatan sosial-budaya dengan membangun moral masyarakat melalui kultur mereka.¹ Pendekatan dakwah ini difokuskan pada mad'u sebagai mitra dakwah.

Selanjutnya, jika pendekatan dakwah diartikan sebagai suatu sistem yang ada dalam proses dakwah yang harus melibatkan unsur-unsur lain dalam proses dakwah, maka pendekatan dakwah dapat dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Pendekatan yang terpusat pada dai
Pendekatan ini menuntut unsur-unsur dakwah lainnya menyesuaikan atau bekerja sesuai dengan kemampuan dai. Pendekatan ini bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Ketika dakwah telah disampaikan oleh dai dan mad'u telah memahami apa yang disampaikan maka inilah yang disebut dengan pendekatan yang terpusat pada dai. Dai melaksanakan

¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet.VI; Jakarta: Kencana, 2017), h. 298.

kewajibannya sesuai dengan kemampuannya baik materi, media ataupun metodenya.

b. Pendekatan yang terpusat pada mad'u atau mitra dakwah

Pendekatan ini memfokuskan unsur-unsur dakwah pada upaya penerimaan mad'u. dai harus memperhatikan karakteristik atau kondisi mad'u, materi yang cocok untuk disampaikan dai kepada mad'u, metode dan media apa yang dapat menggugah hati mad'u sehingga terpengaruh dan dapat menjalankan apa yang disampaikan.

Pendekatan ini berupaya mengubah keagamaan mad'u. Tidak hanya pada tingkat pemahaman, akan tetapi lebih dari itu yaitu mengubah sikap dan perilaku mad'u.² Dengan demikian, semua unsur yang terlibat dalam proses dakwah harus terfokus pada mad'u.

3.2. Sistem Dakwah

Menurut Bertalanffy sebagai bapak teori sistem sebagaimana dikutip dalam Uus Uswatusolihah mengemukakan bahwa sistem adalah rangkaian yang terdiri atas bagian-bagian yang saling berhubungan.³ Selanjutnya, menurut Buyung dalam Uus Uswatusolihah menyatakan bahwa sesuatu dapat disebut sistem apabila memenuhi kriteria yaitu :

- a. Terdiri atas unsur elemen atau bagian
- b. Elemen-elemen, unsur-unsur atau bagian-bagian itu satu sama lain jalin-menjalin, pengaruh-mempengaruhi, terjadi interaksi dan interdependensi
- c. Keseluruhannya terpadu menjadi kesatuan yang utuh, suatu totalitas
- d. Kesatuan itu mempunyai tujuan, fungsi, atau output tertentu⁴

²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 298

³Uus Uswatusolihah, *Pendekatan Sistem dalam Mengkaji Dakwah Islam* Jurnal Komunika Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2007 Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018.

⁴Uus Uswatusolihah, *Pendekatan Sistem dalam Mengkaji Dakwah Islam* Jurnal Komunika Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2007 Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018.

Sejalan dengan pendapat di atas, Winardi mengemukakan bahwa sistem memiliki ciri-ciri yaitu :

- a. Setiap sistem merupakan bagian dari sebuah sistem yang lebih besar dan mencakup banyak subsistem
- b. Setiap subsistem besar memiliki suatu tujuan dan memberikan sumbangsih ke arah pencapaian sasaran tersebut
- c. Subsistem-subsistem berkaitan satu sama lain, hingga suatu perubahan pada bagian tertentu sistem akan menimbulkan perubahan pada bagian lainnya
- d. Setiap sistem memiliki suatu batas sistem dan dapat diperluas atau dipersempit sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai
- e. Sistem fisik tertutup dalam mengalami etropi yakni tendensi untuk menjadi aus
- f. Jika suatu sistem terbuka (sistem yang membuka diri untuk bisa berinteraksi dengan sistem yang lain) ingin tetap bertahan maka harus menggunakan cukup banyak input dari lingkungannya dengan tujuan mengompensasi output untuk menjalankan sistem yang bersangkutan.⁵

Selain itu, Rusadi dalam Nasuka mengemukakan bahwa sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri atas bagian-bagian yang secara fungsional terkait satu sama dalam ikatan superordinatnya yang menunjukkan suatu gerak dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu.⁶ Dengan demikian, sistem merupakan suatu kesatuan yang terdiri atas berbagai unsur yang saling berinteraksi dan bekerjasama satu sama lain untuk mencapai tujuan tertentu.

Dakwah sebagai sebuah sistem memiliki berbagai unsur atau komponen-komponen dasar yang saling berinteraksi satu sama lain baik dai, mad'u, materi, metode, dan media untuk mencapai tujuan dakwah. Tujuan dakwah adalah mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

⁵Winardi, *Kamus Ekonomi* (Bandung: Mandar Maju,1998), h. 472-473.

⁶Nasuka, *Teori Sistem sebagai Salah Satu Alternatif Pendekatan dalam Ilmu-Ilmu Agama Islam* (Cet. I; Jakarta: Prenadamedia, 2005), h. 17.

Berdasarkan komponen-komponen dasar sebuah sistem, maka komponen sistem dakwah yang berdasarkan realitas unsur-unsur dakwah dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. Komponen input (masukan) yang terdiri atas raw input (masukan utama), instrumental input (masukan alat, metode dan sarana), dan environmental input (masukan lingkungan). Masukan utama terdiri atas materi atau bahan dan manusia (dai dan mad'u), masukan alat terdiri atas dana, fasilitas dan metode dakwah, sedangkan masukan lingkungan mencakup permasalahan ketika mewujudkan Islam menjadi kenyataan. Semua masukan ini berfungsi memberikan informasi, energi dan materi yang menentukan eksistensi sistem.
- b. Komponen konversi berfungsi mengubah masukan menjadi luaran (input menjadi output), merealisasikan ajaran Islam menjadi realitas sosio-kultural yang diproses dalam kegiatan administrasi dakwah (organisasi, manajemen, kepemimpinan, dan komunikasi dakwah). Komponen ini intinya adalah pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dakwah Islam
- c. Komponen out-put (keluaran) merupakan hasil dakwah yakni terciptanya realitas baru menurut ukuran ideal dan tujuan antara sistem dakwah yang berlangsung. Hasil yang dicapai oleh kegiatan dakwah berupa khairul bariyah, khairul usrah, khairul jama'ah dan khairul ummah. Hasil ini biasanya dicapai secara bertahap dan bersyarat
- d. Komponen feedback (umpan balik) berfungsi memberi pengaruh baik positif maupun negatif terhadap sistem dakwah khususnya dan juga terhadap realitas sosio-kultural pada umumnya. Jika pengaruh positif akan terwujud dalam bentuk dukungan, maka pengaruh negatif akan terwujud dalam bentuk hambatan
- e. Komponen environment (lingkungan) berfungsi sebagai kenyataan yang hendak diubah (sasaran dakwah). Lingkungan ini memberikan pengaruh terhadap sistem dakwah terutama

memberikan masukan permasalahan yang perlu dipecahkan yang menyangkut ideologi, politik, pendidikan, ekonomi, teknologi, ilmu seni, dan lain sebagainya.⁷

Berdasarkan kerangka sistem dakwah di atas, maka sistem dakwah dapat dikaji dalam bentuk tiga hal yaitu :

a. Dakwah Islam sebagai sistem input-output

Dakwah Islam sebagai sistem input-output merupakan sistem dakwah yang dibentuk oleh komponen-komponen yang mentransformasikan input menjadi output. Dalam kajian ini, manajemen dakwah menjadi sangat urgen karena akan berfungsi dalam mentransformasikan masukan menjadi luaran. Disamping itu, faktor kualitas dai dalam proses perubahan ini sangat menentukan. Proses interelasi dan interaksi antar komponen dipandang sebagai fungsi yang menghubungkan input menjadi output sistem.

b. Dakwah Islam sebagai sistem terbuka

Dakwah Islam sebagai sistem terbuka merupakan sistem dakwah yang dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan sosial-kultural. Dalam perspektif historis, pergumulan dakwah Islam dengan realitas sosio-kultural senantiasa membentuk dua kemungkinan yaitu dakwah Islam mampu memberikan output (hasil atau pengaruh) terhadap lingkungan. Dalam arti bahwa dakwah Islam memberi dasar filosofi, arah dorongan dan pedoman perubahan masyarakat sampai terbentuknya realitas sosial baru. Selain itu, dakwah Islam dipengaruhi perubahan masyarakat, dalam arti eksistensi, corak, dan arahnya. Ini berarti bahwa aktualitas dakwah ditentukan oleh sistem sosial kultural.

c. Dakwah Islam sebagai sistem feedback

Dakwah Islam sebagai sistem feedback merupakan sistem

⁷Uus Uswatusolihah, *Pendekatan Sistem dalam Mengkaji Dakwah Islam* Jurnal Komunika Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2007 Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018. Lihat juga, Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial: Suatu Kerangka Pendekatan dan Permasalahan* dalam Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan perubahan Sosial* (Yogyakarta: PLP2M, 1993), h. 14.

dakwah dipengaruhi oleh umpan balik yang datang dari sistem itu sendiri. Meskipun umpan balik itu tidak secara langsung tetapi output sistem yang diberikan kepada lingkungan akan dapat mempengaruhi kondisi lingkungan dengan kadar apapun. Umpan balik ada dua bentuk yaitu umpan balik yang memberi dukungan dalam memperkuat sistem dakwah dan umpan balik yang berupa hambatan akan berfungsinya sistem dakwah. Jika dakwah Islam senantiasa mengolah umpan balik secara sistematis, maka keseimbangan sistem dakwah akan dapat dijaga karena akan ada kalkulasi antara hasil dan hambatan secara jelas.

Selain itu, sistem dakwah juga dapat dipandang secara makro dan mikro. Secara makro, sistem dakwah merupakan sub sistem sosio-kultural yang lebih luas, sehingga analisa terhadapnya tidak dapat dilepaskan dengan sub sistem ideologi, politik, pendidikan dan ekonomi, teknologi serta budaya. Secara mikro, sistem ini berdiri sendiri sehingga analisa terhadapnya berdasarkan analisa faktor atau komponen yang membentuk sistem.

MNC PUBLISHING

LATIHAN :

1. Bedakan pendekatan dakwah dan sistem dakwah!
2. Jelaskan pembagian pendekatan dakwah dilihat dari proses dakwah yang melibatkan berbagai unsur dakwah!
3. Jelaskan komponen sistem dakwah yang berdasarkan realitas unsur-unsur dakwah!
4. Kemukakan pengkajian dari sistem dakwah!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB IV

EKSISTENSI DAN SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU DAKWAH

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Materi kuliah ini membahas tentang perkembangan dakwah sebagai sebuah ilmu, urgensi sejarah ilmu dakwah, periodisasi perkembangan ilmu dakwah, dan prospek ilmu dakwah.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai sejarah perkembangan ilmu dakwah, urgensi, periodisasi, dan prospek ilmu dakwah.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui perkembangan dakwah sebagai sebuah ilmu
2. Mahasiswa dapat menjelaskan urgensi sejarah ilmu dakwah
3. Mahasiswa dapat menjelaskan periodisasi perkembangan ilmu dakwah
4. Mahasiswa dapat mengetahui prospek ilmu dakwah

Materi Kuliah:

4.1 Perkembangan Dakwah sebagai Sebuah Ilmu

Pada awal abad ke-20, pemikiran dakwah mulai dirintis menjadi disiplin ilmu pengetahuan. Pada tahun 1912, di Kairo didirikan suatu lembaga yang bernama Dar al-Da'wah wa al-Irsyad untuk menghadang gerakan kristenisasi. Lembaga ini ditutup karena terjadi perang dunia II. Pada tahun 1918, Syekh 'Ali Mahfuzh adalah peletak dasar terciptanya ilmu dakwah karena diterbitkannya kitabnya dengan judul Hidayah al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'zh wa al-Khithabah (Petunjuk bagi orang-orang yang mendapat petunjuk menuju teknik pemberian nasehat dan ceramah). Kitab ini membahas

tentang dakwah teoretis dan dakwah tematis. Dakwah teoretis berisi beberapa konsep, hukum, dan sejarah dakwah Islam. Sedangkan dakwah tematis merupakan kumpulan tema-tema dari beberapa pesan dakwah. Tema-tema dakwah ini diklasifikasikan menjadi lima bagian yaitu tema-tema yang memuat nasehat-nasehat dari al-Qur'an dan Hadis, masalah aktual yang menimbulkan salah paham di masyarakat, pesan dakwah yang pernah disampaikan oleh para sahabat dan para ulama, tema dakwah yang disampaikan pada khotbah jumat, dan tema dakwah yang beragam.¹

Keberadaan ilmu dakwah di Indonesia tidak lepas dari lembaga pendidikan Islam yang mencetak dai, seperti pesantren, madrasah dan perguruan tinggi Islam. Semua lembaga pendidikan ini berperan dalam merumuskan konsep dan strategi dakwah, kemudian mengajarkannya kepada peserta didik.

Sebelum kemerdekaan, diskusi ilmiah tentang dakwah Islam masih dilakukan secara informal. Belum ada institusi pendidikan Islam yang memberikan fasilitas untuk mengadakan forum ilmiah tentang dakwah. Hingga akhirnya, tanggal 26 September 1951, dakwah menjadi salah satu jurusan dan tahun 1967, Rektor IAIN Ar-Raniri Aceh didukung oleh Yayasan Pembina Darussalam dan Menteri Kesejahteraan Rakyat mengusulkan status Jurusan Dakwah menjadi Fakultas Dakwah. Usul ini diterima hingga dikeluarkannya SK Menteri Agama Nomor 13 Tahun 1968. Setelah menjadi sebuah fakultas, ilmu dakwah dikembangkan lebih luas dan lebih leluasa. Dengan demikian, dakwah memiliki sejarah yang jelas sebagaimana gambaran secara ringkas sejarah dakwah sebagai sebuah ilmu dan juga telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dakwah disebut sebagai sebuah ilmu yang mandiri.

Sejarah perkembangan ilmu dakwah, tidak lepas dari sejarah dakwah. Karena itu, semakin memperoleh kebenaran, bahwa walaupun ilmu dakwah memang belum ada bersamaan dengan muncul dan tumbuh berkembangnya Islam, akan tetapi jelas

1 Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. VI; Jakarta: Prenadamedia, 2017), h. 71-75

bahwa sejarah pemikiran dakwah tetap ada sejak masa itu. Dengan demikian, dakwah sebagai aktivitas muncul sejak Islam ada dan ilmu dakwah muncul dan berkembang sehubungan dengan semakin berkembangnya area dakwah sebagai aktivitas yang dihadapi. Dakwah sebagai aktivitas membutuhkan pijakan dan pijakannya adalah ilmu dakwah. Dengan munculnya berbagai karya atau tulisan tentang ilmu dakwah menjadikan dakwah terus berkembang dan menjadi sebuah ilmu yang mandiri.²

4.2 Urgensi Sejarah Ilmu Dakwah

Secara apologis, sebagian dunia akademik ilmiah belum mengakui dakwah sebagai sebuah ilmu, karena harus mengikuti kriteria metodologi keilmuan akademisi Barat. Akan tetapi secara historis, mereka telah mengakui hasil dari proses dakwah itu sendiri dan melihat realitasnya secara langsung sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pencapaian hasil penyebaran Islam dilahirkan dari suatu konsep yang jelas dalam tatanan keilmuan. Jika dilihat secara terpadu pada prosesnya maka ilmu dakwah muncul dalam kerangka teoritik.³ Dengan demikian, ketika dakwah dilihat secara historis maka dakwah sudah memiliki keilmuan yang jelas. Untuk mengembangkan ilmu dakwah dan pelaksanaan dakwah tercapai dengan baik, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan :

- a. Dakwah sering disalahmengertikan sebagai pesan dari luar, sehingga membawa kesalahan pada langkah dakwah, baik pada formulasi pendekatan maupun metodologi serta formulasi pesannya. Pola pendekatan dakwahnya adalah pendekatan interventif melalui pelaku dakwah sebagai orang asing dan tidak terkait dengan yang dirasakan dan dibutuhkan oleh masyarakat.
- b. Pengertian dakwah secara sempit membawa orientasi dakwah hanya pada hal-hal yang bersifat rohani saja, padahal dakwah

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 159.

³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 161.

menjadi suatu kebutuhan baik secara fisik maupun secara rohani

- c. Masyarakat sebagai objek dakwah sering dianggap sebagai masyarakat yang vacuum dan steril, padahal dakwah sekarang ini dihadapkan dengan masyarakat dengan ragam corak dan keadaannya, dengan berbagai persoalan, majemuk dalam tata kehidupan, masyarakat yang mengarah pada fungsional, teknologis, saintifik dan terbuka
- d. Adanya anggapan bahwa tugas manusia hanya menyampaikan dan Allah swt. yang menentukan hasilnya. Padahal dakwah Islam ditata secara manajerial mulai dari perencanaan, pelaksanaan terprogram, dan evaluasi dari kegiatan dakwah. Dengan manajerial yang baik maka hasilnya dapat diketahui. Oleh karena itu, kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan secara asal-asalan dan sambil lalu tetapi dibutuhkan manajemen dakwah yang terpadu
- e. Untuk memenuhi janji Allah swt. akan kemenangan yang hak, perlu diupayakan secara maksimal rancangan dakwah Islam. Dakwah harus diformat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dakwah dapat dijalankan dalam berbagai sisi kehidupan masyarakat baik ekonomi, pendidikan, pelayanan masyarakat, dan politik.⁴

Dengan berdasar pada pengembangan dan pelaksanaan di atas, maka dalam merumuskan ilmu dakwah harus menjadi salah satu orientasi baik dalam praktik dan aktualisasi ilmu dakwah yang dapat menghasilkan dan memberdayakan masyarakat. Ada beberapa persoalan yang mendasar yang menjadi problem dalam perumusan ilmu dakwah yaitu :

- a. Formulasi dakwah saat ini masih mendasarkan diri pada konteks penjagaan dari bentuk dogma agama tertentu seperti aliran, mazhab dan golongan tertentu. Seharusnya formulasinya

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 166-167.

untuk menghidupkan keimanan sejati dan jalan hidup Islami yang sesungguhnya.

- b. Kurangnya pemahaman akan pandangan dunia para penerima dakwah. Dakwah efektif era informasi adalah membutuhkan pendekatan yang berubah-ubah dan metodologi yang sesuai dengan sejarah dan budaya komunitas penerima dakwah, sehingga pesan dakwah Islam perlu dirancang sesuai dengan sasaran dakwah atau penerima dakwah
- c. Salah satu dimensi dakwah yang terabaikan adalah konsep pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Kalau ini menjadi perhatian maka akan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan melalui dakwah aksiologis sangat penting untuk menangani berbagai persoalan dalam masyarakat terutama kesediaan lapangan kerja bagi kalangan muda berpendidikan, keterampilan yang tidak bisa dikaryakan, kemiskinan, buta huruf, rendahnya tingkat kesehatan umat, rendahnya kualitas fasilitas sanitasi, sumber daya alam yang tidak dilestarikan dan sebagainya, sehingga dengan prioritas ini maka tujuan dakwah akan tercapai dengan baik yaitu mensejahterakan masyarakat baik duniawi maupun ukhrawi.⁵

Problematika di atas memudahkan untuk merumuskan ilmu dakwah baik dari segi formulasi dakwah yang tidak menekankan pada suatu aliran atau dogma tetapi menekankan keimanan dan jalan hidup yang islami, subjek dakwah harus merancang dengan baik materi atau pesan yang disampaikan melalui berbagai pendekatan dan metode yang sesuai dengan objek dakwah, serta dakwah harus memberi kontribusi objek dakwah dengan pemberdayaan melalui dakwah aksiologis. Dengan demikian, ilmu dakwah harus diketahui dan dipahami sejarahnya sehingga memudahkan untuk merumuskan ilmu dakwah yang disesuaikan dengan kebutuhan umat.

⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 168. Bandingkan juga dengan Alwi Shihab, *Islam Inklusif: Menuju Sikap Terbuka dalam Beragama* (Cet. II; Bandung: Mizan, 1998), h. 253-258.

4.3 Periodisasi Perkembangan Ilmu Dakwah

Sejarah ilmu dakwah tidak terlepas dari sejarah perjalanan dakwah Islam yang pada akhirnya bermuara pada terbentuknya disiplin ilmu dakwah secara mandiri. Namun demikian, tidak serta merta memuluskan perkembangan dakwah sebagai sebuah ilmu. Padahal secara substansi dan aktivitas dakwah sudah ada pada masa datangnya Islam. Ada beberapa periodisasi perkembangan ilmu dakwah yaitu :

4.1.1 Periode Tahapan Sejarah Pemikiran Dakwah

Ada tiga tahapan dalam periode ini yaitu tahap konvensional, tahap sistematis dan tahap ilmiah.⁶ Pada tahap konvensional ditandai dengan aktivitas dakwah sebagai aplikasi kewajiban seorang muslim terhadap agamanya yaitu masih dalam bentuk kegiatan kemanusiaan berupa seruan atau ajakan untuk menganut dan mengamalkan ajaran Islam yang dilakukan secara konvensional artinya dalam pelaksanaan secara operasional belum mendasar pada metode ilmiah, akan tetapi berdasar pada pengalaman perseorangan. Tahap ini juga disebut tahap tradisional. Pada tahap ini, fenomena-fenomena dakwah yang ada belum tersusun secara sistematis.

Pada tahap sistematis, tahap ini merupakan tahap pertengahan antara tahap konvensional dan tahap berikutnya yaitu tahap ilmiah. Tahap ini dakwah sudah dibicarakan secara khusus oleh beberapa kalangan, sehingga muncul beberapa literatur yang secara khusus membahas dakwah. Tahap ini juga ditandai adanya perhatian masyarakat yang lebih luas terhadap permasalahan dakwah Islam. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai kegiatan yang membahas tentang dakwah baik kegiatan seminar, diskusi, sarasehan dan pertemuan ilmiah lainnya. Dengan kegiatan ini maka memunculkan gejala-gejala proses keilmuan dakwah sehingga menentukan tahapan berikutnya

Tahap terakhir adalah tahap ilmiah. Pada tahap ini, dakwah telah

⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 68-69. Lihat juga Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 172-176.

berhasil tersusun sebagai ilmu pengetahuan dan telah memenuhi beberapa persyaratan pokoknya yaitu objektif, metodik, universal, dan sistematis. Ini adalah berkat jasa para ulama dan para sarjana Muslim yang telah mengkaji secara mendalam baik dalam penelitian lapangan maupun penelitian kepustakaan. Dengan kajian ini maka menghasilkan karya-karya atau teori-teori dakwah. Dengan teori ini, maka masyarakat mendirikan dan menyediakan sarana dan fasilitas melalui berbagai lembaga atau institusi perguruan tinggi.

4.2.2 Periode Sejarah Ilmu Dakwah dari Perspektif Penulisan Literatur

Tahapan sejarah pemikiran ilmu dakwah di atas menampakkan dengan jelas kemandirian dakwah sebagai sebuah ilmu. Dengan kemandirian ini maka akan tampak sejarah ilmu dakwah dilihat dari perspektif penulisan literatur.

Pada tahap konvensional atau tradisional, ketersediaan literatur dakwah dimulai dengan pengumpulan naskah khotbah Rasulullah saw. yang dilakukan oleh Jabir Ibn 'Abdullah pada sekitar tahun 78 H/697 M yang dikenal sebagai "Shahifah Jabir Ibn Abdullah", disusul "Shahifah Hammam bin Munabbih" tahun 40-110 H, yang sebenarnya adalah "Shahifah Abu Hurairah" wafat 58 H yang berisi 138 Hadis. Selain itu, kumpulan surat Rasulullah saw. yang dihimpun oleh 'Amr bin Hamz dapat dimasukkan sebagai literatur dakwah dan kitab yang dicetak bersama kitab I'laam al-Sailin Ibn Tulun merupakan literatur tertulis pertama dalam sejarah dakwah.

Pada abad ke-12, muncul beberapa kitab atau buku yang membahas secara khusus tentang dakwah hingga pada abad ke-17. Momentum penting terjadi pada tahun 1896, Thomas W. Arnold menulis buku dengan judul "The Preaching of Islam" yang diperbaharui pada tahun 1913 dan 1930. Buku inilah yang menandai lahirnya tahapan sistematis bagi sejarah perkembangan dakwah.

Tahapan dakwah secara ilmiah terjadi pada tahun 1935 dalam lembaga akademik, ketika Ahmad al-Ghalwusy menulis sebuah

kitab al-Da'wah al-Islamiyah, disusul Syaikh 'Ali Mahfuzh dengan judul Hidayat al-Mursyidin.⁷ Sejak saat ini dan sampai sekarang, hadir buku-buku dan hasil karya ilmiah lainnya yang membahas tentang dakwah sebagai sebuah ilmu.

4.4 Prospek Ilmu Dakwah

Eksistensi dakwah sebagai sebuah ilmu saat ini mengkristal dan mengokohkan dirinya sebagai disiplin ilmu tersendiri. Sejarah penulisan buku-buku dan karya ilmiah lainnya membuktikan eksistensi ilmu dakwah. Oleh karena itu, tidak ada alasan untuk pesimis terhadap perkembangan ilmu dakwah untuk masa mendatang. Berbagai ahli dakwah bermunculan, para sarjana ilmu dakwah dan masyarakat atau akademisi yang eksis mengkaji ilmu dakwah semakin banyak sehingga memberikan peluang yang besar demi kokohnya dakwah sebagai sebuah disiplin ilmu.

Selain itu, keberadaan fakultas dakwah, laboratorium dakwah, aktivis lembaga dakwah semakin memperkokoh ilmu dakwah, ditambah dengan banyaknya penelitian dan penulisan berbagai referensi ilmu dakwah, sehingga tidak ada lagi keraguan dalam melihat masa depan ilmu dakwah. Usaha yang harus dilakukan sekarang adalah berusaha mengembangkan ilmu dakwah melalui jurnal dakwah sebagai bentuk publikasi karya ilmiah sehingga membebaskan stigma publik bahwa ilmu dakwah merupakan ilmu yang masih belum jelas arahnya.⁸ Oleh karena itu, optimalisasi aktivitas dakwah sangat penting dilakukan demi menghasilkan karya ilmiah tentang ilmu dakwah.

⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 177-178.

⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 183-184.

LATIHAN

1. Jelaskan perkembangan dakwah sebagai sebuah ilmu!
2. Kemukakan urgensi sejarah perkembangan ilmu dakwah!
3. Jelaskan 3 tahapan dalam sejarah pemikiran ilmu dakwah!
4. Kemukakan periodisasi sejarah ilmu dakwah dilihat dari perspektif penulisan literatur!
5. Bagaimana prospek ilmu dakwah? Jelaskan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB V

KONSEP DASAR ORGANISASI DAN MANAJEMEN DAKWAH

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang organisasi dakwah dan manajemen dakwah.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai pentingnya mempelajari konsep dasar organisasi dan manajemen dakwah.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui konsep dasar organisasi dakwah
2. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang manajemen dakwah

D. Materi Kuliah:

5.1 Organisasi Dakwah

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling memerlukan dalam memenuhi kebutuhannya termasuk didalamnya saling bekerjasama, saling menghargai dan menghormati untuk mempertahankan hidupnya. Dengan alasan ini, menjadikan salah satu pendorong bagi manusia untuk membentuk suatu perkumpulan yang disebut organisasi. Dengan berorganisasi, maka akan mewujudkan cita-cita yang disepakati oleh anggota organisasi secara bersama. Organisasi membantu manusia dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang tidak dapat dilaksanakan dengan baik sebagai individu, membantu masyarakat dalam mengembangkan karier, dan membantu kelangsungan ilmu pengetahuan.¹

Secara bahasa, organisasi berasal dari Bahasa Yunani dari kata organom artinya alat. Secara istilah, beberapa ahli berpendapat

1 J. Winardi, *Teori Organisasi dan Pengorganisasian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 1.

tentang organisasi² yaitu :

- a. James D. Monney, suatu bentuk kerjasama untuk mencapai tujuan bersama
- b. Paul Preston dan Thomas Zimmemer, sekumpulan orang-orang yang tersusun dalam kelompok yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama
- c. Sutarto, sistem yang saling berpengaruh antara orang dalam kelompok yang bekerjasama untuk tujuan-tujuan tertentu
- d. M.Arifin, kegiatan manusia yang direncanakan untuk mencapai suatu maksud atau tujuan bersama melalui pembagian tugas dan fungsi serta melalui serangkaian wewenang dan tanggung jawab dalam melaksanakan proses dakwah³

Organisasi dakwah memiliki tujuan dalam hal membagi kegiatan-kegiatan dakwah menjadi departemen-departemen atau divisi-divisi dan tugas-tugas yang terperinci dan spesifik, membagi kegiatan dakwah serta tanggung jawab yang berkaitan dengan masing-masing jabatan atau tugas dakwah, mengkoordinasikan berbagai tugas organisasi dakwah, mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan dakwah ke dalam unit-unit, membangun hubungan di kalangan dai, baik secara individual, kelompok dan departemen, menetapkan garis-garis wewenang formal, mengalokasikan dan memberikan sumber daya organisasi dakwah, serta dapat menyalurkan kegiatan-kegiatan dakwah secara logis dan sistematis.⁴

Organisasi dakwah dapat dirumuskan sebagai rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah dalam melaksanakan kegiatan dakwah melalui pembagian dan pengelompokan pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja diantara satuan-satuan organisasi. Pengorganisasian

²Dikutip dalam Hamriani HM, *Organisasi dalam Manajemen Dakwah*, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, No. 2, Desember 2013. Diakses tanggal 4 Oktober 2018.

³M. Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 3.

⁴Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 298.

mengandung koordinasi yang mendatangkan keuntungan berupa terpadunya berbagai kemampuan dan keahlian dari pelaksana dakwah dalam satu kerangka kerjasama dakwah yang semuanya diarahkan pada sasaran yang telah ditentukan.⁵

Pengorganisasian dakwah sangat penting, sebab pada proses pengorganisasian ini akan menghasilkan sebuah rumusan struktur organisasi dakwah dan pendelegasian wewenang serta tanggung jawab dalam pelaksanaan dakwah.⁶ Selain itu, keberadaan organisasi dakwah akan mampu melestarikan dan menebarkan nilai-nilai ajaran Islam kepada penerima dakwah melalui penerapan program dakwah. Dengan demikian, peran organisasi dakwah sangat penting dalam mempengaruhi kehidupan sosial umat sehingga membawa perubahan bagi umat dan tercapai kerukunan, kedamaian dan kemaslahatan.

5.2 Manajemen Dakwah

Secara bahasa, Mochtar Effendy mengemukakan bahwa manajemen berasal dari bahasa Inggris dari kata kerja *to manage* yang berarti mengurus, memeriksa, dan memimpin. Jadi dilihat dari asal katanya, manajemen berarti pengurusan, pengendalian, memimpin atau membimbing. Dalam bahasa Arab, manajemen diartikan sebagai *at-tanzim* yaitu suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya.⁷

Secara istilah, James A.F. Artoner, manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengaturan terhadap para anggota organisasi serta penggunaan seluruh sumber-sumber yang ada secara tepat untuk meraih tujuan organisasi yang sudah diterapkan. Pengertian ini mengindikasikan bahwa ada tanggung jawab yang diemban bagi anggota dalam suatu organisasi untuk menjalankan organisasi tersebut dimulai dari melakukan

5 Hamriani HM, *Organisasi dalam Manajemen Dakwah* dalam Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, No. 2, Desember 2013, h. 239-249. Diakses pada tanggal 4 November 2018.

6 Hamriani HM, *Organisasi dalam Manajemen Dakwah*, h.240.

7 Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 283.

perencanaan, pengorganisasian, dan pengaturan agar meraih tujuan dalam organisasi.

Selain itu, Robert Kreitner dalam Wahidin Saputra, manajemen adalah sebagai suatu proses kerja melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang berubah. Proses ini berpusat pada penggunaan yang efektif dan efisien terhadap penggunaan sumber daya manusia.⁸ Jadi inti dari pengertian ini adalah pembagian kerja dengan memaksimalkan kemampuan manusia agar dapat mencapai tujuan tertentu dalam sebuah organisasi.

Dalam melaksanakan manajemen ada beberapa unsur yang terkait sebagaimana pendapat George R. Terry dalam buku *Principles of Management* dikutip dalam Wahidin Saputra yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerakkan), dan *Controlling* (pengawasan).

Kegiatan apapun yang dilakukan harus dimanage dengan baik dengan memperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam manajemen. Begitu juga dalam melakukan aktivitas dakwah harus dimanage dengan baik agar memperoleh hasil yang diharapkan.

Manajemen dakwah menurut A. Rosyad Shaleh yaitu sebagai proses perencanaan tugas dimulai dari mengelompokkan tugas dan menggerakkannya ke arah pencapaian tujuan dakwah.⁹ Inti dari manajemen dakwah adalah suatu pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan kegiatan sampai akhir kegiatan dakwah.¹⁰ Dalam kegiatan ini semua unsur-unsur dakwah harus menjadi perhatian bagi pelaksana dakwah dimulai dari dai itu sendiri, mad'unya, materinya, metode dan mediana, serta efek atau pengaruh yang ditimbulkan dari dakwah tersebut.

Adapun aspek-aspek dalam kegiatan manajemen dakwah yaitu :

8 Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 284.

9 Abd. Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), h. 123.

10 Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2009), h. 36-37. Lihat juga Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 287.

a. Aspek perencanaan dakwah

Perencanaan merupakan pangkal tolak dari suatu aktivitas managerial. Oleh karena itu, perencanaan memiliki peran yang sangat urgen dalam suatu organisasi, sebab ia merupakan dasar dan titik tolak dari aktivitas selanjutnya. Agar proses dakwah dapat memperoleh hasil yang maksimal, maka perencanaan merupakan sebuah keharusan. Setiap sesuatu itu membutuhkan perencanaan, sebagaimana Rasulullah saw. bersabda : “Jika anda ingin mengerjakan suatu pekerjaan, maka pikirkanlah akibatnya, jika pekerjaan itu baik ambillah dan jika pekerjaan itu buruk, maka tinggalkanlah” (HR Ibnu al-Mubarak)

Dalam organisasi dakwah, merencanakan menyangkut merumuskan tujuan organisasi, menetapkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan menyusun hirarki lengkap rencana-rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan semua aktivitas.

Pada perencanaan dakwah bertujuan untuk menentukan langkah dan program dalam menentukan setiap sasaran, menentukan materi yang akan disampaikan, metode yang digunakan, media, serta dai yang akan menjadi pelaksana dakwah.

Suatu perencanaan dakwah hendaknya memenuhi kriteria yaitu :

1. Meyakini bahwa apa yang akan dilakukan adalah baik, dan landasannya adalah al-Qur'an dan Hadis
2. Pastikan bahwa aktivitas dakwah yang akan dilaksanakan memiliki manfaat yang baik atau memiliki kemaslahatan bagi umat
3. Untuk merencanakan aktivitas dakwah, dai harus memiliki ilmu pengetahuan yang memadai, sehingga dapat melaksanakan dakwahnya sesuai kompetensi ilmunya
4. Dipikirkan dan dianalisis proses dakwahnya serta kelanjutan dari aktivitas dakwah yang akan dilaksanakan
5. Memperkirakan dan memperhitungkan masa depan serta

menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta penjadwalan waktu, lokasi, biaya, materi, metode, dan media yang akan digunakan.

Proses perencanaan dakwah merupakan tindakan sistematis yang dapat membantu mengidentifikasi cara-cara yang lebih baik untuk mencapai tujuan dakwah.

Dengan melakukan perencanaan dakwah maka akan memberikan manfaat yaitu :

1. Dapat memberikan batasan tujuan dakwah sehingga mampu mengarahkan para dai secara tepat dan maksimal
2. Menghindari penggunaan secara sporadic sumber daya manusia dan benturan aktivitas dakwah yang tumpang tindih
3. Dapat melakukan prediksi dan antisipasi mengenai berbagai problema dan merupakan sebuah persiapan dini untuk memberikan solusi dari setiap problem dakwah
4. Dapat melakukan pengorganisasian dan penghematan waktu dan pengelolaannya secara baik
5. Dapat melakukan pengawasan sesuai dengan ukuran-ukuran objektif

Perencanaan harus didahului dengan penelitian dan persiapan yang matang baik yang menyangkut tenaga sumber daya manusia, metode yang diterapkan dan komponen lainnya dalam berdakwah. Dengan perencanaan ini maka aktivitas dapat berjalan dengan baik, arah dan target dapat dengan mudah dicapai.¹¹ Keharusan melakukan perencanaan, sesuai dengan QS. al-Hasyr/59:18, Allah swt. berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

11 Awaluddin Pimay, *Manajemen Dakwah: Suatu Pengantar* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013), h. 9.

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Dengan demikian, kegiatan perencanaan dakwah merupakan kunci awal dalam melaksanakan proses dakwah agar memudahkan dai mencapai tujuan dakwah. Oleh karena itu, dakwah harus direncanakan secara matang sehingga memudahkan proses kegiatan dakwah selanjutnya.

b. Aspek pengorganisasian dakwah

Pengorganisasian atau dalam istilah agama disebut al-thanzim merupakan wadah atau menekankan pada pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis. Sebagaimana terdapat dalam QS. al-Shaff/61:4 :

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُوصٌ

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.

Tugas dai selain merencanakan dakwahnya, juga merancang sebuah struktur organisasi yang memungkinkan mereka untuk mengerjakan program dakwah secara efektif dan efisien untuk mencapai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuan organisasi.

Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam pengorganisasian dakwah yaitu desain organisasi dakwah dan struktur organisasi dakwah. Desain organisasi dakwah dapat dilakukan dengan melibatkan keputusan-keputusan dalam melakukan spesialisasi dakwah, departementalisasi, sentralisasi,

desentralisasi dan formalisasi dari dakwah. Sedangkan struktur organisasi dakwah berkenaan dengan kerangka formal organisasi dakwah. Dengan kerangka tersebut posisi atau jabatan diberikan tugas pokok masing-masing, dikelompokkan dan dikoordinasikan. Struktur organisasi dakwah ini menjadi sarana untuk membantu pimpinan organisasi dakwah dalam mencapai sasaran.

Hadis Rasulullah saw. yang menjadi landasan dalam melakukan pengorganisasian dakwah yaitu “Dua orang itu lebih baik dari satu, tiga lebih baik dari dua orang dan empat orang lebih baik dari tiga orang, maka berjamaahlah kamu sekalian, sesungguhnya Allah tidak mengumpulkan umat kami kepadanya ada petunjuk.” (HR. Bukhari)

Dengan demikian, pengorganisasian dakwah dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan unsur-unsur dakwah baik pelaku dakwah maupun penerima dakwah. Dengan pengelompokan ini maka memudahkan dalam pelaksanaan program dakwah.

c. Aspek pergerakan dakwah

Aspek lain yang harus menjadi perhatian bagi pelaku dakwah sebagai bagian dari manajemen dakwah adalah pergerakan dakwah. Beberapa hal yang menjadi perhatian dalam aspek pergerakan dakwah yaitu :

1. Spiritual

Seorang dai harus dapat meningkatkan ketahanan spiritualnya sehingga memperkuat pelaksanaan tugasnya sebagai sebuah amanah yang diembannya. Dai harus memiliki program personal dalam meningkatkan spiritualnya terutama berkaitan dengan ibadah dan muamalah.

2. Pemikiran

Dai harus senantiasa memperkuat pemikirannya melalui berbagai pengamatan dan pengkajian. Oleh karena itu, dai

harus mengembangkan dirinya untuk selalu menambah dan meningkatkan wawasan pengetahuannya agar dapat membantu penerima dakwah dalam menghadapi berbagai persoalan yang dihadapinya

3. Material

Dai harus memiliki kemampuan dalam mencari penghidupan bagi dirinya. Oleh karenanya, seorang dai harus memiliki kemampuan *interpreneurship* agar tidak menjadi beban bagi penerima dakwah.

4. Penguasaan lapangan

Seorang dai harus mengetahui kondisi atau lingkungan dari penerima dakwah. Dengan memahami lingkungan dan kondisi penerima dakwah memudahkan dai dalam menjalankan dakwahnya sehingga dai dapat memprediksi peluang dan kendala yang nantinya dihadapi dalam proses dakwah

5. Gerakan dakwah

Dai harus menguasai gerakan dakwahnya. Dengan penguasaan ini dai dapat mengikuti laju dakwahnya. Pemahaman terhadap gerakan dakwah yang tepat dapat memunculkan sikap dan tindakan dai terhadap apa yang akan dilakukan untuk kepentingan dakwahnya.

Dalam melaksanakan pergerakan dakwah, ada beberapa langkah yang harus ditempuh yaitu pemberian motivasi, pembimbingan, perjalinan hubungan, penyelenggaraan komunikasi, dan pengembangan sumber daya manusia.¹² Adapun langkah tersebut dapat dijelaskan berikut ini :

1. Pemberian motivasi

Pemberian motivasi merupakan salah satu aktivitas yang harus dilakukan pimpinan dakwah dalam rangka pergerakan dakwah. Pada pelaksanaan dakwah, timbulnya

¹² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 300-308.

kesediaan untuk melaksanakan tugas-tugas dakwah serta tetap terpeliharanya semangat pengabdian adalah karena adanya dorongan atau motivasi tertentu. Dengan pemberian motivasi tersebut maka dakwah dapat dijalankan dan mendorong para pelaku dakwah untuk mendapatkan keridhaan Allah swt.

2. Pembimbingan

Pembimbingan merupakan tindakan pimpinan yang dapat menjamin terlaksananya tugas-tugas dakwah yang sesuai dengan rencana, kebijaksanaan dan ketentuan-ketentuan, agar apa yang menjadi tujuan dan sasaran dakwah dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Pembimbingan dilakukan dengan memberikan perintah atau petunjuk dan usaha-usaha lainnya yang dapat mempengaruhi dan menetapkan arah tindakan pelaku dakwah. Dengan bimbingan yang tepat dan kesadaran pelaksana dakwah dalam menjalankan perintah terhadap pimpinan dakwah maka usaha dakwah akan berjalan baik dan efektif.

3. Perjalinan hubungan

Salah satu langkah dalam melakukan pergerakan dakwah adalah perjalinan hubungan. Langkah ini bertujuan untuk menjamin terwujudnya harmonisasi dan sinkronisasi usaha-usaha dakwah. Ada beberapa cara yang digunakan dalam langkah ini adalah melakukan musyawarah untuk mencapai mufakat, wawancara dengan para pelaksana dakwah, adanya buku pedoman dan tata kerja serta adanya memo berartai bagi pelaksana dakwah.

4. Penyelenggaraan komunikasi

Dalam melaksanakan pergerakan dakwah dibutuhkan komunikasi yang baik antara pimpinan dan pelaksana dakwah. Komunikasi ini akan berjalan efektif jika memperhatikan beberapa hal yaitu memilih informasi yang akan dikomunikasikan, mengetahui cara-cara

menyampaikan informasi, mengenal dengan baik pihak penerima komunikasi, membangkitkan pihak penerima informasi, membangun dan meningkatkan pelaksanaan melalui berbagai kegiatan dakwah untuk mengembangkan kesadaran, kemampuan, keahlian dan keterampilan pelaku dakwah.

5. Pengembangan sumber daya manusia

Langkah terakhir yang dilakukan dalam pergerakan dakwah adalah peningkatan sumber daya manusia. Ada beberapa cara yang dapat ditempuh dalam meningkatkan sumber daya manusia yaitu edukasi atau pendidikan, training atau pelatihan, peningkatan kompetensi dan melakukan pembelajaran.

Kelima langkah di atas harus menjadi perhatian bagi pimpinan dan pelaksana dakwah dalam menjalankan pergerakan dakwahnya sehingga memudahkan tercapainya tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.

d. Aspek pengendalian dan evaluasi dakwah

Pengendalian dakwah menjadi aspek penting dalam manajemen dakwah. Kegiatan ini dilakukan untuk perbaikan dakwah dan dijalankan secara berkesinambungan dan dilakukan secara terintegrasi dalam organisasi dakwah. Selain itu, dakwah juga sangat penting untuk dievaluasi. Evaluasi dakwah merupakan penilaian terhadap kegiatan dakwah yang telah dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman manajerial dakwah dalam sebuah program formal yang mendorong para pimpinan lembaga dakwah untuk mengamati perilaku anggotanya melalui pengamatan secara mendalam. Evaluasi dakwah bertujuan untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan dakwah yang telah dilaksanakan sehingga terukur tingkat keberhasilan atau kegagalan dakwah tersebut, dan pada tahap selanjutnya

akan memudahkan memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada.¹³ Evaluasi ini bukan akhir dari kegiatan dakwah tetapi awal dari perbaikan kegiatan dakwah selanjutnya.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

¹³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h.310.

LATIHAN :

1. Kemukakan pengertian organisasi dakwah!
2. Jelaskan pengertian manajemen dakwah!
3. Aspek-aspek apa saja yang harus diperhatikan dalam manajemen dakwah? Jelaskan!
4. Apa manfaat yang diperoleh dai dalam merencanakan dakwah?
5. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan dakwah? Jelaskan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB VI

DAKWAH DAN PERUBAHAN SOSIAL

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang perubahan sosial dalam perspektif dakwah, dampak yang ditimbulkan oleh perubahan sosial dan inovasi dakwah.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai perspektif dakwah tentang perubahan sosial, dampak yang ditimbulkan dan inovasi dalam dakwah sebagai bagian dari dinamika perubahan sosial.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui perubahan sosial dalam perspektif dakwah
2. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang dampak yang ditimbulkan oleh perubahan sosial terhadap dakwah
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang inovasi dalam dakwah sebagai bagian dari dinamika perubahan sosial

D. Materi Kuliah:

6.1 Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah

Pada masa sekarang, manusia sangat tergantung dengan teknologi. Walaupun ada dampak yang ditimbulkan dari teknologi tersebut baik positif maupun negatif, namun demikian melahirkan perubahan bagi masyarakat khususnya perubahan sosial.

Perubahan sosial adalah proses sosial yang dialami oleh anggota masyarakat serta semua unsur-unsur budaya dan sistem-sistem sosial pada semua tingkat kehidupan masyarakat yang secara sukarela atau dipengaruhi oleh unsur-unsur eksternal meninggalkan pola-pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial lama yang menyesuaikan diri atau menggunakan pola-pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial

yang baru.¹ Menurut Juhari, perubahan sosial adalah suatu dinamika sosial yang berkembang dalam setiap kelompok baik kecil maupun kelompok besar. Oleh karena perubahan itu sebagai sebuah dinamika maka perubahan dipandang sebagai suatu fenomena umum yang bersifat normal, karena tanpa dinamika tersebut maka kehidupan masyarakat cenderung bersifat statis. Dengan demikian, kehidupan masyarakat yang tanpa diiringi dengan dinamika perubahan sosial dapat disebut sebagai gejala-gejala abnormal yang bertentangan dengan fitrah kemanusiaan itu sendiri.² Perubahan sosial merupakan fenomena umum yang terjadi dalam kehidupan manusia sebagai makhluk yang bermasyarakat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dalam kaitannya dengan dakwah, perubahan itu sebagai fenomena umum yang terikat oleh nilai-nilai tertentu, sehingga perubahan itu menjadi bagian dari tujuan dakwah itu sendiri.³

Salah satu tugas penting seorang dai dalam mengartikulasikan dan mengkomunikasikan pesan-pesan dakwahnya sehingga pesan dan tujuan dakwah dapat tercapai sesuai apa yang diharapkan adalah tidak hanya memahami, mengetahui dan menguasai materi-materi dakwah yang akan disampaikan, akan tetapi juga harus memahami situasi dan realitas masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Oleh karena itu, dai harus mengupayakan dirinya untuk selalu mengembangkan kompetensinya terutama hal-hal yang sifatnya metodologis dan sosial-prediktif.⁴

Menurut Ibnu Khaldum dalam Abu Bakar Madani, sistem sosial manusia berubah mengikuti kemampuan berpikir, keadaan bumi, pengaruh iklim, makanan, emosi, serta jiwa manusia itu sendiri. Selanjutnya dijelaskan juga bahwa institusi masyarakat berkembang mengikuti tahapannya secara tertib bermula pada tahap primitif, pemilikan, diikuti tahap peradaban dan kemakmuran sebelum

1 M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2007), h. 91.

2 Juhari, *Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah* dalam *Jurnal al-Bayan : Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, Vol. 21, No. 32, Juli-Desember 2015., h. 31. Diakses pada tanggal 6 November 2018.

3 Juhari, *Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah*, h. 28.

4 Lukman S. Tahir, *Studi Islam Interdisipliner: Aplikasi Pendekatan Filsafat, Sosiologis, dan Sejarah* (Yogyakarta: Qirtas, 2004), h. 143.

tahap kemunduran. Oleh karena itu, perubahan sosial merupakan perubahan yang mencakup unsur-unsur kebudayaan baik material maupun immaterial yang menekankan adanya pengaruh besar dari unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur immaterial.⁵

Perubahan dapat terjadi bila memenuhi dua hal yaitu adanya nilai dan adanya para pelaku yang menyesuaikan diri dengan nilai-nilai tersebut. Hal pertama telah diambil alih oleh Allah swt. melalui petunjuk-petunjuk al-Qur'an serta penjelasan Rasulullah saw., meskipun bersifat umum dan memerlukan perincian dari manusia. Hal kedua, adanya pelaku-pelaku yaitu manusia yang hidup di suatu tempat yang selalu terikat dengan hukum-hukum masyarakat yang ditetapkan.⁶

Secara sederhana dalam perspektif dakwah, perubahan dapat diartikan sebagai pergeseran nilai-nilai kebaikan menuju kemungkaran dan sebaliknya bergesernya kemungkaran menuju kebaikan. Pola ini ditemukan grand-conceptnya dalam QS. al-Baqarah/2:257 :

اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُمْ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ ۗ وَالَّذِينَ كَفَرُوا
أَوْلِيَائِهِمُ الظَّالِمُونَ يُخْرِجُونَهُمْ مِنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ ۗ أُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya :

Allah pelindung orang-orang yang beriman; Dia mengeluarkan mereka dari kegelapan (kekafiran) kepada cahaya (iman). Dan orang-orang yang kafir, pelindung-pelindungnya ialah syaitan, yang mengeluarkan mereka daripada cahaya kepada kegelapan (kekafiran). Mereka itu adalah penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

5 Abubakar Madani, *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi terhadap Peran Manusia sebagai Khalifah di Muka Bumi* dalam Jurnal Lentera Vol. I, No.1, Juni 2016, h. 5-6. Diakses pada tanggal 6 November 2018

6 M.Quraish Shihab, *Membumikan al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2006), h. 246.

Ayat ini menggambarkan dua dimensi perubahan berdasarkan ilmu dakwah yaitu perubahan dengan pola pusaran ke luar dan perubahan dengan pola pusaran ke dalam. Perubahan keluar merupakan pergeseran pola hidup manusia baik pola pikir maupun pola perilaku yang cenderung semakin jauh dari titik koordinat atau kebenaran. Untuk selalu berada pada titik ini, maka manusia harus berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Sedangkan perubahan dengan pola pusaran ke dalam yaitu perubahan sikap dan perilaku manusia dari kondisi mungkar menuju ma'ruf dengan berupaya mencari titik koordinat yang sesungguhnya. Pola ini menjadi bagian dari realitas sosial keagamaan dan tidak sedikit dari orang-orang non muslim yang mencari kebenaran dan akhirnya ia menjadi muslim sejati.⁷

Kedua pola ini terjadi secara alamiah maupun hidayah. Perubahan secara alamiah adalah perubahan yang terjadi pada setiap individu atau kelompok yang terjadi secara sendirinya yang cenderung mengikuti keinginan-keinginan atau dorongan nafsu yang tidak terkendali dengan baik. Sedangkan perubahan yang bersifat hidayah adalah perubahan yang terjadi karena mengikuti petunjuk yang benar baik yang datang secara vertikal berupa hidayah Allah swt. maupun terjadi horizontal berupa informasi kebenaran yang disampaikan oleh orang lain atau dai. Di sinilah peran dai yang cukup besar dalam rangka memberi petunjuk tentang kebenaran sehingga individu atau kelompok bisa mengikuti pola perubahan dari yang mungkar menuju kepada yang ma'ruf.⁸ Dengan demikian, pola perubahan sosial dalam dakwah bersifat alamiah yang muncul dari diri sendiri dengan kesadaran dan hidayah yang diberikan oleh Allah swt. kepada seseorang atau berasal dari luar dari diri dai.

6.2 Dampak Perubahan Sosial terhadap Dakwah

Islam pada hakikatnya adalah agama yang menyampaikan pesan-pesan moral transendental dan bertujuan semata-mata

⁷ Juhari, *Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah*, h. 37.

⁸ Juhari, *Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah*, h. 38.

untuk kebaikan serta kebahagiaan manusia. Oleh sebab itu, bila Islam dipahami secara benar dan kreatif, ia tidak diragukan lagi memiliki potensi dan peluang besar untuk ditawarkan sebagai pilar-pilar peradaban alternatif bagi dunia masa datang. Dengan demikian, untuk menjadikan Islam sebagai alternatif peradaban moral umat, maka penyampaian materi dakwah, harus dibarengi dengan berbagai wawasan metodologi dakwah, seperti kemampuan memahami perkembangan masyarakat, kemampuan memahami perilaku kejiwaan seseorang, kemampuan mengolah materi dakwah, serta kemampuan mengaktualisasikan dakwah sesuai dengan logika berpikir masyarakat dan sebagainya.⁹ Oleh karena itu, dai sebagai pelaku dakwah harus memahami metodologi dakwah agar dapat menjalankan aktivitas dakwahnya sehingga memudahkan untuk mencapai tujuan dakwah.

Dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan pada diri mitra dakwah (*mad'u*) yaitu aspek pengetahuan, sikap dan perilakunya. Menurut Jalauddin Rahmat dalam Moh. Ali Aziz mengemukakan bahwa ada tiga proses perubahan perilaku yaitu efek kognitif, afektif dan behavioral.¹⁰ Efek kognitif berkaitan dengan proses perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Efek behavioral yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

Dakwah sebagai suatu proses perubahan sosial terencana dan dicanangkan untuk meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat. Dakwah harus memberikan sumbangan yang berarti dalam masyarakat terutama pada aspek religius masyarakat sebagai

9 Abubakar Madani, *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi terhadap Peran Manusia sebagai Khalifah di Muka Bumi*, h.13.

10 Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. VI; Jakarta, Kencana, 2017), h.390.

modal utama dalam setiap aspek kehidupan. Oleh karena itu, materi dakwah harus dikemas tidak hanya bercorak normatif-teologis, tetapi lebih dari itu dengan membingkai dakwah melalui pendekatan-pendekatan multidisipliner sehingga pesan dakwah dapat menyentuh dan sesuai dengan tuntutan dan perkembangan zaman.¹¹

Perubahan sosial mempunyai dampak di masyarakat yang diikuti adanya penyesuaian masyarakat dan unsur yang baru yang disebut integrasi sosial. Selain integrasi sosial juga berdampak pada disintegrasi sosial. Disintegrasi sosial sering diartikan sebagai proses terpecahnya suatu kelompok sosial menjadi bagian-bagian kecil yang terpisah menjadi beberapa unit sosial yang terpisah satu sama lain.

Perubahan sosial kultural semakin hari semakin kompleks menyebabkan masalah kemanusiaan semakin meluas, dakwah Islam dihadapkan dengan keharusan memberikan jawaban terhadap kepentingan berbagai segi dalam kehidupan manusia. Dengan demikian lembaga dakwah harus berperan penting dalam menata kelebagaannya, pesan dakwah harus dirumuskan dengan baik, dan sistem dakwah lainnya harus ditinjau kembali baik efektivitas, efisiensi, dan jangkauan penanganan masalah yang dihadapinya.¹² Oleh karena itu, harus ada upaya yang berkelanjutan dan berkesinambungan dalam pemikiran sistem dakwah sehingga dakwah dapat berhasil dan tercapai sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri.

6.3 Inovasi Dakwah

Inovasi dakwah merupakan perubahan-perubahan yang dilakukan dalam berdakwah. Inovasi tersebut bisa dilakukan dari segala unsur dakwah seperti materi, metode, dai, media, dan unsur lainnya. Inovasi dakwah menjadi sebuah keharusan. Kemajuan dunia dan segala perubahannya menimbulkan masalah yang sangat kompleks.

11 Abubakar Madani, *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi terhadap Peran Manusia sebagai Khalifah di Muka Bumi*, h.14.

12 Abubakar Madani, *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi terhadap Peran Manusia sebagai Khalifah di Muka Bumi*, h.13.

Oleh karena itu, inovasi dakwah merupakan suatu keharusan untuk mendapatkan hasil optimal baik dakwah multimedia, maupun dakwah melalui pemberdayaan masyarakat.¹³ Adapun penjelasan mengenai inovasi dakwah ini dapat dilihat berikut ini :

6.3.1 Dakwah Berbasis Multimedia

Dai harus melek media. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut dai untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan penggunaan teknologi dalam menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat agar tidak ketinggalan zaman. Ada beberapa media yang harus menjadi perhatian bagi dai adalah televisi dan internet.

Televisi menjadi media efektif bagi dai dalam menyampaikan dakwahnya. Maraknya dakwah melalui televisi tidak terlepas dari gejala global, segala bentuk komunikasi dapat menjadi profesi yang bersentuhan dengan bisnis, walaupun kenyataan ini sering menjadi kontroversi di masyarakat.¹⁴ Dengan media ini maka terjadi proses interaksi sosial keagamaan sehingga masyarakat dapat terpengaruh dan menerima dakwah dengan baik.

Internet merupakan media yang mencakup informasi dalam berbagai bidang baik politik, budaya, kejahatan, hukum, pendidikan, kebudayaan, kesehatan, informasi keislaman dan lainnya. Dengan adanya internet, dai dapat menelusuri berbagai informasi setiap saat. Namun, dai harus teliti dan waspada. Sebab, media ini juga dipenuhi informasi-informasi yang kebenarannya masih perlu ditelaah ulang. Dai harus memilah dan memilih portal-portal berita yang informasinya dapat dipertanggungjawabkan. Ketika informasinya benar atau valid maka dai dapat membagikannya melalui media sosial baik whatsapp, facebook atau media sosial lainnya sehingga masyarakat luas dapat mengetahuinya. Bahkan jika perlu dai menggunakan bahasa Internasional dan dibagikan kepada masyarakat Internasional.¹⁵

13 Yasril Yazid dan Nur Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial* (Cet.I; Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 97.

14 Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 235.

15 Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivis Dak-*

Dengan demikian, media ini sangat memberikan dampak positif bagi dai dan mad'u atau penerima dakwah.

Dakwah dengan multimedia memiliki keunggulan dan keterbatasan. Keunggulannya adalah dapat diakses oleh semua kalangan, dai dapat menyampaikan dakwahnya kapan saja, dimana saja, tanpa harus menyediakan tempat khusus, mad'u bisa memilih tema atau materi sesuai dengan kebutuhannya dan bisa berinteraksi dengan dai secara langsung dan juga bisa lebih akrab dengan dai serta tidak dibatasi jarak, waktu dan tempat. Sedangkan keterbatasannya adalah dai tidak bisa memanfaatkan media massa sebagai media dakwah, mad'u tidak bisa menggunakan media sebagai sarana dakwah (gaptek), banyaknya media yang memberikan materi dakwah hanya berdasarkan sudut pandangnya secara pribadi, sumber atau dasar hukum yang dikaji tidak jelas, dan mad'u terkadang menyampaikan pertanyaan-pertanyaan dengan kata-kata yang tidak sopan.¹⁶ Keterbatasan media ini terletak pada ketidak mahiran dai dan mad'u dalam menggunakan media.

Penggunaan multimedia secara efektif dalam berdakwah menjadikan dakwah dapat dilakukan dengan mudah. Kehidupan masyarakat berubah dan lebih mengarah pada ketergantungan atau pemanfaatan media sesuai dengan kebutuhannya.

6.3.2 Dakwah Berbasis Pemberdayaan

Pemberdayaan masyarakat merupakan dakwah dalam bentuk aksi nyata dalam kehidupan masyarakat. Upaya pemberdayaan masyarakat ditandai dengan menjadikan manusia sebagai subyek dan obyek dalam pembangunan. Sejalan dengan hal ini, dalam QS. al-Baqarah/2:30 :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ
يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا
لَا تَعْلَمُونَ

wah (Cet. I; Yogyakarta: Laksana, 2017), h. 163-164.

16

Yasril Yazid dan Nur Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial*, h. 99.

Terjemahnya :

Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: “Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.” mereka berkata: “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”

Ayat di atas dapat dipahami bahwa manusia sebagai khalifah yang bertugas melestarikan bumi, dan memiliki kemampuan atau potensi yang luar biasa yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karenanya, ia dapat menjadi subyek dan obyek dalam meningkatkan pembangunan bangsa, negara dan masyarakat terutama dalam hal pemberdayaan dakwah.

Dalam pandangan Islam, pemberdayaan merupakan sebuah gerakan tanpa henti. Oleh karena itu, Islam adalah agama yang mengikuti perubahan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat sebagai dakwah aktual mampu menyelesaikan persoalan umat. Upaya pemberdayaan masyarakat dimulai dengan menciptakan iklim atau suasana yang memungkinkan potensi sumber daya masyarakat. Potensi inilah yang kemudian dikembangkan dan bisa diberdayakan.

Pengembangan kemampuan masyarakat dimulai dengan menciptakan suasana kondusif. Suasana kondusif akan menciptakan kondisi yang nyaman dan hati tenang. Dengan keadaan seperti ini maka akan merangsang pemikiran yang cemerlang. Suasana yang kondusif harus diciptakan agar masyarakat mampu mengembangkan ide dan kreativitasnya sehingga dapat menghasilkan produk yang bernilai.

Konsep pemberdayaan, jika dikaitkan dengan dakwah memiliki keterikatan yang cukup signifikan bahkan secara terperinci dapat dikatakan bahwa dakwah adalah proses pemberdayaan masyarakat. Proses pemberdayaan tidak lepas dari tiga dimensi dakwah yaitu

dimensi makro, mezo, dan mikro.¹⁷

Dimensi makro berupa hidayah yang memiliki muatan murni yaitu al-Qur'an dan Hadis. Dimensi mezo sebagai hasil penelaahan dari kandungan al-Qur'an dan Hadis berupa metodologi yaitu konsep, teori dan kebijakan. Sedangkan pemberdayaan dilihat dari dimensi mikro adalah aktualisasi berupa tindakan dan kegiatan berupa kerja nyata.

Menurut Randy R. Wrihatnolo dalam Yazril Yazid, ada beberapa hal yang menjadi dasar dalam pemberdayaan masyarakat yaitu :

- a. Pemberdayaan adalah proses kerjasama antara klien dan pelaksana kerja secara bersama-sama yang bersifat mutual benefit yaitu sama-sama memberi manfaat
- b. Proses pemberdayaan memandang sistem klien sebagai komponen dan kemampuan yang memberikan jalan ke sumber penghasilan dan memberikan kesempatan
- c. Klien harus merasa dirinya sebagai agen bebas yang dapat mempengaruhi
- d. Kompetensi diperoleh atau diperbaiki melalui pengalaman hidup, pengalaman khusus yang kuat dari pada keadaan yang menyatakan apa yang harus dilakukan
- e. Pemberdayaan meliputi jalan ke sumber-sumber penghasilan dan kapasitas untuk menggunakan sumber-sumber pendapatan tersebut dengan cara efektif
- f. Proses pemberdayaan adalah masalah yang dinamis, sinergis, pernah berubah, dan evolusioner yang selalu memiliki banyak solusi
- g. Pemberdayaan adalah pencapaian melalui struktur-struktur paralel dari perseorangan dan perkembangan masyarakat.¹⁸

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat dipahami bahwa pemberdayaan masyarakat harus menekankan pada kerjasama yang

¹⁷ Yasril Yazid dan Nur Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial*, h. 105. Lihat juga, Welhendri Azwar, *Sosiologi Dakwah* (Padang: Imam Bonjol Press, 2014), h. 151-152.

¹⁸ Yasril Yazid dan Nur Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial*, h. 106.

baik demi untuk mencapai hasil yang baik serta tujuan tercapai secara bersama. Sama dengan dakwah, berdakwah harus saling mendukung antara komponen yang satu dengan lainnya. Semua harus bersinerji dan saling menunjang antara satu dengan lainnya. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat melalui dakwah memiliki tujuan untuk memajukan masyarakat. Masalah-masalah yang dihadapi masyarakat dapat diatasi oleh dai dengan menggunakan pendekatan tertentu sehingga memberikan solusi yang tepat dan membawa kepada perubahan bagi masyarakat ke arah yang lebih baik.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

LATIHAN :

1. Kemukakan perspektif dakwah tentang perubahan sosial!
2. Jelaskan dampak yang ditimbulkan oleh perubahan sosial terhadap dakwah !
3. Jelaskan inovasi-inovasi dalam berdakwah!
4. Kemukakan keunggulan dan keterbatasan dakwah multimedia!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB VII

KONSEP DAKWAH DALAM MEMBANGUN MASYARAKAT DAMAI

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas mengenai perdamaian dalam perspektif Islam, dan dakwah berbasis pengembangan masyarakat damai.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai perdamaian dalam perspektif Islam, dan pengembangan masyarakat damai melalui dakwah dengan memperhatikan prinsip-prinsip dakwah yang dapat membentuk masyarakat yang harmonis dan damai.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui pandangan Islam tentang perdamaian.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan dakwah dalam mengembangkan masyarakat damai terutama prinsip-prinsip yang menjadi perhatian dalam berdakwah sehingga membentuk masyarakat yang damai

Materi Kuliah:

7.1 Perdamaian dalam Islam

Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kedamaian. Terbukti dengan beberapa ayat al-Qur'an dan Hadis yang berkaitan dengan perdamaian dalam berbagai macam konteks dan situasi yang terjadi. Dalam al-Qur'an, ada beberapa konteks dan situasi tentang perdamaian yaitu budaya perdamaian dalam masyarakat yang bersengketa, keluarga, perdamaian antar umat beragama dan perdamaian dalam masyarakat yang multikultural.¹

¹ Abd. Halim, *Budaya Perdamaian dalam Al-Qur'an* dalam Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur'an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014. Diakses pada tanggal 7 November 2018.

Budaya perdamaian dalam bersengketa atau berperang, terdapat dalam QS. al-Anfal/8:61 :

وَإِنْ جَنَحُوا لِلسَّلْمِ فَاجْنَحْ لَهَا وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ

Terjemahnya :

Dan jika mereka condong kepada perdamaian, maka condonglah kepadanya dan bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Dialah yang Maha mendengar lagi Maha mengetahui.

Ayat di atas menunjukkan bahwa Islam sangat diplomatis dan cinta damai. Ketika pihak musuh meminta gencatan senjata atau meminta damai, maka Islam pun harus menyetujuinya. Sudah menjadi kewajiban pihak muslim untuk menerima perdamaian, akan tetapi jika mereka melanggar perjanjian yang sudah disepakati bersama atau perjanjian perdamaian maka batallah perjanjian tersebut. Dengan demikian, al-Qur'an sangat menjunjung tinggi budaya damai, bahkan dalam perang sekalipun. Budaya perdamaian dalam keluarga terdapat dalam QS. an-Nisa/4:128 :

وَإِنْ امْرَأَةٌ خَافَتْ مِنْ بَعْلِهَا نُشُوزًا أَوْ إِعْرَاضًا فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا أَنْ يُصْلِحَا بَيْنَهُمَا صُلْحًا وَالصُّلْحُ خَيْرٌ وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسُ الشُّحَّ وَإِنْ تُحْسِنُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

Terjemahnya :

Dan jika seorang wanita khawatir akan nusyuz (meninggalkan kewajiban bersuami isteri) atau sikap tidak acuh dari suaminya, Maka tidak mengapa bagi keduanya Mengadakan perdamaian yang sebenar-benarnya, dan perdamaian itu lebih baik (bagi mereka) walaupun manusia itu menurut tabiatnya kikir (tabi'at manusia itu tidak mau melepaskan sebahagian haknya kepada orang lain dengan seikhlas hatinya). Dan jika kamu bergaul dengan isterimu

secara baik dan memelihara dirimu (dari nusyuz dan sikap tak acuh), maka sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Ayat ini turun berkenaan dengan status perkawinan yang dikhawatirkan rusak kemudian dianjurkan mengadakan islah (perdamaian) antara kedua belah pihak. Perdamaian tersebut boleh menjadi penghalalan menikah lagi bagi suami atau memberikan hadiah. Pesan yang disampaikan dalam ayat ini adalah perdamaian itu lebih baik. Perdamaian juga terdapat dalam QS. al-Baqarah/2:256 :

Terjemahnya :

Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); Sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. karena itu Barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut (syaitan dan apa saja yang disembah selain dari Allah swt.) dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang Amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.

Ayat di atas dapat dipahami bahwa Islam disebarakan bukan dengan dasar paksaan, akan tetapi dengan memberikan argumen yang jelas dan valid sehingga orang yang didakwai bisa menerima dengan lapang hati dan tanpa adanya keterpaksaan. Dengan kata lain tidak ada agama dalam keterpaksaan. Dengan demikian, Islam adalah agama yang damai. Islam sangat menjunjung perdamaian terutama perdamaian antar umat beragama.

Selanjutnya, perdamaian dalam masyarakat yang multikultural dijelaskan dalam QS. al-Hud/11:118 :

Terjemahnya : **وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً ۗ وَلَا يَرَاؤُنَّ مَخْتَلِفِينَ**

Jikalau Tuhanmu menghendaki, tentu Dia menjadikan manusia umat yang satu, tetapi mereka senantiasa berselisih pendapat.

Dengan demikian, berbagai ayat al-Qur'an yang membicarakan perdamaian, baik tersirat maupun tersurat dan mencakup semua

aspek kehidupan termasuk perdamaian keluarga, perdamaian umat beragama, perdamaian masyarakat multikultural sampai pada perdamaian dalam perang. Oleh karena itu, damai lebih baik. Jika masih bisa diselesaikan dengan baik maka selesaikanlah dengan baik tanpa kekerasan, penindasan, dan peperangan.

Selain al-Qur'an ada juga hadis yang berkaitan tentang perdamaian yaitu : "Seorang Muslim itu adalah orang (menjamin) keselamatan manusia lainnya dari keburukan lisan dan tangannya (perbuatannya) sedang seorang mukmin itu adalah orang yang memberi keamanan bagi darah dan harta manusia lainnya".

Ada juga doa yang diajarkan oleh Rasulullah saw. tentang perdamaian yaitu " Ya allah Engkaulah yang Maha damai, darimu bersumber kedamaian, kepada-Mu kembali kedamaian. Tuhan kami! Hidupkanlah kami dengan penuh kedamaian dan masukkanlah kami ke syurga, rumah kedamaian. Engkau pelihara kami pemilik keagungan dan kemurahan".² Dengan demikian, Islam mengajarkan tentang perdamaian dalam berbagai hal. Olehnya itu, selesaikan dengan cara damai tanpa paksaan dan kekerasan.

7.2 Pengembangan Masyarakat Damai Melalui Dakwah

Misi Islam sebagai agama dakwah, secara sosiologis pengaturannya dititikberatkan kepada perubahan tingkah laku para pemeluknya ke arah yang lebih fungsional dalam merespon berbagai dinamika kemajuan masyarakat sehingga dakwah harus dipahami sebagai proses komunikasi sosial yang bersifat multialogis. Aktivitas dakwah pada dasarnya adalah upaya untuk mengubah kondisi masyarakat yang lebih islami dan mengajak orang lain agar dapat menyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh para mubaligh dan pejuang Islam.³

² Quraish Shihab, *Lentera al-Qur'an, Kisah dan Hikmah Kehidupan* (Bandung: Mizan, 2008), h. 70.

³ Abdul Rasyid Masri, *Konsep Dakwah dalam Pembangunan Masyarakat Madani Indonesia* (Refleksi atas Realitas Dakwah Rasulullah Membangun Masyarakat Madinah) dalam Jurnal Tasamuh, Volume 14, No. 2, Juni 2017. Diakses pada tanggal 8 November 2018.

Dakwah memiliki visi untuk mengembangkan masyarakat yang mengarah pada perdamaian, kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat. Karenanya, dibutuhkan berbagai strategi untuk mewujudkan cita-cita dakwah atau tujuan dakwah Islam.

Dakwah dirancang untuk mewujudkan masyarakat khaira ummah dengan kriteria yaitu umat yang menyuruh kepada kebaikan, mencegah dari yang mungkar/buruk, dan beriman kepada Allah swt. tiga kriteria ini menurut Kuntowijoyo dalam Azumardi Azra adalah sebagai proses-proses humanisasi, liberalisasi (pembebasan) transendensi yang menjadi ciri atau persyaratan untuk menjadi unggul.⁴

Berkaitan dengan hal ini, khaira ummah dijelaskan dalam QS. Ali Imran/03:110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمْ
الْفَاسِقُونَ

Terjemahnya :

Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'rif, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.

Berdakwah harus beretika. Dalam menyuruh orang melakukan kebaikan atau mencegah kemungkaran harus melakukannya dengan cara yang baik sesuai dengan ajaran Islam. Sebagaimana dalam QS. al-Nahl/16:125 :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

4 Azumardi Azra, *Menuju Masyarakat Madani* (Jakarta: Rosda Karya, 1999), h. 7.

Terjemahnya :

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah (perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil) dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Menurut al-Qurthubi dalam Syaikh Muhammad Tahir bin 'Asyur, ayat ini turun di Makkah ketika Rasulullah saw. diperintahkan untuk mengadakan perjanjian damai dengan orang Quraisy yakni perdamaian Hudabiyah.⁵ Dengan demikian, berdakwah atau menyuruh orang lain untuk melakukan kebaikan dan mencegah untuk melakukan keburukan harus dengan etika yang qurani dengan hikmah atau perkataan yang baik dan mengandung kebenaran, sopan dan ramah. Dengan cara ini, maka kekerasan akan lenyap jika ini diterapkan dengan baik.

Dakwah akan membentuk masyarakat yang harmonis dan damai. Ada beberapa cara yang harus dilakukan untuk mencapai hal ini yaitu :

- a. Pengembangan metode bil lisan dan bil amal sesuai dengan tantangan dan kebutuhan
- b. Mempertimbangkan metode dan media sesuai dengan tantangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi
- c. Memilih metode dan media yang relevan, baik mimbar, panggung, media cetak, atau elektronik (radio, televisi, komputer, dan internet)
- d. Mengembangkan media atau metode kultural dan struktural yakni pranata sosial, seni, karya budaya, dan wisata alam
- e. Mempertimbangkan struktur sosial dalam tingkatan kadar intelektual, yakni khawas, awam, dan yang menentang
- f. Mempertimbangkan struktur dan tingkatan masyarakat dari

⁵ Syaikh Muhammad Tahir bin 'Asyur, *al-Tabrir wa al-Tanwir*, dalam Software al-Maktab al-Syamilah al-Isdar al-Sani, Juz 14, h. 325-326.

segi kawasan, geografis, demografis, sosiologis, antropologis, politis dan ekonomis

- g. Mengembangkan dan mengakomodasikan metode dan media seni budaya masyarakat setempat yang relevan seperti wayang, drama, musik, lukisan, dan sebagainya
- h. Mempertimbangkan dan mengkaji metode pendekatan spiritual melalui zikir, doa, shalat, dan silaturahmi
- i. Prinsip-prinsip pengembangan dakwah di atas dapat dijadikan sebagai pijakan untuk mengembangkan masyarakat Islam di suatu daerah dengan menyesuaikan dengan kondisi masing-masing daerah tersebut⁶

Dengan demikian, jika ingin membentuk masyarakat yang damai melalui dakwah maka prinsip-prinsip yang telah dikemukakan di atas harus diperhatikan oleh para dai agar dapat mencapai tujuan dakwah Islam.

Pengembangan masyarakat bila dikaitkan dengan kegiatan dakwah harus mengubah keadaan masyarakat menjadi lebih baik dibandingkan dengan keadaan sebelumnya. Masyarakat yang sering konflik diajak untuk berdialog agar menjadi rukun dan harmonis, individu yang tidak pernah silaturahmi diajak untuk pertemuan antar masyarakat sehingga dapat mencairkan suasana yang kaku dan sebagainya.

Dakwah mempunyai peranan yang urgen bagi pengembangan masyarakat Islam dimanapun tempatnya. Dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah saw. di Mekah dan Madinah dapat dijadikan sebagai pijakan untuk berdakwah bagi umat Islam setelahnya dalam mengembangkan dakwah di tengah-tengah masyarakat yang plural dan majemuk. Pengembangan masyarakat melalui dakwah menjadi penting untuk dilakukan agar umat dapat terbantu dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi. Islam

⁶ Muhyiddin Asep dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 139-140.

yang disampaikan oleh Rasulullah saw. menjadi petunjuk yang penting bagi semua manusia. Petunjuk Islam itu dapat diibaratkan sebagai buku elektronik yang dapat dipakai sebagai pedoman atau petunjuk dan harus menaati peraturan yang ada didalamnya. Untuk mengembangkan masyarakat Islam, maka harus memperhatikan prinsip-prinsip yang telah dikemukakan di atas, salah satunya adalah mempertimbangkan struktur dan tingkatan masyarakat dari segi kawasan, geografis, demografis, sosiologis, dan sebagainya.⁷

Pengembangan masyarakat Islam bila dikembangkan lebih lanjut adalah usaha-usaha strategis untuk menolong masyarakat Islam yang sedang menghadapi berbagai persoalan dalam pencapaian taraf hidup layak dan berkualitas. Konsep pengembangan masyarakat mencakup dua konsep penting yaitu pengembangan dan masyarakat. Pengembangan sebagai suatu proses bertujuan untuk mencapai kondisi masyarakat yang lebih baik, layak, beradab, bermartabat dan bermakna. Fungsi strategis pengembangan masyarakat diantaranya memberikan pelayanan sosial yang berbasis masyarakat mulai dari pelayanan preventif sampai kuratif.⁸

Dengan demikian, untuk menciptakan masyarakat damai melalui dakwah maka perlu mempertimbangkan kondisi masyarakat dari berbagai segi, etika berdakwah, toleransi juga harus ada demi kerukunan masyarakat, bercermin pada masa kepemimpinan Rasulullah saw. yang menekankan pada misi Islam sebagai agama dakwah demi pencapaian masyarakat madani yang religius dan beradab.

7 Ahmad Zaini, *Peranan Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam* dalam Jurnal Community Development, Vol.1, No.1, Juni 2016, h. 149. Diakses pada tanggal 8 November 2018.
8 Ahmad Zaini, *Peranan Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam*, h. 149.

LATIHAN :

1. Kemukakan pandangan Islam tentang perdamaian!
2. Apa yang dimaksud dengan khairu ummah?
3. Jelaskan prinsip-prinsip dakwah dalam membentuk dan mengembangkan masyarakat damai!
4. Adakah hubungan antara perdamaian dan dakwah? Jelaskan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB VIII

MEMBANGUN BUDAYA DAMAI MELALUI KOMUNIKASI TANPA KEKERASAN

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang optimalisasi komunikasi tanpa kekerasan sehingga terwujud budaya damai.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai komunikasi tanpa kekerasan, menciptakan budaya damai, korelasi perdamaian dan komunikasi, cara membangun budaya damai melalui komunikasi tanpa kekerasan.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui komunikasi tanpa kekerasan
2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi budaya damai.
3. Mahasiswa dapat mengkorelasikan antara perdamaian dan komunikasi
4. Mahasiswa dapat menjelaskan cara membangun budaya damai melalui komunikasi tanpa kekerasan.

Materi Kuliah:

8.1 Komunikasi tanpa Kekerasan

Komunikasi merupakan hal yang penting untuk mempererat hubungan antar sesama manusia. Komunikasi selalu melibatkan adanya pesan sebagai alat untuk tukar menukar informasi, terciptanya kebersamaan antara pengirim pesan dan penerima pesan. Seseorang yang sedang terlibat dalam proses komunikasi selalu mencoba untuk menumbuhkan kebersamaan dalam pesan pada orang lain yang diajak berkomunikasi. Ide, gagasan dan perilaku yang dilibatkan dalam komunikasi diharapkan dipahami secara sama oleh penerima

pesan.¹Komunikasi yang baik akan membuat kita lebih kuat dan harmonis dalam menjalankan berbagai bentuk kehidupan sosial di masyarakat. Namun, tidak jarang komunikasi yang sarat dengan kekerasan terjadi di dalam kehidupan masyarakat. Kekerasan disini tidak selalu berupa cacian atau kata-kata yang tidak baik. Kalimat teguran, kritik, sindiran, pengancaman berlebihan, atau bahkan pujian yang menyakiti orang merupakan motif komunikasi dengan kekerasan.

Komunikasi tanpa kekerasan adalah pendekatan komunikasi yang dilandasi oleh prinsip-prinsip nonkekerasan. Metode ini tidak diciptakan untuk menyelesaikan pertentangan, melainkan untuk meningkatkan empati dan kualitas hidup manusia. Metode ini merupakan pengembangan dari konsep terapi berpusat pada orang yang digagas oleh psikolog klinis bernama Marshall Rosenberg sejak tahun 1960-an dan 1970-an. Metode komunikasi tanpa kekerasan atau diistilahkan NonViolent Communication (NVC) telah dibahas di banyak lokakarya, materiklinis, dan pertolongan mandiri (self-help). Komunikasi anti kekerasan ini merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk menumbuhkan empati dalam sebuah percakapan. Ketika empati tercipta di antara pihak yang terlibat percakapan, maka semua pihak dapat lebih mudah mendiskusikan solusi yang memenuhi kebutuhan dasar mereka.

Komunikasi anti kekerasan bertujuan untuk membangun keharmonisan interpersonal dan menghimpun pengetahuan untuk kerjasama selanjutnya. Poin penting dalam komunikasi anti kekerasan meliputi: menolak pemaksaan wacana, mengumpulkan fakta melalui observasi tanpa evaluasi, mengungkapkan perasaan dan kebutuhan secara tulus dan konkret, dan menciptakan percakapan yang efektif dan penuh empati. Metode komunikasi anti kekerasan digunakan sebagai acuan psikoterapi klinis dan teknik self-help. Khususnya, dalam rangka membangun keharmonisan sebuah hubungan dan relasi di tempat kerja.

1 Nurudin, *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 9-10.

8.2 Menciptakan Budaya Damai

Budaya atau kultur sebagai gaya hidup yang relatif khusus dari suatu kelompok masyarakat yang terdiri atas nilai-nilai, kepercayaan, artifak, cara berperilaku, serta cara berkomunikasi yang ditransmisikan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Budaya adalah segala hal yang dihasilkan dan dikembangkan oleh anggota kelompok atau masyarakat baik berupa bahasa, cara berpikir, seni, undang-undang dan agama mereka. Budaya ditransmisikan melalui proses belajar bukan melalui gen. proses ini terjadi melalui orangtua, teman, sekolah, lembaga keagamaan, dan lembaga pemerintahan. Selain itu, proses budaya seseorang juga bisa dimodifikasi melalui kontak atau pemaparan langsung dengan budaya lain seperti melalui media massa. Penerimaan budaya baru bergantung berbagai faktor baik faktor kemiripan budaya, pendidikan, dan kepribadian.² Budaya damai adalah pemikiran dan sikap yang dihasilkan manusia pada konteks sosial masyarakat tertentu yang penuh dengan cinta kasih, kerjasama, saling memahami dan tanpa kekerasan atau violence.³ Budaya damai (culture of peace) dipahami bukan sebagai suatu kondisi yang ada begitu saja sebagai suatu pemberian dan harus diterima oleh umat manusia. Sebaliknya budaya damai dipahami sebagai hasil dari proses panjang yang melibatkan berbagai faktor dan aktor.

Jadi yang dimaksud dengan kebudayaan damai bukan berarti bahwa tidak ada konflik sama sekali atau perdamaian pasif, akan tetapi bagaimana kita mendorong unsur-unsur dan struktur kebudayaan dalam masyarakat untuk secara aktif menjadi sentral pengendalian konflik dalam masyarakat itu sendiri. Unsur-unsur yang ada dalam budaya damai mencakup; aksi rasa saling memahami satu sama lainnya, toleransi, solidaritas, penghormatan atas hak asasi manusia (HAM), pembangunan ekonomi, sosial, budaya, adanya partisipasi

2 Joseph A. Devito, *Human Communication*, Alih bahasa Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 479.

3 Muammar dan Puji Dwi Darmoko, "Pendidikan Pesantren dan Nilai Budaya Damai". *Jurnal Madaniyah*. Edisi VIII, Januari 2015, h. 139.

yang demokratis dan aksi untuk meningkatkan keamanan dan perdamaian internasional.

8.3 Korelasi Perdamaian dan Komunikasi

Perdamaian tidak akan dapat dicapai secara instan, tapi diperlukan proses yang berkelanjutan baik dalam proses pendidikan dilingkungan sekolah maupun masyarakat agar semakin tumbuh dan berkembangannya keharmonisan dan keselarasan hidup. Salah satu instrumen utama dalam memperkuat perdamaian adalah pendidikan. Sebaliknya, jika tidak ada perdamaian maka kesejahteraan masyarakat dalam bidang ekonomi dan politik juga tidak mungkin tercapai. Ini berarti sikap toleransi, keharmonisan dan kerjasama sosial antar masyarakat merupakan dasar bahkan menjadi landasan utama dari perdamaian.⁴ Perdamaian akan menciptakan kehidupan yang sehat, nyaman dan harmonis dalam setiap interaksi antar sesama.

Perdamaian sebagai harapan yang harus diperjuangkan semua penduduk di Indonesia. Toleransi menjadi pilar perdamaian yang memerlukan tahapan. Tahapan yang mendasar melalui komunikasi. Oleh karena itu, jika menginginkan kedamaian dalam masyarakat maka langkah yang ditempuh adalah melalui komunikasi. Dalam masyarakat plural, seseorang dituntut untuk memahami dan bekerjasama dengan orang lain. Bisa memahami dan bekerjasama dengan baik tentu harus dilandasi saling bisa memahami satu sama lain. Seseorang dituntut memiliki keterampilan dalam mengekspresikan sudut pandang dan memahami sudut pandang dan mendengarkan orang lain. Jika seseorang hidup dalam masyarakat plural dan memiliki kemampuan bergaul dengan baik, maka ia telah memiliki potensi memaksimalkan komunikasinya secara efektif. Komunikasi efektif menjadi kunci dalam proses penyampaian pesan. Dampaknya, akan mendapatkan keuntungan lebih banyak bagi

⁴ Noortyani, Rusma. "Bertoleransi Ciptakan Perdamaian" <https://kip.kapuaskab.go.id/berita/read/581/bertoleransi-ciptakan-perdamaian>.

keberhasilan berkomunikasi.⁵

Cara kita berkomunikasi sebagian besar dipengaruhi oleh budaya. Masyarakat yang berbeda budaya akan berbeda juga berkomunikasi. Oleh karena itu, kita harus menaruh perhatian khusus untuk menjaga jangan sampai perbedaan budaya menghambat interaksi yang bermakna, melainkan menjadi sumber untuk memperkaya pengalaman komunikasi kita. Agar komunikasi terjalin secara efektif, maka harus memahami dan menghargai perbedaan-perbedaan. Selain itu, harus memahami penghambat-penghambat yang lazim dan prinsip-prinsip efektivitas untuk berkomunikasi di antara budaya yang berbeda.

Ada beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam komunikasi antarbudaya yaitu mengabaikan perbedaan diantara kita dan kelompok yang secara budaya berbeda, mengabaikan perbedaan antar kelompok budaya yang berbeda, mengabaikan perbedaan dalam makna, melanggar adat kebiasaan budaya, menilai perbedaan secara negatif, kejutab budaya yang mengacu pada reaksi psikologis yang dialami seseorang karena berada di tengah suatu budaya yang sangat berbeda dengan budaya sendiri.⁶ Dengan memahami hambatan-hambatan ini, maka akan membantu kita dalam menghindarinya dan setidaknya menanggulangi akibat yang ditimbulkannya. Selain itu, juga harus memahami prinsip-prinsip komunikasi antarbudaya yaitu relativitas bahasa dengan memperhatikan teknik-teknik komunikasi efektif, bahasa sebagai cermin budaya, mengurangi ketidakpastian dengan berkomunikasi secara bermakna, kesadaran diri dan perbedaan antarbudaya, interaksi awal dan perbedaan antarbudaya dan memaksimalkan hasil interaksi dengan cara memperluas pergaulan, melibatkan diri dalam komunikasi dan meningkatkan komunikasi kita serta memprediksi hasil komunikasi kita.⁷

Dengan memperhatikan hal di atas, maka komunikasi antarbudaya dapat berjalan dengan baik dan akan terhindar dari berbagai

5Nurudin, *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*, h. 21-22.

6Joseph A. Devito, *Human Communication*, Alih bahasa Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 488-491.

7Joseph A. Devito, *Human Communication*, Alih bahasa Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 486-488.

konflik. Komunikasi tanpa kekerasan dapat dijadikan faktor yang menentukan terciptanya sebuah perdamaian dan harmoninya sebuah tata hubungan antar anggota masyarakat. Hal ini dapat ditandai dengan adanya intensitas komunikasi antar anggota masyarakat. Misalnya anggota masyarakat dapat menyuarakan dan menyalurkan ide-ide atau gagasan sebagai bagian dari anggota masyarakat. Dengan cara demikian akan memberikan peluang bagi anggota masyarakat untuk berkontribusi secara langsung terhadap perkembangan masyarakat di berbagai bidang. Adanya komunikasi anti kekerasan yang disampaikan melalui bahasa yang santun dapat membantu memecahkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat. Masalah tersebut akan dapat didiskusikan, dimusyawarahkan, dan diselesaikan secara saksama. Adanya saluran komunikasi anti kekerasan, maka masalah-masalah yang dihadapi menjadi potensi untuk menghilangkan perpecahan antar anggota masyarakat, terutama pada masyarakat yang heterogen, baik dari aspek sosial, budaya, maupun keyakinan. Oleh karena itu, saluran komunikasi anti kekerasan sebagai prasyarat utama dalam penciptaan sebuah perdamaian masyarakat menuju kehidupan yang harmoni.⁸

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk memanfaatkan komunikasi anti kekerasan dalam konteks kultural yaitu :

a. Keterbukaan

Setiap orang harus bersikap terbuka terhadap perbedaan yang ada, baik perbedaan nilai, kepercayaan, dan sikap. Perbedaan ini tidak harus kita ikuti, akan tetapi kita harus menyadari bahwa orang tersebut berbeda.

b. Empati

Tempatkan diri pada posisi lawan bicara yang berasal dari budaya yang berbeda. Mencoba melihat dunia dari sudut pandang yang berbeda. Cara ini memberikan peluang untuk berkomunikasi secara efektif dan memberikan perspektif baru

8 Noortyani, Rusma. "Bertoleransi Ciptakan Perdamaian" <https://kip.kapuaskab.go.id/berita/read/581/bertoleransi-ciptakan-perdamaian>.

dalam melihat budaya sendiri dan biarkan orang lain tahu bahwa apa yang dirasakan mereka juga kita merasakannya. Dengan empati melalui ekspresi wajah, gerak-gerik yang penuh makna dan perhatian, serta tanggapan yang mencerminkan pengertian dan kesepahaman membuat komunikasi berjalan dengan efektif.

c. Sikap mendukung

Dalam menampilkan sikap mendukung orang lain sebaiknya deskriptif, tidak evaluatif; spontan dan tidak strategik; provisional dan tidak memastikan.

d. Sikap positif

Sikap positif harus dikomunikasikan. Ini sangat penting dalam situasi antarbudaya karena begitu banyak hal yang tidak dikenal atau diketahui. Akibatnya, seseorang tidak mampu memperkirakan apa yang dipikirkan dan dirasakan orang lain. Oleh karena itu, sebaiknya lawan bicara dibuat senyaman mungkin dengan mengkomunikasikan sikap positif.

e. Kesetaraan

Kesetaraan dapat dicapai jika menghilangkan reputasi dengan selalu bersikap bahwa kita berkomunikasi dengan pihak yang setara.

f. Percaya diri

Salah satu keterampilan penting dalam berkomunikasi antarbudaya adalah percaya diri dan tenang dalam setiap situasi yang belum pernah dialami dan tidak boleh sombong.

g. Kedekatan

Kedekatan menyatukan orang. Kedekatan membantu mengatasi perbedaan. Dalam komunikasi antarbudaya kualitas ini menjadi sangat penting karena besarnya perbedaan antara kita dengan orang lain. Oleh karena itu, komunikasikan rasa kebersamaan untuk mengatasi adanya perbedaan antarbudaya.

h. Manajemen interaksi

Bersikaplah sensitif terhadap perbedaan dengan cara mengambil alih pembicaraan. Beberapa budaya menganggap ini tidak sopan karena memotong pembicaraan orang lain, akan tetapi budaya lain menganggap ini sebagai pertanda interaksi yang menyenangkan.

i. Daya ekspresi

Jika perbedaan cukup besar, beberapa orang merasa tidak nyaman dan tidak yakin akan diri mereka sendiri. Cara untuk menanggulangnya adalah dengan mengkomunikasikan keterlibatan tulus dalam interaksi.

j. Berorientasi pada pihak lain

Setiap orang mempunyai andil dalam interaksi. Jangan memonopoli percakapan dengan hanya membicarakan diri sendiri, pilih topic pembicaraan dan hanya membicarakan pengalaman sendiri. Sebaiknya, pembicaraan diarahkan pada lawan bicara dengan mengajukan pertanyaan, menggunakan keterampilan mendengarkan yang efektif dan aktif, dan perlihatkan minat terhadap hal-hal yang menarik lawan bicara.⁹

Dengan beberapa hal di atas, maka menjadi masukan untuk dimanfaatkan dengan baik. Akan tetapi, perlu disadari bahwa tidak semua efektif untuk semua budaya. Begitu juga tidak semua perilaku verbal dan nonverbal mempunyai makna yang sama dalam semua budaya. Oleh karena itu, harus disesuaikan dengan budaya yang ada.

8.4 Cara Membangun Budaya Damai Melalui Komunikasi Tanpa Kekerasan

Komunikasi anti kekerasan dinilai dapat mengubah potensi konflik menjadi dialog perdamaian. Prinsip dasar komunikasi tanpa kekerasan dengan memfokuskan kesadaran kita pada empat area yang dirujuk sebagai empat model komponen yaitu observation,

⁹ Joseph A. Devito, *Human Communication*, Alih bahasa Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 494-495.

feelings, needs dan request.¹⁰ Adapun keempat model tersebut dapat dijelaskan berikut ini :

a. Observasi

Observasi menjelaskan bagaimana setiap permasalahan harus jelas dan dipahami terlebih dahulu latar belakangnya sebelum kita melakukan justifikasi terhadap permasalahan tersebut. Model ini mengajak kita melakukan tindakan-tindakan konkret yang dapat kita observasi, sehingga dapat mempengaruhi kesejahteraan dan kebahagiaan hidup kita. Kita harus dapat mengamati apa yang benar-benar terjadi dalam sebuah situasi. Kita harus mampu mengartikulasikan pengamatan itu tanpa memasukkan penilaian atau evaluasi, hanya mengatakan apa yang dilakukan orang yang kita hadapi.

b. Feelings

Feelings yaitu mengungkapkan perasaan dengan spesifik sehingga tidak ada perasaan ragu dalam mengungkapkan perasaan. Model yang kedua ini menggambarkan bahwa setiap individu harus detail terhadap apa yang ia rasakan, tanpa menyembunyikan apapun yang akan menjadi ganjalan pada hasil akhirnya. Kita harus menyatakan bagaimana kita merasakan sesuatu, saat kita mengamati suatu permasalahan, senang, bahagia, sedih, takut atau kesal secara terbuka tanpa harus melakukan manipulasi pada perasaan yang kita rasakan. Seperti dengan menyatakan "saya merasa bahagia karena telah bertemu denganmu" atau "saya merasa sedih karena kamu akan pindah ke luar kota" dan contoh-contoh lainnya. Hal yang tidak dianjurkan adalah menggunakan kata-kata seperti "seolah-olah", "seakan-akan" dan kata-kata lain yang memberi penjelasan keraguan atas apa yang dirasakan atau yang sedang terjadi, seperti saya seolah-olah mendapatkan kebahagiaan saat bertemu denganmu.

10 Prakasa, Sangra Juliano. "Kekerasan Komunikasi dalam Lingkungan yang Multikultural: Penerapan Konsep (NVC) Nonviolent Communications pada Bentuk-Bentuk Kekerasan Komunikasi", *Common*, Vol.2, No.1, 2018, h. 31.

c. Needs

Model ketiga yaitu needs, yang berkaitan tentang keadaan dimana orang yang saling berkomunikasi harus berusaha saling mengakui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan satu sama lain. Model ini sangat berhubungan dengan kebutuhan-kebutuhan, nilai-nilai, dan seterusnya yang membangkitkan perasaan-perasaan kita. Model ini mengharapkan para peserta komunikasi memperlihatkan perasaan saling membutuhkan satu dan yang lainnya secara jujur dan terbuka. Kita harus berani mengatakan apa yang menjadi kebutuhan kita dalam menghubungkan perasaan-perasaan dengan yang telah kita identifikasikan sebelumnya. Sangat tidak dianjurkan jika ada suatu bentuk komunikasi yang hanya diinginkan oleh satu pihak, atau hanya didominasi oleh salah satu pihak saja, baik dalam sebuah percakapan formal maupun dalam konteks percakapan sehari-hari.

d. Request

Model keempat yakni request, yaitu di mana saat berbicara para peserta komunikasi harus mampu secara terbuka menyelipkan harapan-harapan yang menjadi kebutuhannya dengan bahasa yang baik. Model terakhir ini menggambarkan bahwa setiap peserta komunikasi harus memiliki harapan-harapan dan mampu menyampaikan harapan-harapan tersebut sehingga apapun yang menjadi evaluasi dari masing-masing peserta komunikasi dapat terus berkembang ke arah yang lebih positif, dan pada akhirnya keterbukaan mengenai harapan-harapan tersebut akan membuka hubungan ke arah yang lebih intim seperti lazimnya proses penetrasi dalam sebuah hubungan yang dijelaskan melalui Teori Penetrasi Sosial mengenai adanya perkembangan hubungan antarpribadi diantara peserta komunikasi.¹¹

11 Prakasa, Sangra Juliano. "Kekerasan Komunikasi dalam Lingkungan yang Multikultural: Penerapan Konsep (NVC) Nonviolent Communications pada Bentuk-Bentuk Kekerasan Komunikasi", h. 31.

Dengan demikian, jika keempat model ini diterapkan dengan baik maka tidak akan terjadi konflik sehingga perdamaian akan selalu terjaga dan keamanan akan tercipta dengan baik. Selain memaksimalkan keempat model ini, ada juga bentuk utama penerapan komunikasi tanpa kekerasan. Adapun ketiga bentuk tersebut adalah :

a. Empati diri

Melibatkan hubungan penuh kasih dengan apa yang terjadi di dalam diri seseorang. Empati diri meliputi aspek: tak menyalahkan, memperhatikan pikiran, penilaian, dan perasaan, serta mencari relasi kebutuhan antarpihak

b. Menerima secara empatik

Komunikasi tanpa kekerasan tidak bertujuan agar individu dapat meramal kehendak orang lain. Koneksi empatik justru merujuk pada sebuah pemahaman tentang hati, di mana kita melihat energi positif dalam diri orang lain. Empati melibatkan proses “mengosongkan pikiran dan mendengarkan secara penuh”. Setelah itu, barulah kita dapat menangkap pesan tersirat mereka, seperti: perasaan dan kebutuhan yang mungkin orang lain ekspresikan.

c. Mengekspresikan secara jujur

Dengan menyebutkan kebutuhan dan bukannya perasaan, maka kecil kemungkinan orang akan berpikir bahwa anda meminta mereka bertanggung jawab atas perasaan anda. Sama halnya, apabila kita menyampaikan permintaan alih-alih menyebutkan kebutuhan, maka kecil kemungkinannya orang lain akan menyimpulkan permintaan yang tidak jelas.¹²

Penerapan komunikasi tanpa kekerasan juga dapat memperhatikan etika dalam komunikasi. Pentingnya etika dalam proses komunikasi bertujuan agar komunikasi kita berhasil dengan baik (komunikatif) dan terjalinnya hubungan yang harmonisan antara komunikator dan komunikan. Hubungan akan terjalin secara harmonis apabila antara

¹² Wikipedia. “Komunikasi Tanpa Kekerasan”. Diakses oleh penulis pada 30 Desember 2018 dalam https://id.m.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_tanpa_kekerasan.

komunikator dengan komunikasi saling menumbuhkan rasa senang. Rasa senang akan muncul apabila keduanya saling menghargai, dan penghargaan sesama akan lahir apabila keduanya saling memahami tentang karakteristik seseorang dan etika yang diyakini masing-masing.¹³K.S. Sitaram dan Roy Cogdell yang dikutip Dedy, menyajikan standar etika komunikasi sebagai berikut:

- a. Memperlakukan budaya khalayak dengan penghormatan yang sama diberikan terhadap budaya sendiri.
- b. Memahami landasan budaya dan nilai-nilai orang lain.
- c. Tidak memandang rendah orang lain karena ia berbicara dengan aksen yang berbeda dengan aksen orang lain.
- d. Tidak memaksakan nilai yang diyakininya kepada orang lain yang berbeda budaya.
- e. Berhati-hati dengan simbol non-verbal yang digunakan pada budaya lain.
- f. Tidak berbicara dengan bahasa yang sama dengan orang dan budaya yang sama dihadapan orang yang tidak mengerti bahasa tersebut.¹⁴

Jika standar etika komunikasi ini diperhatikan dengan baik, maka hubungan antar budaya yang sama atau berbeda akan terjalin secara damai, rukun dan harmonis.

¹³ Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi; Pendekatan Agama dan Budaya* (Bandung: Rafika Offset, 2007), h. 56.

¹⁴ Dedy Mulyana dan Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Komunikasi dengan Orang-orang yang Berbeda Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 21.

LATIHAN :

1. Kemukakan pengertian komunikasi tanpa kekerasan!
2. Apa yang dimaksud dengan budaya damai?
3. Jelaskan cara membangun budaya damai melalui komunikasi tanpa kekerasan!
4. Jelaskan bentuk utama penerapan komunikasi tanpa kekerasan!
5. Apa saja yang diperhatikan dalam etika komunikasi? Jelaskan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB IX

DEFINISI ILMU KOMUNIKASI

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas mengenai kajian Ilmu Komunikasi, dan definisi ilmu komunikasi.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai kajian dan definisi ilmu komunikasi.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui kajian Ilmu Komunikasi.
2. Mahasiswa dapat mengetahui pengertian ilmu komunikasi.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian ilmu komunikasi.

Materi Kuliah:

9.1 Kajian Ilmu Komunikasi

Sebelum kita mengetahui definisi Ilmu Komunikasi, ada baiknya kita memperjelas terlebih dahulu tentang kajian Ilmu Komunikasi. Apakah seluruh peristiwa komunikasi yang terjadi di dunia ini adalah bagian dari kajian Ilmu Komunikasi? berikut ulasannya.

Salah satu syarat ilmu pengetahuan adalah memiliki objek kajian yang terdiri dari satu golongan masalah yang sama sifat hakikatnya, tampak dari luar maupun bentuknya dari dalam. (Hatta, 1987)¹. Objek ilmu pengetahuan dapat dibedakan atas objek material dan objek formal. Objek material adalah objek dari mana ilmu pengetahuan dalam bidang yang sama diamati, sedangkan objek formal adalah sudut yang dari situ objek material dikaji secara lebih spesifik (poedjawijatna, 1983).

¹ Dani Vardiansyah dan Erna Febriani, *Filsafat Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Indeks, 2018), h. 31.

Dilihat dari objek matertialnya, ilmu komunikasi berada dalam rumpun ilmu sosial, yakni tindakan manusia; bukan manusianya, karena manusia dari segi wujudnya dikaji oleh ilmu alam, mislanya ilmu kedokteran.²

Diantara tujuh (7) pertanyaan di bawah ini, kira- kira yang manakah objek kajian ilmu komunikasi?

1. Suatu malam Anda berdoa, “ Ya Allah, ampunilah segala dosa-dosaku...”
2. Anda berkata pada kucing kesayangan, “ kitty, kamu lapar yah?” kemudian kucing itu mendekat kea rah Anda.
3. Anda berkata pada boneka beruang kesayangan Anda, “ kamun kedinginan yah, sini aku selimuti.”
4. Suatu saat anda pergi berkunjung ke kuburan nenek. Setelah berdoa, anda menabur bunga dan berkata, “ nek... saya merindukan nenek...”
5. Anda berada di tepi pantai saat senja hari, kemudian anda berkata pada ombak, “ sampaiakn salam rinduku untuknya.”
6. Anda bertanya pada seorang sahabat, “ maukah kamu menemaniku ke toko buku sore nanti?”
7. Anda mengunjungi seorang teman di Rumah Sakit Jiwa Dadi Makassar, “ hai teman. Bagaimana keadaanmu?”

Hakikatnya, kesemua pertanyaan di atas adalah bentuk komunikasi. Karena, komunikasi adalah tentang penyampaian pesan. Selama ada pesan yang disampaikan, itu adalah komunikasi. Namun, yang manakah yang termasuk dalam lingkup kajian Ilmu Komunikasi?

Yang dinamakan studi komunikasi itu tak lain adalah Human Communication (Komunikasi Antarmanusia), bukan komunikasi antar binatang dengan binatang, dan bukan pula komunikasi antar manusia dengan hewan.³

² Dani Vardiansyah dan Erna Febriani, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, h. 32.

³ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017) h. 7

Selanjutnya, apa yang membedakan pertanyaan nomor enam dan tujuh di atas? Ketika anda mengunjungi teman di rumah sakit jiwa dan menyapa, sementara dia hanya tersenyum- senyum atau bahkan menggaruk- garuk kepalanya, walau terjadi proses penyampaian pesan antarmanusia, namun hal tersebut tidak masuk dalam kajian ilmu komunikasi. Jika ingin mempelajari bagaimana cara menyampaikan pesan kepada manusia yang akal budinya sedang bermasalah, sebaiknya anda masuk ke program studi Psikologi.⁴

Artinya, ontologi Ilmu Komunikasi adalah tentang penyampaian pesan antarmanusia. Dimana manusia yang dimaksud harus seht akal budinya. Jika akal budi manusianya sedang bermasalah, walaupun ada pesan yang disampaikan, ini berada di luar ontologi ilmu komunikasi.⁵

B. Definisi Ilmu Komunikasi

Menurut Stuart (1983), akar kata dari komunikasi berasal dari kata *Communico* (berbagi). Kemudian berkembang ke dalam bahasa latin, *communis* (membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih).⁶

Sebagai sesuatu yang tidak berwujud, setiap orang dapat mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang masing- masing, sebagaimana yang terkatip berikut ini:⁷

1. Komunikasi menurut Hovland, Jenis dan Kelly, 1953, adalah proses yang melaluinya seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata- kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk prilaku orang lainnya (khalayak).
2. Komunikasi adalah, proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain- lain. (Berelson dan Steiner, 1964).

4 Dani Vardiansyah dan Erna Febriani, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, h. 35.

5 Dani Vardiansyah dan Erna Febriani, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, h. 35.

6 Nurudin. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017) h. 8.

7 Dani Vardiansyah dan Erna Febriani, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, h.35- 36.

3. Komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. (Reusch, 1957).

Sementara itu, Frank Dance dan Carl Larson (1976) pernah mengumpulkan definisi komunikasi. Mereka menemukan sekitar 126 definisi komunikasi. Itu dilakukan sebelum tahun 1976. Dari 126 deinisi yang ditemukan oleh Larson dan dance, definisi komunikasi bisa dikelompokkan menjadi tiga kategori, yakni: ⁸

1. Tingkat observasi atau derajat keabstrakannya

- a. Bersifat umum

Komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lain dalam kehidupan.

- b. Bersifat khusus

Komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah, dan sebagainya melalui telepon, telegraf, kurir.

2. Tingkat kesengajaan

Komunikasi adalah situasi- situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima secara sadar untuk memengaruhi perilaku.

3. Tingkat keberhasilan dan diterimanya pesan

Komuniasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian.

Sementara Harold D. Laswell sebagai Bapak komunikasi mengemukakan bahwa, komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa , dengan saluran apa , kepada siapa, dan efeknya apa. (who says what, in which channel to whom, with what effect.)⁹

Sementara shanon dan Weaver mendefinisikan komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja.¹⁰

8 Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 24- 25.

9 Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017) h. 37.

10 Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 38.

Ruben dan Stewart mengemukakan bahwa, komunikasi manusia adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat membuat dan menggunakan informasi untuk berhubungan satu sama lain dan dengan lingkungan.¹¹

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan efek tertentu.

Beberapa alasan yang mendorong perlunya komunikasi dipelajari adalah sebagai berikut:¹²

1. Komunikasi yang baik dengan orang lain akan membantu seseorang mempermudah mendapatkan rezeki, sahabat dan pelanggan. Kenapa ada orang yang memiliki banyak sahabat dan ada yang tidak, kenapa ada penjual yang laris jualannya dan ada yang tidak. Bahkan dengan komunikasi yang baik, seorang karyawan akan mudah mendapatkan promosi dari pimpinannya pada jenjang yang lebih tinggi dibanding dengan orang yang tidak bisa berkomunikasi dengan baik.
2. Semakin banyak orang yang tidak mengenal etika dalam berkomunikasi. Dalam menyampaikan pendapat atau somasi, sebaiknya mengucapkan kata-kata yang bisa menyinggung perasaan orang lain sehingga memutuskan silaturahmi atau hubungan kemanusiaan mereka, padahal hubungan antar-manusia perlu dipelihara dalam memperbanyak peluang berusaha dan berkarier.
3. Dengan mengetahui konsep, teori, dan dasar-dasar praktik komunikasi yang baik, seseorang bisa menjadi pekerja komunikasi yang terampil dan profesional dalam melaksanakan tugas-tugas yang diembannya.
4. Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat memaksa orang harus mendapatkan pengetahuan dan

11 Brent D Ruben, Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Prilaku Manusia* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) h.19.

12 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 11-12.

keterampilan baru terutama dalam bidang computer, animasi, gambar, dan internet. Jika tidak, ia akan ketinggalan dan sulit mendapatkan lapangan kerja yang sesuai dengan perkembangan. Dalam berbagai riset penempatan tenaga kerja, keterampilan komunikasi lisan dan tulisan (communication skill), bahasa asing, dan penguasaan komputer menempati ranking teratas dalam penilaian seorang pelamar.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

Latihan

1. Jelaskan definisi Ilmu komunikasi menurut para ahli
2. Menurut anda, apa yang dimaksud dengan ilmu komunikasi?
3. Yang manakah yang termasuk dalam kajian ilmu komunikasi?
4. Kemukakan beberapa alasan perlunya komunikasi dipelajari!
5. Mengapa etika diperlukan dalam berkomunikasi?

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB X

UNSUR- UNSUR KOMUNIKASI

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas mengenai unsur- unsur komunikasi.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai unsur- unsur komunikasi.

C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat memahami apa yang dimaksud unsur- unsur komunikasi.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan unsur- unsur komunikasi.

Materi Kuliah:

10.1 Unsur- unsur Komunikasi

Pada bab sebelumnya, kita telah membahas tentang definisi ilmu komunikasi. Pada bab ini, kita akan membahas lebih jauh mengenai unsur- unsur komunikasi. Dalam proses komunikasi, sering kali diperlukan beberapa unsur, yaitu:¹

- A. Komunikator- komunikan
- B. Komunikator- media- komunikan
- C. Komunikator- media- komunikan- umpan balik, dan sebagainya.

Kenapa harus disebutkan dan lain sebagainya, tak lain karena unsur- unsur yang terlibat dalam proses komunikasi beragam tergantung dari siapa yang terlibat dalam komunikasi dan situasinya bagaimana.

Dua orang yang sedang berbicara pada situasi khalayak ramai tentu akan dipengaruhi oleh unsur lingkungan. Ini tentu akan

¹ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017) h. 42- 43.

berbeda dengan saat mereka ada dalam ruangan yang sepi. Seorang juru kampanye jelas akan menggunakan pengeras suara sebagai media penyampai pesan. Jadi unsur yang terlibat tergantung dari siapa yang berkomunikasi dan dalam situasi bagaimana.

Setiap ahli akan memberikan penjelasan tentang unsur- unsur komunikasi secara berbeda- beda. Beberapa contoh perbedaan yang dikemukakan para ahli terkait unsur- unsur komunikasi:²

- A. Claude E. Shannon dan Warren Weaver (pengirim, transmitter, sinyal, penerima, tujuan).
- B. David K Berlo (Source, Message, Channel, Receiver atau SMCR).
- C. Melvin De Fleur, Charles Osgood, Gerard R. Miller menambahkan unsur umpan balik (feedback) sebagai pelengkap agar proses komunikasi sempurna. Jadi, SMCRF.
- D. Joseph A. DeVito, K. Sereno dan Erika Vora menambahkan faktor lingkungan (environment) unsur yang tak kalah pentingnya dalam proses komunikasi. Jadi SMCRFE.

Aristoteles ahli filsafat Yunani Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. Pandangan Aristoteles ini oleh sebagian besar pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi public dalam bentuk pidato atau retorika. Hal ini bisa dimengerti karena, pada zaman Aristoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani.³

10.1.1 Komunikator

Komunikator juga sering disebut dengan pengirim pesan, sumber (source), dan pembuat atau pengirim informasi. Dilihat dari jumlahnya, komunikator bisa terdiri dari:

² Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 43- 44.

³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 25.

- A. Satu orang
- B. Banyak orang/ lebih dari satu orang
- C. Massa

Jika harus menunjuk pada lebih dari satu orang, komunikator bisa berarti kelompok seperti partai politik, organisasi atau lembaga, dan media massa. Komunikator dengan banyak orang bisa dipecah menjadi tiga, yakni:

- A. Kelompok kecil

Kelompok kecil adalah kelompok homogeny dengan sejumlah orang yang punya ikatan emosional kuat dan saling mengenal satu sama lain.

- B. Kelompok Besar/ publik

Kelompok Besar/ publik adalah dengan ikatan yang relatif tidak saling kenal secara pribadi, ikatan emosionalnya kurang kuat. Kelompok ini biasanya heterogen.

- C. Organisasi

Sementara itu, komunikator yang disebut organisasi adalah kelompok dengan banyak orang, punya tujuan sama, dan juga ada pembagian kerja yang jelas. Kelompok organisasi ini masih bisa dibagi menjadi motif ideal (yayasan, LSM nonprofit) dan motif komersial (perseroan terbatas)

10.1.2 Pesan

Komunikasi terjadi karena adanya pesan yang ingin disampaikan di dalamnya. Baik secara tersirat maupun tersurat. Dikatakan sebagai proses komunikasi karena, ada pesan di dalamnya.

Menurut Hafied Cangara, Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris, pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, content atau

information.⁴

Perhatikan ketika dua orang sedang berbicara. Amati juga bahasa tubuh keduanya. Apa yang disampaikan komunikator kepada komunikan? Mengapa penerima pesan bereaksi saat komunikator berbicara? Mengapa pula keduanya kadang menganggukkan kepala, memakai isyarat tangan dalam berbicara, kadang tersenyum, tertawa? Mengapa keduanya bisa berkomunikasi satu sama lain?⁵

Jawabannya tak lain karena ada pesan disampaikan dalam proses komunikasi. Apakah anda melihat bentuk pesannya seperti apa dengan indera penglihatan? Bisa jadi jawabannya tidak. Karenanya pesan bersifat abstrak. Karena abstrak, manusia berusaha membuatnya konkre agar pesannya bisa diterima dengan baik. Oleh karena itu, sejumlah lambang komunikasi diciptakan, seperti bahasa lisan, bahasa tulis, suara, gerak-gerik, dan isyarat lainnya. Lambang berfungsi untuk memperjelas abstraknya pesan komunikasi. Bahasa lisan dan tulisan sering disebut dengan komunikasi verbal, sementara selain lisan dan tulisan, sering disebut komunikasi nonverbal.

Jika seseorang tidak mewujudkannya dalam bentuk konkret, sangat mungkin orang lain tidak memahami pesan yang ada pada seseorang itu. Bentuk komunikasi secara lisan saja sering kali harus didukung dengan bahasa nonverbalnya. Perhatikan saat dosen berbicara di depan kelas, terkadang dia menggerakkan tangannya untuk menegaskan isi pesan yang disampaikan.

Pesan haruslah disampaikan secara jelas dan detail. Agar tidak terjadi salah penafsiran oleh si penerima pesan. Kesalahan penafsiran pesan, itulah yang dinamakan miskomunikasi.

10.1.3 Media

Proses penyampaian pesan dengan face to face, tentu akan berbeda dengan penyampaian pesan dengan dua orang yang saling berjauhan. Jika berkomunikasi dengan face to face, maka tidak

⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 27.

⁵Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 46.

dibutuhkan media perantara pesan. Namun, apabila dua orang yang saling berjauhan ingin melakukan proses komunikasi, tentunya dibutuhkan media sebagai sarana penyampai pesan.

Dalam komunikasi, alat bantu itu bisa disebut dengan saluran komunikasi atau media. Media bisa berupa indera manusia, telepon, surat, telegram, media massa (cetak dan elektronik), internet rumah ibadah, pesta rakyat dan alat bantu lainnya dalam menyebarkan pesan komunikasi. Dengan demikian, media adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada penerima pesan.⁶

Dilihat dari jumlah target komunikasinya, komunikasi bermedia dapat dibedakan menjadi media massa dan nonmedia massa. Jika dilihat dari waktu terbitnya, media bisa dibedakan menjadi media periodik dan media nonperiodik. Media periodik yakni media massa yang terbit secara teratur. Media massa periodik bisa dibedakan menjadi cetak dan elektronik. Berdasarkan perkembangan teknologi komunikasi, sekarang muncul media online yang memanfaatkan penyebarannya melalui internet.

Sementara media periodik adalah media yang bersifat eventual, tergantung event tertentu. Begitu event selesai, medianya juga sudah tidak ada lagi. Media nonperiodik bisa dibedakan yakni, manusia (sales promotion, juru kampanye, dll). Berupa benda (poster, sticker, spanduk, pamflet, baliho, dll).

10.1.4 Komunikasikan

Istilah komunikasikan diartikan sebagai orang yang menerima pesan. Komunikasikan juga memegang peranan penting dalam proses komunikasi.

Komunikasikan adalah orang yang menjadi sasaran pesan yang dikirim. Ciri komunikasikan hampir mirip dengan komunikator. Ia sering juga disebut dengan khalayak, sasaran, audience, dan receiver (penerima). Komunikasikan ini bisa juga identik dengan massa dalam saluran komunikasi massa yakni pendengar, pembaca, pemirsa, dan

⁶ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 47-48.

penonton.

Ada ungkapan yang berlaku umum, “ tidak ada penerima manakala tidak ada sumber”. Ini berarti, komunikasi hanya bisa disebut demikian jika ada sumber yang mengirimkan pesan. Jika tidak ada sumber yang mengirimkan pesan, berarti tidak ada sebutan komunikasi. Karena komunikasi adalah sasaran pesan yang dikirim komunikator.⁷

Sebenarnya ungkapan di atas cenderung menganggap bahwa komunikasi itu pasif. Dengan kata lain, setiap kegiatannya sangat tergantung pada komunikator. Jika kita mengamati komunikasi antara dua orang sering kali kita tak bisa membedakan mana komunikator dan mana komunikasi. Hal tersebut bisa saja terjadi bila kedudukan komunikator dengan komunikasi itu sejajar. Namun demikian, komunikasi tetap dianggap pasif dalam arti bahwa istilah itu sangat tergantung pada ada tidaknya pesan yang dikirim.

Salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mempengaruhi khalayak atau audience. Bagaimana pesan yang kita sampaikan, dapat memberikan pengaruh atau sampai mengubah tindakan khalayak. Oleh karena itu, dalam berkomunikasi, sangat penting untuk mengetahui bagaimana kondisi khalayak atau audience dalam hal ini dikatakan komunikasi yang sedang kita hadapi. Karena berhasil tidaknya pesan yang disampaikan, hal itu tergantung dari bagaimana komunikator dapat memahami komunikannya.

Ada banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mengetahui karakter komunikasi. Diantaranya, latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, latar belakang ekonomi, kondisi geografis tempat tinggal, dan lain sebagainya. Sebagai contoh, pada saat kita berbicara dengan orang yang tinggal di daerah pantai, mereka biasanya berbicara dengan nada yang sedikit lebih tinggi. Perlu kita ketahui bahwa, orang-orang yang tinggal di daerah pantai harus menyamakan atau lebih tinggi volume suaranya dari volume ombak. Contoh lainnya, pada saat kita berpidato di hadapan public, tentu

⁷ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 49.

akan berbeda cara penyampaian yang kita lakukan saat menghadapi anak sekolah dan menghadapi orang tua siswa.

10.1.5 Pengaruh

Seperti yang telah dipaparkan di atas, pengaruh tidak lepas dari salah satu tujuan manusia melakukan komunikasi. Kenapa manusia ingin berkomunikasi, karena ingin memberikan pengaruh pada seseorang yang menjadi partner komunikasinya. Tanpa kita sadari, apa yang kita pikirkan dan bagaimana kita menjalani aktifitas sehari-hari, itu karena pengaruh dari proses komunikasi yang kita lakukan dari masa kanak-kanak hingga beranjak dewasa.

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. (De Fleur, 1982). Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.⁸

10.1.6 Umpan Balik

Umumnya umpan balik terjadi dalam proses komunikasi. Baik itu secara face to face, ataupun melalui perantara media. Namun jenis umpan balik disini tentunya berbeda-beda. Sesuai dengan jenis komunikasi yang dilakukan. Apakah itu komunikasi antarpribadi, kelompok atau organisasi, komunikasi publik, ataupun komunikasi massa.

Secara lebih jelas berikut akan disajikan bentuk-bentuk umpan balik atau feedback:⁹

1. Berdasar Asal
 - a. External Feedback

Umpan balik yang diterima langsung komunikator dari

⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 29

⁹ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 53.

komunikasikan. Jika anda bertanya pada teman, “ jam berapa kita kuliah hari ini?” teman anda kemudian menjawab, “ jam 11.30 di ruang G. 101”. Ini artinya umpan balik berasal dari komunikasikan.

b. Internal Feedback

Umpan balik yang tidak berasal dari komunikasikan, tetapi dari pesan atau komunikator itu sendiri. Sebagai contoh, saat kita ingin mengirimkan pesan singkat kepada Dosen untuk menanyakan jadwal kuliah, kita sudah mengetik sebuah pesan, namun setelah membaca pesan tersebut, ada kata-kata yang menurut kita kurang sopan. Maka kitapun segera menghapusnya dan menggantinya dengan kata lain yang dianggap lebih sopan. Revisi yang dilakukan itu juga umpan balik yang berasal dari pesan itu sendiri.

2. Berdasar Kecepatan

a. Immediated Feedback

Umpan balik ini sering disebut dengan umpan balik langsung. Langsung berarti tanpa perantara. Umpan balik ini biasanya sangat jelas kelihatan dalam komunikasi tatap muka dua orang atau komunikasi kelompok kecil dalam sebuah ruangan. Seorang dosen yang sedang menjelaskan materi, sementara banyak mahasiswanya menguap, itu umpan balik langsung. Bisa jadi itu umpan balik bahwa materi dosen tidak menarik, kuliah harus segera diakhiri atau mahasiswa benar-benar mengantuk.

b. Delayed Feedback

Disebut juga umpan balik tertunda. Sebagai contoh, jika ada pembaca Koran yang meyakini kutipan dalam Koran tersebut salah, maka dia harus menhirim kritik dan saran kemediia tersebut melalui “ surat pembaca” di Koran. Apa yang dilakukan pembaca Koran itu, dinamakan umpan balik yang tertunda.

3. Berdasar Penerimaan Pesan

a. Positive Feedback

Sebagai contoh, seorang dosen yang menjelaskan materi di depan kelas. Setelah menjelaskan, dosen meminta mahasiswa untuk menjelaskan kembali materi yang dijelaskan oleh dosen tadi. Jika mahasiswa berhasil menjelaskan dengan baik, maka hal tersebut termasuk dalam feedback positif. Feedback positif bisa juga dalam bentuk nonverbal. Misalnya anggukan tanda mengerti materi yang diberikan.

b. Negative Feedback

Respons komunikasi merugikan komunikator. Dengan kata lain, apa yang dikatakan oleh komunikator mendapat tentangan. Sebagai contoh, tidak semua pesan yang dikirim oleh seorang pimpinan, bisa dipahami dan dilaksanakan oleh bawahan, ada saja kebijakan yang ditentang. Penentangan ini bisa dilakukan secara langsung atau dilakukan dengan cara sembunyi-sembunyi.

4. Berdasar Relevansitas

a. Neutral Feedback

Umpan balik yang dimaksud disini adalah umpan balik yang netral- netral saja. Atau jawaban cari aman, tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh komunikator. Misalnya, ketika seorang wartawan mengajukan pertanyaan pada seorang tersangka kasus korupsi. " apakah bapak betul melakukan hal seperti yang dituduhkan?". Kemudian si tersangka menjawab, " untuk lebih jelasnya, biarlah proses hukum yang berjalan." Umpan balik dari orang tersebut tidak ada hubungannya dari pertanyaan yang diajukan oleh wartawan. Umpan baliknya netral, bahkan terkesan cari selamat legal.

b. Zero Feedback

Ada kalanya umpan balik yang dikirim oleh komunikasi kepada komunikator tidak bisa dipahami. Dengan kata lain,

pesan yang dikirimkan komunikator kepada komunikan tidak dipahami. Sehingga umpan baliknya juga tidak relevan sebagaimana yang diharapkan komunikator. Misalnya seorang komunikator bertanya, “ coba anda jelaskan bagaimana bentuknya buah salak?” si komunikan malah memberikan penjelasan tentang buah kiwi. Pastilah si komunikator merasa bingung dengan jawaban komunikan.

10.1.7 Lingkungan

Lingkungan sangat berpengaruh pada bagaimana proses seseorang berkomunikasi. Salah satu tempat yang sering didatangi oleh orang-orang jika ingin membicarakan sesuatu atau menyelesaikan suatu pekerjaan adalah warkop atau warung kopi. Tentunya dengan fasilitas wifi yang mumpuni. Meminum kopi atau Sekedar bercengkrama di warkop saat ini seolah menjadi trend. Baik dikalangan orang dewasa maupun remaja.

Jenis lingkungan dalam komunikasi bisa digolongkan ke dalam lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis, dimensi waktu. Lingkungan fisik adalah faktor di sekitar kita yang bisa ditangkap melalui alat indera. Contohnya, belajar di bawah terik matahari, atukah belajar di ruangan yang sempit dan panas, tentunya akan mengganggu kenyamanan.¹⁰

Lingkungan sosial juga menjadi hambatan dalam berkomunikasi. Misalnya, ketika kita berbicara dengan orang yang baru kita kenal yang berasal dari daerah dan kebudayaan yang lain. Ada rasa canggung yang biasa terjadi saat kita melkakukan percakapan pertama. Meski tidak menutup kemungkinan, hal itu bisa saja hilang seiring dengan seringnya kita berkomunikasi dengan orang tersebut.

Kondisi psikologis seseorang juga menentukan proses komunikasi. Seseorang yang sedang dalam masalah yang cukup besar, biasanya akan sulit untuk fokus apabila diajak berkomunikasi. Orang yang trauma dengan bencana alam gempa misalnya, akan

¹⁰ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, h. 57.

sangat sensitif apabila mendengarkan percakapan yang membahas tentang gempa.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

Latihan :

1. Sebutkan unsur- unsur komunikasi yang kamu ketahui.
2. Berikan penjelasan, tentang unsur- unsur komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli!
3. Berikan penjelasan, mengapa pengaruh dimasukkan dalam unsur komunikasi?
4. Mengapa seseorang harus memperhatikan kondisi psikologis komunikan sebelum melakukan proses komunikasi?
5. Jika salah satu unsur komunikasi tidak ada, apakah komunikasi dapat berjalan efektif? Berikan penjelasan.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB XI

MODEL KOMUNIKASI

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang bagaimana proses komunikasi berlangsung, serta model- model komunikasi.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai proses komunikasi dan model- model komunikasi.

C. Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan pengertian proses komunikasi dan model- model komunikasi.

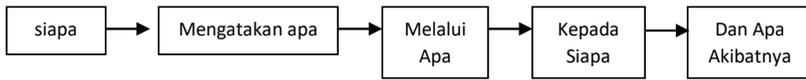
Materi Kuliah:

11.1 Proses Komunikasi

Segala bentuk penyampaian pesan yang terjadi di alam raya merupakan proses komunikasi. Namun yang akan kita bahas disini adalah, bagaimana proses komunikasi yang terjadi antarmanusia. Proses komunikasi berlangsung sejak kita dilahirkan, dibesarkan, sampai dewasa. Bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, menggunakan media atau saluran, kemudian bagaimana feedback dari komunikan tersebut, itulah yang dinamakan proses komunikasi.

Sedangkan istilah model komunikasi yang dimaksudkan adalah, suatu gambaran yang sistematis dan abstrak, dimana menggambarkan potensi- potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari sebuah proses (Book 1980). Ada juga yang menggambarkan model sebagai cara menunjukkan sebuah objek, dimana di dalamnya dijelaskan kompleksitas suatu proses , pemikiran, dan hubungan

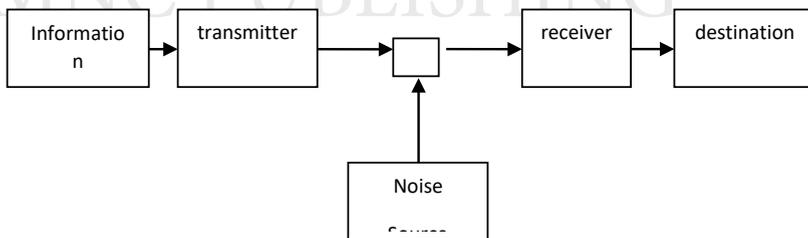
Lasswell, seorang sarjana politik amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell (1948).⁴



Gambar 2. Model Komunikasi oleh Lasswell

Jika pertanyaan Lasswell divisualisasikan dalam gambar, dapat dinilai sebagai model komunikasi. Disini Lasswell melihat bahwa suatu proses komunikasi selalu mempunyai efek atau pengaruh. Oleh karena itu, model Lasswell ini banyak menstimuli riset komunikasi, khususnya bidang komunikasi Massa dan Komunikasi politik. Tahun 1949, dua orang insinyur listrik yakni Claude E. Shannon dan Warren Weaver, berhasil menerbitkan buku the Mathematical Theory of Communication atas dana Rockefeller foundation.

Dalam studi yang mereka lakukan, kedua tokoh ini tertarik pada hal- hal yang berkaitan dengan pengiriman pesan melalui saluran-saluran elektronik seperti telepon dan radio dari segi teknik, mereka menanyakan berapa banyak signal (pesan) yang bisa dipancarkan pada titik maksimum secara cermat dan teliti. Juga ditanyakan seberapa banyak signal yang rusak karena gangguan selama proses pengiriman sampai kepada penerima.



Gambar 3. Model Komunikasi oleh Shannon dan Weaver

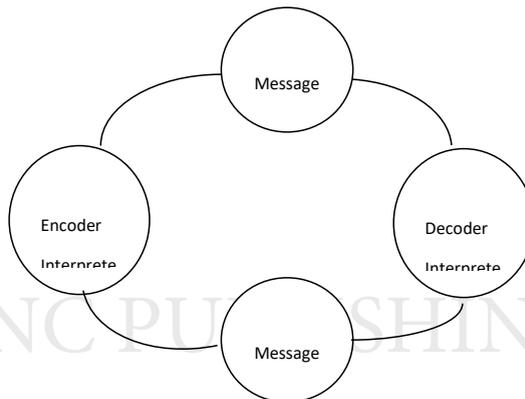
⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 45- 46.

Gambar di atas menunjukkan proses komunikasi dimulai dari sumber yang menciptakan pesan, kemudian ditransmit melalui saluran kawat atau gelombang udara. Pesan ditangkap oleh pesawat penerima yang merekonstruksi kembali sinyal itu sampai kepada tujuannya (destination). Tujuan disini adalah penerima yang menjadi sasaran pesan.⁵

Jika model komunikasi Lasswell lebih menekankan pengaruh pada khalayak pada proses komunikasi, sementara pada model Shannon dan Weaver gangguan atau Noise adalah unsur yang cukup penting. Karena jika terjadi gangguan pada proses komunikasi, dapat mengakibatkan pesan yang diterima berbeda oleh komunikan sehingga terjadi kegagalan komunikasi.

B. Model Proses Komunikasi

Salah satu model komunikasi yang banyak digunakan adalah model sirkular yang dibuat oleh Osgood dan Schramm (1954). Kedua tokoh ini mencurahkan perhatian mereka pada peranan sumber dan penerima sebagai pelaku utama komunikasi.⁶



Gambar 4. Model Komunikasi oleh Osgood dan Schramm

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 47.

⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 49-50.

Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, dimana pesan ditransmit melalui proses encoding dan decoding. Encoding adalah, translasi yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan decoding adalah translasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber. Hubungan antara encoding dan decoding adalah hubungan anantara sumber dan penerima secara simultan dan saling memengaruhi satu sama lain.

Jika dalam model komunikasi matematik Shannon dan Weaver melihat proses komunikasi berakhir setelah tiba pada tujuan (destination), maka dalam model sirkular, justru Osgood dan Schramm melihat proses itu berlangsung secara terus-menerus (simultan). Pelaku komunikasi baik sumber maupun penerima dalam model ini mempunyai kedudukan yang sama . oleh karena itu, proses komunikasi dapat dimulai dan berakhir di mana dan kapan saja.⁷

C. Model Komunikasi Partisipasi

D.Lawrence Kincaid dan Everett M. Rogers mengembangkan sebuah model komunikasi berdasarkan prinsip pemusatan yang dikembangkan dari teori informasi dan sibernetik. Model ini muncul setelah melihat berbagai kelemahan model komunikasi satu arah yang telah mendominasi berbagai riset komunikasi sebelumnya.⁸

Teori sibernetik melihat komunikasi sebagai suatu system dimana semua unsur saling bermain dan mengatur dalam memproduksi luaran. Menurut Kincaid, komunikasi adalah proses pertukaran pesan dengan tujuan untuk mencapai kesamaan pemahaman. Meskipun tidak ada yang dinamakan kesamaan pemahaman total, Karena pengalaman setiap individu berbeda- beda.

Model ini mencerminkan sifat memusat yang terjadi pada pertukaran informasi yang melingkar. Dalam proses komunikasi yang memusat, setiap pelaku berusaha menafsirkan dan memahami informasi yang diterimanya dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian,

7 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 50.

8 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 51.

pelaku komunikasi dapat memberi reaksi atau menyampaikan hasil pikirannya dengan baik kepada orang lain. Sekarang komunikasi tidak lagi dipandang sebagai aliran informasi searah, melainkan satu proses yang interaktif, menyatu, dan partisipatif. (Gonzales,1985)⁹

D. Model Newcomb

Model ini dikenalkan oleh Theodore M Newcomb. Model ini juga dikenal dengan model ABX. Model ini mengenalkan peran komunikasi dalam hubungan sosial di dalam usaha untuk menjaga keseimbangan sosial dalam sistem sosial. Dengan kata lain, komunikasi itu menjadi sarana untuk mempertahankan hubungan antarindividu.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 53.

Latihan :

1. Jelaskan pengertian komunikasi internal dan komunikasi eksternal organisasi!
2. Sebutkan dan jelaskan jenis- jenis komunikasi internal organisasi!
3. Jelaskan beberapa pendekatan atau teori tentang kepemimpinan!
4. Sebutkan dan jelaskan jenis- jenis peranan kepemimpinan!
5. Menurut anda, mana yang lebih baik. Gaya kepemimpinan otokratis atautkah demokratis. Berikan alasan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB XII

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES KOMUNIKASI

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi proses komunikasi.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai faktor yang mempengaruhi proses komunikasi.

Tujuan Pembelajaran Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan faktor yang mempengaruhi proses komunikasi.

Materi Kuliah:

12.1 Faktor Yang Mempengaruhi Proses Komunikasi

Ada banyak faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Para ahli mengklasifikasikan faktor- faktor tersebut secara berbeda- beda. Diantaranya, pengetahuan, perkembangan, persepsi, dll.

1. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan sangat mempengaruhi proses komunikasi. Biasanya, semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang, maka akan semakin ahli dia dalam menyampaikan pesan sesuai dengan bidang keahliannya. Tingkat pengetahuan disini, tidak selamanya identik dengan tingkat pendidikan. Misalnya, saat kita membicarakan tentang kebutuhan rumah tangga, tentunya yang lebih mahir dalam hal ini adalah ibu-ibu rumah tangga. Meskipun tingkat pendidikannya hanya sampai SMA misalnya.

Namun tak mengherankan juga, ada pengangguran yang sangat ahli membahas tentang politik, supir angkot yang pandai membahas masalah ekonomi, dan masih banyak lagi. Mengapa hal itu bisa terjadi? karena tingkat pengetahuan yang berbeda. Bisa saja

pengangguran dan supir angkot ini rajin membaca surat kabar dan menonton berita di televisi.

Tingkat pengetahuan seseorang menjadi faktor utama dalam komunikasi. Seseorang dapat menyampaikan pesan dengan mudah apabila ia memiliki pengetahuan yang luas. Seorang komunikator yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi, ia akan lebih mudah memilih kata- kata untuk menyampaikan informasi baik verbal maupun nonverbal.

2. Perkembangan

Perkembangan memiliki dua aspek, yaitu:

A. Pertumbuhan Manusia

Pertumbuhan dapat memengaruhi pola pikir manusia. Semakin matang usia seseorang, seharusnya kemampuan berpikirnya akan semakin matang pula. Seseorang sudah dapat mengontrol proses komunikasinya di usia- usia dewasa. Sebagai contoh, saat kita berkomunikasi dengan orang yang berusia 25 tahun, tentunya akan berbeda saat kita berkomunikasi dengan remaja yang berusia 13 tahun dan dan anak- anak yang berusia 5 tahun.

B. Kemampuan Berbahasa

Tentunya kemampuan berbahasa sangat dibutuhkan dalam keberhasilan suatu proses komunikasi. Khususnya komunikasi verbal yang menggunakan bahasa lisan sebagai alat komunikasi. Penguasaan terhadap berbagai macam bahasa juga sangat memungkinkan seseorang untuk melakukan proses komunikasi dari jutaan orang di seluruh belahan dunia. misalnya, orang yang fasih berbahasa inggris, tentunya tidak memiliki kesulitan saat berkomunikasi dengan orang- orang yang berasal dari luar negeri. Apa lagi bahasa Inggris kita ketahui sebagai bahasa internasional.

3. Persepsi

Bagi sebagian besar orang, persepsi diartikan sebagai sudut pandang. Dalam buku komunikasi antar manusia, menjelaskan persepsi sebagai proses seseorang menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera. Persepsi mempengaruhi rangsangan atau stimulus atau pesan yang diserap dan makna yang diberikan kepada seseorang ketika ia mencapai kesadaran.¹

Persepsi juga diartikan sebagai cara seseorang memandang atau menafsirkan sesuatu berdasarkan pengalamannya. Oleh karena itu, persepsi antara orang yang satu dengan orang yang lain berbeda. Tergantung dari bagaimana pengalaman dan penafsiran mereka. Misalnya, ketika kita membicarakan tentang “ kucing”. Bagi pecinta kucing, tentunya melihat kucing sebagai binatang yang lucu dan menggemaskan. Namun bagi yang tidak menyukai kucing, tentunya melihat kucing sebagai binatang yang menakutkan dan menjijikkan.

Makna yang kita pelajari untuk dilampirkan kepada simbol yang kita gunakan dan simbol yang digunakan oleh orang lain, selalu mencerminkan pengalaman kita. Alhasil, segala sesuatu yang kita katakana, kerjakan, dan cara kita menafsirkan kata- kata orang lain beserta tindakan- tindakan kita adalah refleksi atau cerminan dari pernyataan tentang maksud, pengalaman, kebutuhan, dan harapan- harapan kita.²

4. Peran dan Hubungan

Peran dan hubungan juga memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Sebagai contoh, seorang anak akan merasa lebih terbuka ketika berkomunikasi dengan orang tuanya, dibandingkan dengan Gurunya di sekolah karena dia merasa segan. Kita akan lebih terbuka saat berkomunikasi dengan sahabat atau teman dekat kita, dibandingkan dengan orang yang baru kita kenal.

¹Samsinar dan Nur Aisyah Rusnali, *Komunikasi Antarmanusia (Komunikasi Intrapribadi, Antarpribadi, Kelompok/Organisasi)* (Gowa: Pusaka Almaida, 2017), h. 27.

²Brent D Ruben dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 95.

5. Lingkungan

Lingkungan sebagai faktor eksternal dari manusia, juga menjadi faktor penentu dalam berkomunikasi. Lingkungan tempat kita lahir dan bertumbuh, sangat mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Seorang anak yang dibesarkan di lingkungan keluarga yang orang tuanya tidak pernah berkata kasar, maka dia akan berkomunikasi dengan lemah lembut pula kepada orang lain. Sebaliknya, seorang anak yang dibesarkan di lingkungan keluarga yang orang tuanya sering berkata kasar, maka anak tersebut juga akan sering berkata kasar.

Cara dimana seseorang atau sebuah peristiwa diberi reaksi bergantung apakah kita saat itu sedang di rumah, pergi berlibur, di tempat kerja, di sekolah atau seang rekreasi. Cara kita memberi reaksi juga tergantung kepada apakah pesan tersebut diterima di kantor, di gereja, di kamar tidur, ruag kelas, atau sebuah auditorium.³

6. Jenis Kelamin

Sering kita mendengarkan pernyataan bahwa, " perempuan lebih cerewet dibandingkan dengan laki-laki". Namunsepertinya anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar. Karena pada kenyataannya, banyak juga pria yang lebih cerewet dari wanita. Jenis kelamin biasanya akan berperan penting pada topik-topik pembicaraan tertentu. Misalnya, jika membahas tentang proses kehamilan dan persalinan, tentunya akan lebih cocok jika dibicarakan antara sesame wanita. Sedangkan untuk membicarakan masalah otomotif, biasanya kaum pria lah yang akan lebih oaham akan hal tersebut.

11.2 Gangguan dalam Proses Komunikasi

Dalam proses komunikasi, tentunya banyak gangguan atau noise yang sering terjadi. Gangguan tersebut dibagi menjadi beberapa bagian, yakni:⁴

³Brent D Ruben dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, h. 130.

⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.167- 170.

1. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan (channel noise). Misalnya gangguan pada stasiun radio atau TV, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio, sehingga terjadi suara bising dan semacamnya..

2. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantic ialah, gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan bahasa yang digunakan (Blake, 1979). Gangguan semantic sering terjadi karena:

- a. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b. Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c. Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- d. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol yang digunakan.

Selain rintangan semantic, juga terdapat rintangan psikologis. Rintangan ini terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh persoalan-persoalan dalam diri individu. Misalnya rasa curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau gangguan kejiwaan sehingga dalam penerimaan dan pemberian informasi, tidak sempurna.

3. Rintangan Fisik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis. Misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan

semacamnya. Dalam komunikasi antarmanusia, rintangan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yakni tidak berfungsinya salah satu pancaindra pada penerima.

4. Rintangan Status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial di antara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status antara senior dan junior atau atasan dan bawahan. Perbedaan ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat pada atasannya, atau rakyat pada raja yang memimpinya.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

Latihan :

1. Sebutkan faktor- faktor yang dapat mempengaruhi proses komunikasi.
2. Perkembangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Sebutkan dan jelaskan 2 aspek perkembangan yang dimaksud!
3. Apa yang dimaksud dengan persepsi?
4. Sebutkan dan jelaskan jenis- jenis peranan kepemimpinan!
5. Menurut kalian, mana yang lebih baik. Gaya kepemimpinan otokratis ataukah demokratis. Berikan alasan!

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB XIII

KOMUNIKASI VERBAL

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang definisi komunikasi secara verbal.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai komunikasi secara verbal.

C. Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan definisi, bahasa sebagai suatu sistem simbol dan makna, hambatan-hambatan dalam interaksi bahasa dan verbal, prinsip-prinsip bahasa dan interaksi verbal, dan aspek sosial bahasa dan interaksi verbal.

Materi Kuliah:

13.1 Definisi Komunikasi Verbal

Proses penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa lisan atau kata-kata sebagai alat komunikasi disebut dengan komunikasi verbal. Pada umumnya, manusia berkomunikasi secara verbal. Kecuali bagi penyandang tuna wicara, mereka berkomunikasi dengan menggunakan bahasa isyarat. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Dalam komunikasi verbal itu bahasa memegang peranan penting. Pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam

menciptakan komunikasi yang efektif. Ketiga fungsi itu adalah untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita, membina hubungan yang baik di antara sesama manusia dan menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.¹

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu sendiri maupun yang bersifat alami. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, TV, telegram, telex, dan satelit.²

Pesan verbal menggunakan bahasa alfanumerik yang tercatat sebagai salah satu prestasi kemanusiaan paling mengesankan. Sekitar 10.000 bahasa dan dialek berbeda digunakan saat ini, dan masing-masing keadaannya unik dalam beberapa hal.³

Upaya yang sungguh-sungguh telah dilakukan untuk memastikan bagaimana dan kapan kita pertama kali mengembangkan kemampuan menggunakan bahasa. Beberapa ahli bahasa berpendapat bahwa struktur dasar bahasa adalah bawaan manusia, dan keperluan belajar anak hanyalah rincian permukaan dari bahasa lisan dalam lingkungannya. Para ahli lainnya berpendapat bahwa penguasaan bahasa atau pemerolehan bahasa sebagai bagian dari perkembangan umum individu.⁴

1 Alqanitah Pohan, Peran Komunikasi Verbal dalam Hubungan Manusia, *Al-Munir : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 6 No. 2, 2015. Diakses pada <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/638/530#>

2 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.111-112.

3 Wiliam S-Y Wang, *Language and Derivative Systems*. Dikutip dalam *Human Communication : Language and Its Psychobiological Basis*, disunting oleh Wiliam S- Y Wang (San Fransisco: Freeman, 1982), h.36.

4 Breyne Arlene Moskowitz, *The Acquisition of Language* in Wang, dalam Brend Ruben dan Lea P Stewart, *Komunikasi dan Prilaku Manusia*, Ed. 5 (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada), h. 143.

Pada dasarnya, sebuah proses komunikasi itu adalah usaha menyampaikan suatu gagasan untuk menerima umpan balik dari gagasan yang kita sampaikan. Agar orang lain jelas memahami maksud yang saya sampaikan, maka gagasan yang dinyatakan itu harus jelas bagi seseorang komunikator terlebih dahulu.⁵

1.2 Bahasa Sebagai Suatu Sistem Simbol dan Makna

13.2.1 Bahasa sebagai Suatu Sistem Simbol

Bahasa adalah pengungkap segala realitas dan tulang punggung komunikasi. Bahasa dapat dikatakan sebagai kode, sistem simbol yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal manusia. Bahasa dapat didefinisikan sebagai sistem produktif yang dapat dialihkan dan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap, bermakna bebas dan dipancarkan secara kultural. Beberapa karakteristik bahasa sebagai suatu sistem simbol yaitu

a. Bahasa bersifat produktif

Elemen-elemen baru dapat ditambahkan ke dalam system ini dan elemen-elemen tersebut dapat ditata dengan cara-cara baru sehingga membentuk kalimat baru

b. Bahasa dapat dialihkan

Bahasa dapat digunakan untuk membicarakan masalah-masalah yang jauh dari diri seseorang baik dari segi waktu maupun jarak

c. Bahasa lisan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap

d. Simbol-simbol bahasa bersifat bebas.

Tidak ada kaitan nyata atau inheren antara sebuah kata dengan hal atau benda yang disimbolkan

e. Bahasa dipancarkan secara kultural, bukan secara biologis.

Bahasa dipelajari dari budaya tempat seseorang dibesarkan

⁵ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 118.

Sifat bahasa mempunyai beberapa implikasi penting bagi komunikasi antarmanusia. Implikasinya adalah :

- a. Komunikasi yang efektif dimulai dengan dan dalam batas-batas kaidah bahasa
- b. Pengalihan dan produktivitas memungkinkan adanya dusta
- c. Bahasa cepat lenyap, pesan lisan harus mudah dimengerti dengan segera
- d. Makna harus dicari dalam diri orang yang berbicara dan bukan semata-mata dalam kata-kata yang digunakan

13.2.2 Bahasa sebagai Sistem Makna

Bahasa adalah kebutuhan manusia untuk mengkomunikasikan makna. Semua fungsi bahasa, komunikasi makna sangat penting dari satu orang ke orang lain. Oleh karena itu, makna harus ditempatkan pada posisi sentral dalam setiap usaha untuk menjelaskan bahasa.

Makna diciptakan oleh orang yang melakukan komunikasi dan merupakan fungsi pesan dan juga interaksi pesan dengan pemikiran, perasaan dan sikap orang yang bersangkutan.

Proses makna Wendell Johnson dalam Devito memberi implikasi bagi komunikasi antarmanusia yaitu :

- a. Makna ada dalam diri manusia
- b. Makna emosional terus berubah meskipun kata-kata sendiri tetap statis
- c. Kata-kata baru mempunyai arti bila dikaitkan dengan acuan tertentu dalam dunia nyata
- d. Ketidaksepakatan sering timbul bila seseorang melupakan bahwa kata yang sama dapat mempunyai banyak makna
- e. Kata-kata hanya mengkomunikasikan sebagian kecil dari makna yang ada dalam benak manusia.

Makna dapat dibagi menjadi dua yaitu makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif adalah makna obyektif dan makna konotatif adalah makna yang bersifat emosional, subyektif atau

pribadi. Makna denotatif bersifat cukup umum atau universal. Artinya sebagian besar orang sepakat atau mempunyai pengertian yang sama tentang makna denotatif. Sedangkan makna konotatif bersifat sangat pribadi, dan tidak banyak orang yang mempunyai pengertian yang sama tentang makna konotatif sebuah kata.

1.3 Hambatan-hambatan dalam Interaksi Bahasa dan Verbal

Hambatan-hambatan yang terjadi dalam komunikasi verbal lebih banyak bersumber dari proses pengiriman pesan dari komunikator ke komunikan. Hambatan ini dinamakan distorsi kognitif.⁶ Adapun hambatan tersebut adalah :

a. Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan-kata dan menguraikannya dalam bentuk dua ekstrim yang tidak realistis, misalnya hitam dan putih, atau baik dan buruk, atau cantik dan jelek.

b. Orientasi intensional

Ini terjadi bila kita menanggapi apa yang sebagai suatu kenyataan, suatu kecenderungan untuk menanggapi sesuatu lebih sebagai apa adanya dan bukan menurut apa yang dikatakan orang.

c. Kekacauan karena menyimpulkan fakta

Ini terjadi bila kita memperlakukan kesimpulan sebagai fakta.

d. Potong kompas

Ini terjadi bila komunikator dan komunikan saling salah paham akan makna yang mereka maksudkan. Selain itu, terjadi bila kata yang berbeda digunakan untuk makna yang sama atau kata yang sama digunakan untuk makna yang berbeda.

e. Kesemuan

Kesemuan mengacu pada kecenderungan untuk menganggap bahwa orang yang mengetahui hal tertentu pasti menguasai

6 Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 129. Lihat juga Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori Dasar* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 29-30.

segalanya, atau bahwa apa yang telah dikatakan sudah pasti seluruhnya

f. Evaluasi statis

Ini terjadi bila kita mengabaikan perubahan dan menganggap bahwa realitas merupakan hal yang statis.

g. Indiskriminasi

Ini terjadi bila kita mengelompokkan hal-hal yang tidak sama ke dalam satu kelompok dan menganggap bahwa mereka berada dalam kelompok yang sama, dan mereka semua sama.

Selain hambatan di atas, pesan-pesan verbal yang kita timbulkan atas diri orang lain bisa menimbulkan dampak negatif, oleh karena itu, hindari prinsip-prinsip di bawah ini :

- a. Pembicaraan intern terjadi bila anggota suatu kelompok tertentu berbincang-bincang mengenai masalah kelompok mereka atau menggunakan bahasa kelompok mereka di tengah kehadiran orang lain.
- b. Pembicaraan merendahkan mengacu pada kecenderungan untuk merendahkan orang lain, dan tidak memandang mereka sebagai pihak yang setara.
- c. Dusta menimbulkan masalah komunikasi karena mengurangi kredibilitas, menciptakan ketidakseimbangan psikologis, dan arena dapat mengasingkan si pendusta dari masyarakat.
- d. Berbicara tentang diri sendiri dan pembicaraan lainnya (self talk-other talk), bila dilakukan secara berlebihan menimbulkan masalah komunikasi karena mendistorsi situasi memberi-menerima yang normal.
- e. Gosip, meskipun tak terhindarkan menimbulkan masalah bila ini mengkhianati kepercayaan, tidak benar dan diketahui tidak benar, atau digunakan untuk menyakiti orang lain.
- f. Diskonfirmasi mengacu pada proses dimana kita mengabaikan keberadaan dan komunikasi orang lain. Konfirmasi mengacu

pada proses dimana kita menerima, mendukung dan mengakui pentingnya orang lain.⁷

Beberapa dampak di atas harus dihindari sebagai suatu kebiasaan verbal yang mengganggu. Dengan kita menghindari kebiasaan ini maka komunikasi akan terjalin dan terjadi secara lebih positif.

13.4 Prinsip-Prinsip Bahasa dan Interaksi Verbal

Julia T. Wood dalam Nurudin mengemukakan bahwa ada tiga prinsip dalam interaksi bahasa dan verbal yaitu : interpretasi menciptakan makna, komunikasi adalah aturan yang dipandu, dan penekanan mempengaruhi makna.⁸

a. Interpretasi menciptakan makna

Ada banyak interpretasi yang muncul atas sebuah pernyataan yang dikemukakan secara verbal. Interpretasi sebuah pesan membawa konsekuensi makna yang dipahami. Boleh jadi makna atas sebuah pesan yang sama dipahami secara berbeda oleh diri sendiri dan orang lain.

Perbedaan interpretasi terjadi karena dipengaruhi oleh pengetahuan, latar belakang, kepentingan, tujuan berkomunikasi atau aspek psikologis seseorang. Semua faktor ini mempengaruhi bagaimana makna ditangkap berdasarkan hasil interpretasi yang dibangun dalam pikirannya. Contoh : “Selamat, anda hebat”. Makna kata-kata ini bisa secara tulus memberikan ucapan selamat, bisa juga karena iri disebabkan tidak mampu namun latah ikut-ikutan mengucapkan selamat, menyindir, dan interpretasi lainnya.

Dengan demikian, setiap orang mampu mengucapkan secara verbal sebuah pesan, akan tetapi boleh jadi bermakna lain, tergantung siapa yang memberi arti pesan tersebut. Jadi,

7 Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori Dasar*, h. 30.

8 Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer* (Cet. II; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), h. 127-132.

interpretasi menciptakan makna, dan makna itu berbeda-beda tergantung orang yang menerima pesan tersebut.

b. Komunikasi adalah aturan yang dipandu

Aturan komunikasi (communication rule) adalah pemahaman bersama terhadap makna komunikasi dan macam komunikasi yang cocok atau tidak untuk berbagai situasi. Sebagian besar aturan tidak secara eksplisit atau dibangun dengan sengaja.

Pada sekelompok masyarakat tertentu, ada kesepakatan atau bahasa rahasia yang hanya kelompok itu mengetahuinya. Ini adalah contoh pemahaman bersama. Misalnya, saat saya kuliah, untuk mengatakan mengajak pergi nonton bioskop teman-teman saya punya bahasa khusus. Jika mereka mengatakan, ke perpustakaan yuk?, itu artinya teman itu mengajak untuk menonton bioskop. Dalam pergaulan teman sebaya, biasanya mereka akan mempunyai pemahaman bersama tentang makna komunikasi.

Ada dua aturan yang memandu komunikasi yakni aturan regulatif (regulative rule) dan aturan pokok (constitutive rule). Aturan regulatif merinci kapan, bagaimana, dimana, dan dengan siapa harus berbicara mengenai hal-hal tertentu. Sedangkan aturan pokok menjelaskan apa arti komunikasi dengan mengatakan pada kita bagaimana menilai jenis komunikasi tertentu.

Dalam aturan pokok, ketika seseorang belajar bahwa memberi perhatian dan motivasi dinilai sebagai menunjukkan rasa hormat, memeluk dan mencium menunjukkan kasih sayang, dan menginterupsi dinilai sebagai sikap kasar. Kita juga diajarkan bahwa ketika kita bertepuk tangan maka memberi penegasan bahwa kita mendukung orang itu, dan bertepuk tangan jika ada orang yang ingin berpidato dan meninggalkan mimbar. Itu semua adalah aturan pokok yang menjelaskan arti komunikasi dengan mengatakan pada kita bagaimana menilai jenis komunikasi tertentu.

Jadi, seseorang yang berkomunikasi secara verbal dipandu oleh aturan-aturan tertentu. Bahkan aturan-aturan itu, dapat bisa jadi tidak tertulis hanya karena kesepakatan atau kebiasaan yang berlaku umum di mana komunikasi itu berlangsung. Setiap komunitas mempunyai aturan-aturan tertentu yang tidak diketahui oleh komunitas yang lain. Aturan itu mencerminkan apa yang dia ucapkan, pilihan bahasa seperti apa, bagaimana ekspresinya dan dalam konteks apa pesan itu disampaikan.

Dengan demikian, baik aturan regulatif maupun aturan pokok harus menjadi perhatian bagi orang yang berkomunikasi secara verbal, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam berkomunikasi.

c. Penekanan mempengaruhi makna

Penekanan menjadi sebuah kesepakatan umum dalam komunitas. Dalam berbahasa juga demikian. Bahasa adalah kesepakatan komunitas masyarakat tertentu yang mengakibatkan adanya perbedaan makna antarkomunitas. Contohnya, ketika kita menyebut makan, maka bahasa makan adalah bahasa Indonesia, ketika saya menyebut manre, maka itu adalah bahasa Bugis-Bone dan ketika saya menyebut eat, maka itu adalah bahasa Inggris.

Lain halnya dalam komunikasi secara tertulis. Tanda baca merupakan sebuah penekanan. Tanda titik misalnya, dalam kaidah bahasa tanda titik diartikan sebagai isyarat berhentinya kalimat. Tanda titik juga berarti menjelaskan ide-ide ketika kita memulai dan mengakhiri suatu tulisan. Tanda titik juga berate penekanan pada kalimat yang ditulis. Dengan demikian, penekanan dalam komunikasi akan memberi dan menciptakan makna, sama dengan tanda titik atau tanda baca.

13.5 Aspek Sosial Bahasa dan Interaksi Verbal

Bahasa merupakan institusi sosial. Disebut sebagai institusi sosial, karena bahasa ada disebabkan manusia berinteraksi dalam kelompok-kelompok sosial dan bahasa juga mencerminkan dan mempengaruhi masyarakat, dan bahasa menjadi salah satu bagiannya. Ada beberapa aspek sosial bahasa dan interaksi verbal yaitu menelaah tentang bahasa sebagai institusi sosial, beberapa fungsi dari subbahasa, dan mempelajari tentang tabu dan eufimisme dalam bahasa yang mencerminkan masyarakat yang menggunakannya.⁹ Adapun aspek-aspek tersebut dapat dijelaskan berikut ini:

1. Bahasa sebagai institusi sosial

Bahasa adalah suatu institusi sosial yang dirancang, dimodifikasi, dan dikembangkan oleh orang yang sangat memperhatikan tata bahasa yang baik dan benar, dan bahkan mengistilahkannya sebagai distorsi untuk memenuhi kebutuhan kultur atau subkultur yang terus menerus berubah. Olehnya itu, bahasa dari budaya satu berbeda dengan bahasa dari budaya yang lain, dan sama pentingnya, bahasa dari suatu subkultur berbeda dengan bahasa dari subkultur yang lain.

Subkultur adalah kultur dalam masyarakat yang lebih besar. Tiap-tiap subkultur mengembangkan bahasanya sendiri-sendiri dan mempunyai aturan sendiri untuk interaksi yang efektif.

Setiap individu menjadi anggota dari beberapa subkultur. Tingkat kepentingan afiliasi dengan subkultur tertentu berbeda-beda pada setiap orang, konteks, waktu atau situasi. Contoh, jika seseorang dilahirkan sebagai orang Islam, tetapi tidak menjalankan kewajibannya, maka ia tidak merasa terikat dengan subkultur Islam. Jika orang ini kawin dengan orang Kristen, perasaan keterikatan dengan subkultur ini akan

⁹ Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 157-164.

lebih besar. Oleh karena itu, minat yang sama merupakan subkultur. Dan dengan subkultur akan melahirkan subbahasa. Subbahasa membantu anggota-anggota kelompok untuk saling berkomunikasi. Di samping itu, subbahasa mempunyai fungsi lain. Subbahasa digunakan untuk menunjuk pada bahasa yang khas yang digunakan oleh kelompok atau subkultur tertentu yang ada pada kultur yang lebih besar dan lebih dominan.

2. Fungsi bahasa dari subbahasa

Subbahasa mempunyai banyak fungsi, tergantung pada subkultur, konteks komunikasi, dan variabel bahasa dan nonbahasa lainnya. Berikut ini beberapa fungsi yang lebih umum adalah :

a. Memudahkan komunikasi subkultural

Konsep-konsep yang penting bagi suatu kultur mempunyai banyak istilah. Contohnya, dalam kultur Amerika, uang sangat penting, karena itu memiliki banyak istilah yaitu finances, capital, assets, cash, funds, pocket money, spending money, change, bread, loot, swag, dan lainnya.

Tanpa mengenal kultur tertentu, maka kita tidak dapat menebak konsep penting dalam kultur tersebut hingga kita menelitinya dalam kamus.

Prinsip yang sama berlaku pada subbahasa. Salah satu fungsi subbahasa adalah memberikan sinonim-sinonim yang memudahkan untuk konsep-konsep yang sangat penting bagi suatu subkultur.

b. Sarana identifikasi

Dengan menggunakan subbahasa tertentu, pembicara menunjukkan dirinya sendiri sebagai anggota dari subkultur tersebut. Orang yang berasal dari subkultur tertentu sering melontarkan kata atau frasa asing dalam percakapannya untuk menunjukkan dirinya pada khalayaknya.

c. Menjaga kerahasiaan komunikasi

Subbahasa memungkinkan anggota subkultur saling berkomunikasi dengan menjaga kerahasiaan maknanya dari orang luar. Contohnya, biasanya kita mendengar istilah-istilah tertentu ketika kita masuk di toko-toko Amerika dan hal itu kita tidak sadari. Pramuniaga took biasanya mengelompokkan pengunjung took ke dalam J.L (just looking atau sekedar melihat-lihat), skank (pengunjung murahan), T.O (serahkan kepada pramuniaga toko yang berpengalaman), palooka (pembeli minuman keras).

d. Membuat orang terkesan dan bingung

Salah satu fungsi yang tidak begitu baik dari subbahasa yang dimanfaatkan oleh orang yang profesional adalah membuat orang terkesan dan bingung.

3. Tabu dan eufimisme bahasa

Tabu bahasa mengacu pada perilaku verbal yang terlarang di masyarakat karena sebab-sebab yang tidak selalu jelas, umumnya sebabnya agak kabur dan tampaknya tidak rasional. Bila kita berpikir tentang tabu kita sering membayangkan masyarakat primitive yang menyediakan hukuman bagi mereka yang mengucapkan kata-kata dan ungkapan-ungkapan tertentu. Akan tetapi, tabu bahasa bersifat universal, semua bahasa dan kelompok masyarakat mempunyai tabu bahasa yang terlekat dalam struktur sosial mereka.

Selain tabu bahasa, eufimisme juga menjadi fungsi subbahasa. Eufimisme adalah ungkapan-ungkapan yang digunakan untuk menggantikan ungkapan-ungkapan tabu. Eufimisme seringkali terlalu sopan. Eufimisme adalah kata-kata manis yang dirancang untuk menggantikan ungkapan tabu dan untuk memmaniskan topik yang tidak menyenangkan atau tidak dikehendaki. Contohnya, di Indonesia, kelas termurah untuk angkutan pesawat adalah kelas ekonomi.

Latihan :

1. Apa yang dimaksud dengan komunikasi verbal?
2. Jelaskan hambatan-hambatan dalam komunikasi verbal!
3. Sebutkan dan jelaskan prinsip-prinsip dalam interaksi bahasa dan verbal!
4. Jelaskan beberapa aspek sosial bahasa dan interaksi verbal!
5. Menurut anda, bagaimana cara mengefektifkan komunikasi verbal?

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BAB XIV

KOMUNIKASI NONVERBAL

A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah

Bab ini membahas tentang proses komunikasi secara Nonverbal.

B. Pedoman Mempelajari Materi

Pahami dengan jelas isi materi mengenai proses komunikasi secara Nonverbal.

C. Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan pengertian dan proses komunikasi secara Nonverbal.

Materi Kuliah:

14.1 Definisi Komunikasi Nonverbal

Pada umumnya orang-orang hanya mengetahui komunikasi verbal. Namun, tanpa kita sadari selain berkomunikasi secara verbal, selalu disertai dengan komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal berfungsi sebagai penegasan dari pesan verbal yang kita sampaikan. Misalnya, saat kita berbicara dihadapan umum, tanpa disadari kita juga menggerakkan tangan kita. Gerakan tangan itulah yang dinamakan bahasa nonverbal.

Perilaku nonverbal atau bahasa tubuh adalah gerakan-gerakan yang menunjukkan kata-kata secara psikologis, perilaku-perilaku nonverbal di tafsirkan sebagai ekspresi keadaan individu, seperti emosi individu. orang merasa sedih yaitu sebagai emosi internal, dan oleh karena itu ia menangis yaitu sebagai perilaku nonverbal

Bahasa tubuh merupakan proses pertukar pikiran dan gagasan dimana pesan yang disampaikan dapat berupa syarat, ekspresi wajah, pandangan mata, sentuhan, artifak, diam, waktu, suara, serta postur dan gerakan tubuh.

Hal menarik dari kode nonverbal adalah studi Albert Mehrabian (1971) yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7 persen berasal dari bahasa verbal, 38

persen dari vokal suara, dan 55 persen dari ekspresi muka. Ia juga menambahkan bahwa jika terjadi pertentangan antar apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya, orang lain cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat non-verbal.¹

14.2 Ciri Komunikasi NonVerbal

Joseph A. Devito pernah mengungkapkan, ada enam ciri dari komunikasi nonverbal, yakni:²

1. Pesan Nonverbal bersifat komunikatif

Pada sebuah rapat, saat seseorang menguap atau sering memandang keluar jendela, mengartikan bahwa orang tersebut sudah bosan mengikuti rapat. Jadi, pesan-pesan dalam komunikasi nonverbal itu komunikatif atau mengomunikasikan sesuatu.

2. Pesan Nonverbal itu Kontekstual

Prilaku nonverbal yang sama mengomunikasikan makna yang berbeda dalam konteks yang berbeda pula. Mengedipkan mata pada wanita cantik di bis, mengedipkan mata pada seorang lelaki di warung kopi, mengedipkan mata pada isteri, tentu akan memberikan makna yang berbeda. Padahal tindakan yang dilakukan sama, mengedipkan mata.

3. Pesan Nonverbal itu Sebuah Paket

Coba anda perhatikan komunikator yang berpidato di depan publik. Pada saat dia berbicara, dia tampak menggoyangkan kepala dan tangannya. Bahkan gerakan tersebut, sesuai dengan apa yang diucapkan. Hal tersebut mengungkapkan bahwa, pesan nonverbal itu bersifat satu paket.

4. Pesan Nonverbal dapat Dipercaya

Ungkapan yang mengatakan bahwa, mulut bisa saja berbohong namun mata tidak dapat berbohong nampaknya memang betul. Pada saat orang mengatakan bahwa dia tidak sedih,

1 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.116.

2 Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 138-144.

namun matanya berkaca- kaca, artinya dia sedang berbohong.

5. Pesan Nonverbal dikendalikan oleh Aturan

Menurut McLaughlin (1984) Komunikasi nonverbal dikendalikan oleh aturan tertentu. Aturan- aturan itu bisa dikarenakan adanya budaya masyarakat setempat. Karena setiap budaya, berbeda dalam setiap aturannya. Seorang anak belajar kaidah-kaidah kesopanan pergaulan memakai bahasa nonverbal melalui pengamatan perilaku orang dewasa. Kita sering kali tidak sengaja mempelajari aturan perilaku nonverbal ini. Bisa juga kita menirunya dengan tidak menyadarinya dan sebagian besar berdasar melalui pengamatan atas orang lain.

6. Pesan Nonverbal Bersifat Metakomunikasi

Contoh sederhana tentang metakomunikasi misalnya, saat kita mengirimkan komentar di forum media sosial. Kemudian anda menuliskan pesan dengan nada sinis, mencaci atau hal lainnya, tetapi di akhir kalimat anda menyertakan ikon tertawa. Dengan mengirimkan ikon tertawa, ada pesan lain yang mengikuti komentar anda. Pesan yang terungkap sebenarnya adalah, anda sedang menyampaikan humor, bukan sikap sinis atau cacian. Kedudukan ikon tertawa itu disebut dengan metapesan atau pesan tentang pesan.

14.3 Fungsi Komunikasi NonVerbal

Ada beberapa fungsi komunikasi nonverbal, diantaranya:

1. Perilaku nonverbal dapat mengulangi/ repetisi perilaku verbal. Seperti hal yang sering kita lakukan, bahwa menganggukkan kepala kita pada saat mengatakan “iya” dan akan menggelengkan kepala kita pada saat mengatakan “tidak”.
2. Memperteguh, menegakkan, atau melengkapi perilaku verbal. Misalnya kita melambaikan tangan pada saat mengucapkan “selamat jalan”, “sampai jumpa” dan sebagainya ketika itu kita akan melakukan gerakan pada tangan.
3. Perilaku nonverbal dapat menggantikan perilaku verbal

Menggoyangkan tangan atau telapak tangan menghadap kedepan ini bermaksud sebagai pengganti kata “tidak”. Atau menunjuk dengan jari telunjuk kearah ruang depan untuk menjawab pertanyaan dari seseorang yang bertanya.

4. Perilaku nonverbal dapat meregulasi perilaku verbal. Misalnya anda sebagai pembaca mengenakan jaket atau membereskan buku buku, atau jam tangan anda ketika waktu kuliah sudah berakhir, sehingga dosen segera menutup kuliahnya.
5. Perilaku nonverbal dapat membantah atau bertentangan dengan verbal. Misalnya seorang suami mengatakan “bagus bagus” ketika diminta komentar oleh isterinya mengenai baju yang baru dibelinya, sementara ekspresi wajahnya mengkerut. Atau seorang dosen melihat jam tangannya dua tiga kali, pada hal tadi ia mengatakan bahwa ia mempunyai waktu untuk berbicara dengan anda sebagai mahasiswanya.

14.4 Bentuk – Bentuk Komunikasi Nonverbal

Dari berbagai studi yang pernah dilakukan sebebblumnya, kode nonverbal dapat dikelompokkan dalam beberapa bentuk, antara lain:³

1. Kinesics

Ialah kode nonverbal yang ditunjukkanoleh gerakan- gerakan badan. Gerakan- gerakan badan bisa dibedakan atas lima macam.

- a. Emblems

Emblems ialah isyarat yang berarti langsung pada symbol yang dibuat oleh gerakan badan. Misalnya mengangkat jari V yang artinya Victory atau menang, mengangkat jempol yang artinya terbaik untuk orang Indonesai, tetapi terjelek bagi orang India.

- b. Illustrators

Ialah isyarat yang dibuat dengan gerakan- gerakan badan

³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h.119.

yang menjelaskan sesuatu, misalnya besarnya barang atau tinggi rendahnya suatu objek yang dibicarakan.

c. Affect Displays

Ialah isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi muka, misalnya tertawa, menangis, tersenyum, sinis dan sebagainya. Hampir semua bangsa di dunia melihat perilaku tertawa dan senyum sebagai lambing kebahagiaan, dan menangis dilambangkan sebagai tanda kesedihan.

d. Regulators

Regulators ialah gerakan- gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala, misalnya mengangguk tanda setuju atau menggeleng tanda menolak.

e. Adaptor

Adaptor ialah gerakan badan yang dilakukan sebagai tanda kejengkelan. Misalanya menggerutu, mengepalkan tinju ke atas meja, dan sebagainya.

2. Gerakan Mata (Eye Gaze)

Mata adalah komunikasi yang paling berarti dalam memberi isyarat tanpa kata. Ungkapan “ pandangan mata mengundang” atau lirikan matanya memiliki arti adalah isyarat yang ditimbulkan oleh gerakan- gerakan mata. Bahkan ada yang menilai bahwa gerakan mata adalah pencerminan isi hati seseorang.

3. Sentuhan (Touching)

Touching ialah isyarat yang dilambangkan dengan sentuhan badan. Menurut bentuknya sentuhan badan dibagi atas tiga macam berikut.

a. Kinesthetic

Kinesthetic ialah isyarat yang ditunjukkan dengan bergandengan tangan satu sama lain, sebagai symbol

keakraban atau kemesraan.

b. Sociofugal

Sociofugal ialah isyarat yang ditunjukkan dengan jabat tangan atau saling merangkul. Umumnya orang Amerika dan Asia Timur dalam menunjukkan persahabatan ditandai dengan jabat tangan, sedangkan orang Arab dan Asia Selatan menunjukkan persahabatan lewat sentuhan pundak dengan pundak atau berpelukan.

c. Thermal

Thermal ialah isyarat yang ditunjukkan dengan sentuhan badan yang terlalu emosional sebagai tanda persahabatan yang begitu intim. Misalnya menepuk punggung karena sudah lama tidak bertemu.

4. Paralanguage

Paralanguage ialah isyarat yang ditimbulkan dari tekanan atau irama suara sehingga penerima dapat memahami sesuatu dibalik apa yang diucapkan. Misalnya “datanglah” bisa diartikan betul-betul mengundang kehadiran kita atau sekedar basa-basi.

5. Diam

Berbeda dengan tekanan suara, sikap diam juga merupakan kode nonverbal yang mempunyai arti. Max Picard menyatakan bahwa diam tidak semata-mata mengandung arti bersikap negative, tetapi bisa juga melambangkan sikap positif.

6. Postur Tubuh

Orang lahir ditakdirkan dengan berbagai bentuk tubuh. Well dan Siegel (1961) dua orang ahli psikologi melalui studi yang mereka lakukan, berhasil menggambarkan bentuk-bentuk tubuh manusia dengan karakternya. Kedua ahli ini membagi bentuk tubuh manusia dengan karakternya. Kedua ahli ini

membagi bentuk tubuh atas tiga tipe, yakni ectomorphy bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh kurus tinggi, mesomorphy bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh tegap, tinggi dan atletis, dan endomorphy bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh pendek, balut, dan gemuk.

7. Kedekatan dan Ruang (Proximity and Spatial)

Proximity adalah kode nonverbal yang menunjukkan kedekatan dari dua objek yang mengandung arti. Proximity dapat dibedakan atas territory atau Zone. Edward T.Hall (1959) membagi kedekatan menurut territory atas empat macam, yakni:

- a. Wilayah intim (rahasia), yakni kedekatan yang berjarak antara 3- 18 inchi.
- b. Wilayah Pribadi, ialah kedekatan yang berjarak antara 18 inchi hingga 4 kaki.
- c. Wilayah Sosial, ialah kedekatan yang berjarak antara 4 sampai 12 kaki.
- d. Wilayah umum (publik), ialah kedekatan yang berjarak antara 4 sampai 12 kaki atau sampai suara kita terdengar dalam jarak 25 kaki.

8. Wajah

Umumnya kita bereaksi terhadap wajah seseorang secara holistik. Artinya, ketika kita melihat wajah seseorang, kita mendapatkan kesan keseluruhannya dan jarang memikirkan ciri- ciri khususnya. Pada umumnya, manusia mengetahui ekspresi wajah tersenyum menandakan kegembiraan dan menangis menandakan kesedihan. Kita dapat dengan mudah mengetahui kondisi yang dialami oleh seseorang dari ekspresi wajahnya. Perhatikan gambar berikut:



Gambar diatas menunjukkan beberapa contoh ekspresi wajah yang mungkin akan timbul saat kita berkomunikasi.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

Latihan :

1. Apa yang dimaksud dengan komunikasi nonverbal?
2. Jelaskan ciri komunikasi nonverbal!
3. Sebutkan dan jelaskan bentuk- bentuk komunikasi nonverbal!
4. Jelaskan perbedaan komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal!
5. Menurut anda, yang manakah yang lebih efektif digunakan, komunikasi verbal ataukah komunikasi nonverbal?

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Halim. Budaya Perdamaian dalam Al-Qur'an dalam Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur'an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014. Diakses pada tanggal 7 November 2018.
- Ahmad, Amrullah. Dakwah Islam dan Perubahan Sosial: Suatu Kerangka Pendekatan dan Permasalahan dalam Amrullah Ahmad, Dakwah Islam dan perubahan Sosial. Yogyakarta: PLP2M, 1993.
- Arabi, Khairi Syekh Maulana. Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivistis Dakwah. Cet I; Yogyakarta: Laksana, 2017.
- Arifin, M. Psikologi Dakwah. Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Asep, Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei. Metode Pengembangan Dakwah. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Aziz, Moh. Ali. Ilmu Dakwah. Cet.VI; Jakarta: Kencana, 2017.
- Azra, Azumardi. Menuju Masyarakat Madani. Jakarta: Rosda Karya, 1999.
- Azwar, Welhendri. Sosiologi Dakwah. Padang: Imam Bonjol Press, 2014.
- Bisri, Adib dan Munawwir AF. Kamus al-Bisri. Jakarta: Pustaka Progresif, 2000.
- Bungin, M. Burhan. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2007.
- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Devito, Joseph A. Human Communication, Alih bahasa Agus Maulana, Komunikasi Antarmanusia. Jakarta: Professional Books, 1997
- Hamriani HM. Organisasi dalam Manajemen Dakwah, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, No. 2, Desember 2013. Diakses tanggal 4 Oktober 2018.
- J. Winardi, Teori Organisasi dan Pengorganisasian. Jakarta: Raja

- Grafindo Persada, 2003.
- Juhari. Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah dalam Jurnal al-Bayan : Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah, Vol. 21, No. 32, Juli-Desember 2015., h. 31. Diakses pada tanggal 6 November 2018.
- Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. Tafsir Al-Qur'an Tematik: Komunikasi dan Informasi. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2011.
- Lois M. Munjidlial-Lughah wa A'lam. Beirut: Dar Fikr, 1986.
- Ma'arif, Bambang S. Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi. Cet. I; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Madani, Abubakar. Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi terhadap Peran Manusia sebagai Khalifah di Muka Bumi dalam Jurnal Lentera Vol. I, No.1, Juni 2016, h. 5-6. Diakses pada tanggal 6 November 2018.
- Masri, Abdul Rasyid. Konsepsi Dakwah dalam Pembangunan Masyarakat Madani Indonesia (Refleksi atas Realitas Dakwah Rasulullah Membangun Masyarakat Madinah) dalam Jurnal Tasamuh, Volume 14, No. 2, Juni 2017. Diakses pada tanggal 8 November 2018.
- Muammar dan Darmoko, Puji Dwi. "Pendidikan Pesantren dan Nilai Budaya Damai". Jurnal Madaniyah. Edisi VIII, Januari 2015.
- Munir dan Wahyu Ilahi. Manajemen Dakwah. Cet. II; Jakarta: Kencana, 2009.
- Nasuka. Teori Sistem sebagai Salah Satu Alternatif Pendekatan dalam Ilmu-Ilmu Agama Islam. Cet. I; Jakarta: Prenadamedia, 2005.
- Noortyani, Rusma. "Bertoleransi Ciptakan Perdamaian" <https://kip.kapuaskab.go.id/berita/read/581/bertoleransi-ciptakan-perdamaian>
- Nurudin. Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

- Pimay, Awaluddin. *Manajemen Dakwah: Suatu Pengantar*. Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013.
- _____. *Metodologi Dakwah: Kajian Teoritis dari Khazanah Al-Qur'an*. Cet. I; Semarang: Rasail, 2006.
- _____. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah* Prof. KH. Saifuddin Zuhri. Cet. I; Semarang: Rasail, 2005.
- _____. *Tokoh-Tokoh Dakwah: Konsepsi, Aplikasi dan Naluri Dakwah*. Cet. I; Semarang: Absor, 2009.
- Ruben, Brent D, Lea p. Stewart. *Komunikasi dan Prilaku Manusa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Saleh, Abd. Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 1997.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Shihab, Alwi. *Islam Inklusif: Menuju Sikap Terbuka dalam Beragama* (Cet. II; Bandung: Mizan, 1998.
- Shihab, M. Quraish. *Lentera al-Qur'an, Kisah dan Hikmah Kehidupan*. Bandung: Mizan, 2008.
- _____. *Tafsir al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- _____. *Membumikan al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 2006.
- Tahir bin 'Asyur, Syaikh Muhammad. *al-Tahrir wa al-Tanwir*, dalam *Software al-Maktab al-Syamilah al-Isdar al-Sani*, Juz 14.
- Tahir, Lukman S. *Studi Islam Interdisipliner: Aplikasi Pendekatan Filsafat, Sosiologis, dan Sejarah*. Yogyakarta: Qirtas, 2004.
- Uswatusolihah, Uus. *Pendekatan Sistem dalam Mengkaji Dakwah Islam* *Jurnal Komunika* Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2007 Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018.
- Vardiansyah, Dani dan Erna Febriani. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Jakarta: indeks, 2018.
- Winardi. *Kamus Ekonomi*. Bandung: Mandar Maju, 1998.
- Yazid, Yasril dan Nur Alhidayatillah. *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Cet. I; Depok: Rajawali Pers, 2017.

Zaini, Ahmad. Peranan Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam dalam Jurnal Community Development, Vol.1, No.1, Juni 2016, h. 149. Diakses pada tanggal 8 November 2018.

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

BIODATA PENULIS



A. Nur Aisyah Rusnali, S.Sos, M.I.Kom, lahir di Bone tanggal 11 Oktober tahun 1988. Menyelesaikan Sarjana tahun 2010 di Universitas Hasanuddin, Jurusan Ilmu Komunikasi, dan Magister di Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin dengan jurusan yang sama tahun 2015. Tahun 2013, aktif sebagai pengurus organisasi Gerakan Pemuda ESQ 165 Makassar. Dan saat ini aktif sebagai pengajar di Jurusan Dakwah Komunikasi dan Ushuluddin, Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Bone. Dilahirkan dan dibesarkan oleh orang tua yang berprofesi sebagai Guru, menjadikan penulis selalu tertarik pada dunia pendidikan. Prinsip hidup penulis, kebaikan dan keburukan tidak akan pernah berjalan beriringan, jika ingin memperoleh kebaikan, maka lakukan yang baik pula. Mari terus berkarya tanpa harus merendahkan apalagi menjatuhkan orang lain. Karena untuk sampai di puncak, anak tangga itu tidak cuma satu, tapi banyak.

MNC PUBLISHING

BIODATA PENULIS



Samsinar lahir di Watampone, Kabupaten Bone pada tanggal 20 Juli 1977. Pendidikan formal diselesaikan di daerah kelahiran antara lain Sekolah Dasar Negeri 7 Watampone pada tahun 1989, Madrasah Tsanawiyah Negeri Watampone pada tahun 1992 dan Madrasah Aliyah Negeri 2 Watampone pada tahun 1995.

Melanjutkan perkuliahan di IAIN Alauddin Makassar Fakultas Tarbiyah Jurusan Pendidikan Agama Islam dan selesai pada tahun 2000 dan pada almamater yang sama melanjutkan studi S2 Konsentrasi Sejarah Islam dan Komunikasi Islam pada tahun 2001 dan alhamdulillah selesai pada tahun 2003.

Setelah menyelesaikan studi S2 pada tahun 2003 penulis menjadi Dosen Luar Biasa pada Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone dan pada tahun itu juga penulis diangkat menjadi Dosen Tetap pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Watampone. Selama bertugas di STAIN Watampone, pada tahun 2013-sekarang diamanahkan sebagai Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pada Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Watampone. Tahun 2014, penulis menyelesaikan program S3 di UIN Alauddin Makassar, Program Studi Dirasah Islamiyah, Konsentrasi Pendidikan dan Keguruan.

Selain aktif di dunia pendidikan, juga aktif di organisasi Muhammadiyah yaitu Pengurus Aisyiyah Kabupaten Bone Pada Majelis Tabligh sampai sekarang. Sebagai akademisi, penulis membuat beberapa karya ilmiah diantaranya Integralisasi Perspektif Gender dalam Pendidikan Pesantren (Studi tentang Prospek dan Problem Pendidikan Pesantren As'adiyah dalam Merespon Diskursus Gender) (Penelitian Kolektif DIPA STAIN Watampone Tahun 2006), Pengelolaan Kegiatan Pembelajaran Berbasis Teknologi Pembelajaran (Jurnal Kependidikan Didaktika Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone Tahun 2008), Gender dan Strategi Pengarusutamaannya Perspektif

Keindonesiaan (Review Book dalam Jurnal An-Nisa PSW STAIN Watampone Tahun 2009), Konsep al-Ghazali tentang Pendidikan Islam (Jurnal Kependidikan Didaktika Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone Tahun 2010), Pengembangan Potensi Keberagaman Anak (Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan al-Afkar LP3K Kab. Bone Tahun 2011), Pembelajaran Perspektif Gender (Internalisasi Nilai-Nilai Gender dalam Pembelajaran) (Jurnal An-Nisa PSW STAIN Watampone Tahun 2011), Optimalisasi Multiple Intellegernce Pada anak Usia Dini (Studi Psikologis di RA Rabbani Watampone tahun 2012), Pengorganisasian dalam Pembelajaran (Jurnal Kependidikan Didaktika Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone Tahun 2013), Penerapan Multimedia dalam Pembelajaran Bahasa (Studi Analisis Psikologis Pada Bimbingan Belajar JILC Watampone) (Penelitian Kolektif P3M STAIN Watampone Tahun 2013), Analisis Paedagogis Model ASSURE dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (Penelitian BKD STAIN Watampone Tahun 2013), Korelasi Strategi Multiple Intellegences dengan Kualitas Pembelajaran PAI pada SMPN di Watampone (Disertasi Tahun 2014), Mendesain Pembelajaran dengan Model ASSURE (Jurnal Didaktika Vol. 1 Tahun 2014), Urgensi Manajemen Display Class dalam meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik (Jurnal Didaktika Vol. 2 Tahun 2014), Efektivitas Dakwah Islam melalui Media Televisi (Jurnal ad-Din DKU Tahun 2015), Penerapan Pendidikan Berbasis Keberbakatan (Analisis Psikologis Pengembangan Bakat Siswa di SDN 10 Unggulan Manurunge Watampone) (Prosedding Internasional, ICCOSS 2016), Efektivitas Scientific Approach (Pendekatan Sainifik) terhadap Peningkatan Aktivitas Belajar Peserta Didik Pada Madrasah Ibtidaiyah di Watampone (Penelitian Kolektif DIPA STAIN Watampone, 2017).

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING

MNC PUBLISHING