

BAB II

LANDASAN TEORI

Setiap penelitian memerlukan kejelasan sebagai dasar untuk memecahkan atau menyoroiti masalah yang ada. Oleh karena itu, landasan teori perlu disusun, yang mencakup pokok-pokok pikiran untuk menggambarkan perspektif mana yang akan digunakan dalam menganalisis masalah penelitian. Adapun teori yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah:

A. Teori Metode dan Strategi Dakwah Kultural

1. Metode-metode Dakwah

Metode dakwah menurut Suhandang (2014) merupakan cara untuk mencapai tujuan dakwah. Untuk memahami prinsip metode dakwah, penting untuk memperhatikan firman Allah Swt dan Hadits Nabi Muhammad Saw:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

“Serulah [manusia] kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”

[Q.S. An-Nahl 16: 125].

Dari ayat tersebut, dapat dipahami bahwa terdapat tiga prinsip umum dalam metode dakwah Islam, yaitu: metode hikmah, metode Mau’idzah Hasanah, dan metode mujadalah *bil-hikmah*.¹ Dalam

¹ Suhandang, *Strategi Dakwah Peneapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 97.

Suhandang (2014) Banyak ulama memberikan berbagai penafsiran terhadap ketiga prinsip metode tersebut, di antaranya adalah:

1. Metode Hikmah menurut Syeh Mustafa *Al-Maroghi* diartikan sebagai perkataan yang tegas dan jelas, disertai dengan argumen yang mampu memperjelas kebenaran dan menghilangkan keraguan. Metode hikmah digunakan untuk mengajak atau menyeru orang-orang yang memiliki intelektualitas, pengetahuan, atau pendidikan yang tinggi. Dalam konteks ini, pendakwah perlu menyampaikan materi dakwah dengan penjelasan dan alasan yang disampaikan secara bijak, tanpa terkesan menggurui. Dengan pendekatan ini, dakwah akan lebih mudah diterima dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Metode Mau'izah Hasanah menurut Ibnu Syayyidiqi adalah Memberi peringatan kepada orang lain dengan menyebutkan pahala dan siksa yang dapat menyentuh hati dan menimbulkan kesadaran. Metode ini ditujukan untuk mempengaruhi orang-orang yang cenderung mengikuti tradisi dan belum memiliki kemampuan berpikir kritis. Pesan disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan seringkali mengacu pada nilai-nilai adat istiadat.
3. Metode Mujadalah menurut Imam Ghazali dalam kitabnya *Ikhyā Ulumuddīn* Menegaskan agar mereka yang terlibat dalam tukar pikiran tidak melihat satu sama lain sebagai lawan, melainkan sebagai teman yang saling membantu dalam mencari kebenaran. Metode ini menyasar individu yang memiliki tingkat pendidikan dan sosial

ekonomi menengah, yang sudah mampu berpartisipasi dalam pertukaran ide secara konstruktif.

Itulah salah satu pandangan sebagian mufassirin tentang tiga prinsip metode dakwah tersebut. Selain metode-metode tersebut, Nabi Muhammad Saw juga bersabda: "Siapa di antara kalian yang melihat kemungkaran, hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya. Jika tidak mampu, ubahlah dengan lisannya. Jika masih tidak mampu, ubahlah dengan hatinya. Dan itu adalah selemah-lemah iman." [H.R. Muslim]. Menurut Suhandang (2014) Dari hadis tersebut terdapat tiga tahapan metode yaitu:

1. Metode dengan tangan [*Bilyadī*], Dalam hal ini, "tangan" bisa dipahami secara literal sebagai tindakan langsung terhadap kemungkaran yang dihadapi. Namun, "tangan" juga bisa diartikan sebagai kekuasaan atau otoritas. Metode dengan menggunakan kekuasaan sangat efektif jika dijalankan oleh seorang penguasa yang memiliki semangat dakwah.
2. Metode dakwah dengan lisan [*billisan*], Yang dimaksud adalah dengan menggunakan kata-kata yang lembut dan mudah dipahami oleh *mad'u*, bukan dengan kata-kata yang keras dan menyakitkan hati.²
3. Selain metode-metode tersebut, pendekatan yang paling utama adalah *bil uswatun hasanah*, yakni memberikan contoh perilaku yang baik dalam semua aspek. Keberhasilan ajaran Nabi Muhammad SAW

² Ibid., 98.

sangat dipengaruhi oleh akhlak beliau yang luhur, yang terlihat dalam kehidupan sehari-harinya. Khatib harus menjadi contoh yang baik dalam kehidupan sehari-hari.

2. Teori Strategi Dakwah

Strategi atau kerja dakwah amat luas, seluas seluruh aspek kehidupan manusia, karena itu, kegiatan dakwah harus dapat dikonkritkan dan dikemas agar efektif dan efisien. Secara empirik kegiatan dakwah selama ini masih bersifat parsial, dan hanya indentik ceramah di atas mimbar dan sebagainya, padahal dakwah tidak demikian adanya. Kegiatan dakwah dalam tataran praktis sangat bervariasi, tidak hanya berorientasi pada ceramah di mimbar, akan tetapi mencakup seluruh pergerakan dan aktivitas seorang Muslim, dalam koridor memperkenalkan dan mengamalkan ajaran Islam secara konsisten, baik melalui tutur kata, cara berbusana, keteladanan akhlak, pemberdayaan masyarakat, tulisan dan sebagainya.³

Jadi, strategi dakwah dapat dipahami sebagai setiap ucapan, ide, sikap dan perilaku seorang Muslim baik secara mikro maupun makro yang didasari dengan niat yang baik untuk menyeru, mengajak atau memotivasi orang lain agar dapat menerima Islam sebagai pandangan dan panduan hidupnya dapat disebut sebagai aktivitas dakwah. Namun demikian, untuk memudahkan kita dalam memahami bentuk-bentuk

³ M. Yunan Yusuf, "Dakwah Bil Al-Hal," *UIN Syarif Hidayatullah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 03 (2001): 55.

kerja dakwah di lapangan, maka paling tidak ada tiga strategi dakwah menurut Ali Mustofa Yaqub (2008) diantaranya sebagai berikut:

1. Dakwah *bi al-Hal*

Dakwah *bi al-hal* terdiri dari dua suku kata yaitu “dakwah dan *al-hal*”. Dakwah sebagaimana yang telah disebutkan di atas, secara sederhana diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan setiap Muslim untuk menyeru, mengajak, mengajar atau memotivasi orang lain agar semakin siap menerima Islam sebagai pedoman hidupnya tanpa ada paksaan. Selanjutnya, *bi al-Hal* atau *al-Hal* merujuk pada sesuatu yang nyata atau realistis. Oleh karena itu, dakwah *bi al-Hal* diartikan sebagai aktivitas dakwah yang dilakukan dalam bentuk yang konkret dan nyata, tanpa melibatkan penggunaan kata-kata atau ucapan.⁴

Terlepas dari istilah diatas baik *bi al-Hal* maupun *al-Harakah* berikut pandangan sejumlah ahli tentang esensi dakwah *bi al-Hal* diantaranya:

- a) Menurut M. Tata Taufik, dakwah *bi al-Hal* adalah metode dakwah yang dilakukan oleh da'i dengan cara langsung terlibat dalam kehidupan sosial umat. Contohnya termasuk mendukung program pemerintah, seperti dalam bidang kesehatan, ekonomi, dan lain-lain.⁵

⁴ Ali Mustofa Yaqub, *Sejarah Dan Metode Dakwah Nabi* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008), 215.

⁵ M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam, Kritik Terhadap Konsep Komunikasi Barat* (Bandung: Mizan, 2004), bk. 70.

- b) Musdah Mulia menyatakan Dakwah *bi al-Hal* pada dasarnya lebih fokus pada pengembangan masyarakat, terutama dalam memenuhi kebutuhan orang-orang yang kurang beruntung akibat kemiskinan, suku, diskriminasi kelas sosial, usia, gender, atau bahkan agama.⁶
- c) Acep Arifuddin lebih jauh menyebutkan dakwah *bi al-Hal* Esensinya adalah hubungan antara da'i dan umat bersifat kemitraan, bukan ketergantungan. Dengan demikian, diharapkan akan terbentuk masyarakat yang mampu berpikir kritis terhadap diri mereka sendiri dan lingkungan sekitar.⁷
- d) Anwar Masy'ari mengemukakan, secara teoritis, dakwah *bil al-Hal* disebut pula dengan istilah dakwah *bi al-Qudwah* yang berarti dakwah praktis dengan cara menampilkan akhlakul karimah (Akhlak yang luhur).⁸
- e) Harun Al-Rasyid lebih jauh menyebutkan dakwah *bi al-Hal* memiliki cakupan yang cukup luas, Ruang lingkupnya. Ini mencakup semua persoalan yang berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia, terutama yang berhubungan dengan kebutuhan fisik, material, dan ekonomi.⁹

⁶ Siti Musdah Mulia, *Muslimah Reformis, Perempuan Pembaharu Keagamaan*. (Bandung: Mizan, 2004), bk. 89.

⁷ Acep Arifuddin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'I Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama Di Kaki Ciremai* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), bk. 200.

⁸ Anwar Masy'ari, *Butir-Butir Problematika Dakwah Islamiyah* (Surabaya: bina ilmu, 1993), bk. 45.

⁹ Harun Ar-Rasyid, *Pedoman Pembinaan Dakwah Bil-Hal* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1989), bk. 48.

Mencermati sejumlah pandangan di atas dapat disimpulkan bahwa esensi dari dakwah *bi al-Hal* dan *al-Harakah* adalah perpaduan gerakan dakwah antara teoritis dan praktis baik bentuknya pemberdayaan atau pendampingan umat melalui berbagai tindakan nyata yang tujuannya untuk merubah umat (*sosial of change*) seperti dalam bidang akhlak, ekonomi, politik, sosial, kesehatan, pendidikan, lingkungan hidup dan sebagainya.

Karena itu, model dakwah seperti ini lebih menitikberatkan pada kebutuhan dan kondisi sosiologis umat dakwah. Sebagai contoh dakwah *bi al-Hal* dalam masalah pendidikan kepada masyarakat, bisa diwujudkan dalam bentuk penyediaan tempat belajar, pendampingan, penyediaan tenaga pendidik dan seterusnya. Kegiatan dakwah dalam bidang pendidikan paling tidak diarahkan untuk memengaruhi tiga aspek perubahan pada umat, yakni aspek sikapnya (*attitude*), aspek pengetahuannya (*knowledge*), dan aspek pengetahuannya (*behavioral*).¹⁰ Pendapat yang hampir sama dikemukakan Jalaludin Rahmat bahwa menurutnya ketiga proses perubahan tersebut pada masyarakat meliputi efek kognitif hal ini berkaitan dengan perubahan pada apa yang dipahami, diketahui, atau dipersepsi umat. Efek ini berhubungan dengan penyampaian keterampilan, pengetahuan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif terjadi ketika terdapat perubahan yang memengaruhi emosi, sikap, atau nilai seseorang.

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Kencana, 2004), bk. 129.

Sedangkan efek perilaku merujuk pada perubahan dalam tindakan nyata, termasuk pola perilaku, aktivitas, atau kebiasaan.¹¹

2. Dakwah *bi al-Lisan*

Bentuk dakwah dalam konteks ini adalah sebuah metode dakwah yang diperankan dalam bentuk kata-kata atau lisan, baik dilakukan dalam bentuk ceramah di mimbar, *talk show*, seminar, simposium, sarasehan, diskusi, dan sebagainya.¹² Bentuk dakwah *bi al-Lisan* ini misalnya dapat ditemukan dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (*QS. Thaha* [20]:44)

Dalam hal ini, Nabi Musa a.s. diperintahkan agar berdakwah kepada Fir'aun dengan lisan (perkataan) yang lembut, jauh dari kata-kata kasar, dan sejenisnya, agar Fir'aun bisa tertarik dalam menerima dakwah tersebut. Bentuk dakwah dengan lisan yang diiringi kelembutan dan jauh dari hujatan akan membuat umat terkesan dari dakwah yang disampaikan oleh para da'i.¹³

Secara terminologis, dirumuskan oleh para ahli antara lain adalah sebagai berikut: Tablig dengan istilah *al- 'Ilam* berarti.

¹¹ Jalaludin Rahmat, *Komunikasi Antar Budaya* (Bandung: Mizan, 2010), bk. 83.

¹² Yaqub, *Sejarah Dan Metode Dakwah Nabi*, 217.

¹³ Evy Nurhidayah, “Dakwah Kiai Kampung Dan Corak Pemahaman Keagamaan Masyarakat (Studi Di Desa Ngampel Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)” 16, no. 1 (2023): 32.

- a) Memberikan informasi dan berita yang akurat kepada manusia, termasuk pengetahuan ilmiah dan fakta yang benar, untuk membantu mereka membentuk pemikiran dan pandangan dalam menghadapi tantangan.
- b) Menyampaikan ajaran dasar terkait akidah, termasuk ketauhidan dan ajaran ubudiyah lainnya, berdasarkan al-Qur'an dan As-Sunnah.
- c) Ilmu yang membahas tentang cara menyampaikan ajaran Islam dengan berbagai cara dan metode ilmiah, melalui jalan *iqtibash* (induksi), atau penelitian eksperimen (*istiqra'i*).¹⁴

Dari sini kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa da'i adalah orang yang melakukan pergerakan dakwah dengan seluruh potensi (kemampuan) yang ia miliki, baik melalui tulisan, lisan, maupun dengan akhlak, yang bertujuan agar orang lain dapat mengikutinya ke jalan Islam yang paripurna. Sementara mubalig adalah orang yang menyampaikan dakwah melalui lisan semata.

3. Dakwah *bi al-Qalam*

Dakwah *bi al-Qalam* artinya dakwah yang disampaikan melalui tulisan, baik melalui buku cetak, surat kabar, jurnal, majalah, atau media sosial seperti facebook, twitter, whatsapp, instagram, dan lain sebagainya. Nabi Adam a.s. sebagai manusia pertama diajarkan oleh Allah SWT. melalui perantara *al Qalam* (pena) yang merupakan

¹⁴ Ibrahim Iman, *Ushul Al-'ilamal-Islam* (Kairo: Dar al-fikr, 1985), bk. 30.

alat tulis. Hal ini menunjukkan bahwa betapa posisi tulisan amat penting dalam Islam khususnya dalam gerakan dakwah.¹⁵

Kata *al-Qalam* dipilih sebagai perwujudan dari dakwah dalam bentuk tulisan, karena istilah “*Qalam*” (pena) kesannya lebih agresif dibandingkan kata “*al-Kitabah*” (tulisan). Pena menunjukkan senjata, subjek, atau alat. Tulisan adalah hasil, objek, atau produk goresan pena. Karenanya, dakwah *bi al-Qalam* adalah sebuah bentuk kerja dakwah yang disebarkan dalam bentuk segala sesuatu yang dihasilkan oleh alat tulis (pena), baik buku, tabloid, majalah, dan sebagainya.

a. Kelebihan dakwah *bi al-Qalam*

Adapun kelebihan dakwah *bi al-Qalam* (tulisan), di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Dapat didokumentasikan.
- 2) Mengatasi hambatan pada dakwah lisan.
- 3) Lebih terstruktur dan terencana.
- 4) Mengontrol pesan.
- 5) Memuat informasi rinci.
- 6) Pesan bisa disebarkan secara luas.
- 7) Dapat membaca ulang informasi.
- 8) Lebih jelas, tegas dan bermakna.

b. Kekurangan dakwah *bi al-Qalam*

Meskipun dakwah tertulis (*bi al-Qalam*) memiliki berbagai kelebihan, ada juga kekurangan yang tidak bisa diabaikan. Kekurangan ini dapat mempengaruhi penerima informasi, karena

¹⁵ Yaqub, *Sejarah Dan Metode Dakwah Nabi*, 129.

mereka mungkin tidak sepenuhnya memahami makna atau tujuan dari informasi yang disampaikan secara tertulis. Adapun kekurangan dari dakwah tertulis *bi al-Qalam*, di antaranya:

- 1) Keterbatasan kata.
- 2) Dapat menjadi ambigu atau rancu.
- 3) Bersifat lebih formal.
- 4) Memberikan bias budaya.
- 5) Lebih monoton.
- 6) Komunikasi satu arah.
- 7) Tidak bisa menjangkau masyarakat yang buta huruf.

B. Teori Komunikasi SMCR

Model komunikasi merupakan gambaran bagaimana proses komunikasi berlangsung, mulai dari penyampaian hingga penerimaan pesan. Menurut David Kenneth Berlo dalam Qoniah (2022), model komunikasi yang disebut SMCR merupakan salah satu model linear, di mana komunikasi bergerak satu arah. Dalam komunikasi linear, pesan disampaikan dari pengirim dan diterima oleh penerima tanpa adanya interaksi timbal balik. Oleh karena itu, proses komunikasi SMCR tidak berjalan secara berkesinambungan dan tidak ada pergantian peran antara pengirim dan penerima pesan.¹⁶

Komunikasi memegang peranan penting di masyarakat pedesaan, khususnya dalam kehidupan sehari-hari, sebagai sarana dalam proses dakwah dan alat untuk mentransfer ilmu dari seorang komunikator,

¹⁶ Qoniah Nur Wijayani, "Aplikasi Model Komunikasi Berlo Dalam Komunikasi Pemasaran Pt.Lion Wings Indonesia," *Jural Komunikasi* (2022): 103.

seperti kiai kampung, kepada masyarakat pedesaan. Kemampuan komunikasi yang baik sangat diperlukan oleh kiai kampung agar penyebaran pengetahuan agama berlangsung efektif. Tanpa keterampilan komunikasi yang memadai, pesan dakwah tidak akan tersampaikan secara efektif. Oleh karena itu, kiai kampung sebagai pemuka agama perlu memahami model dan strategi komunikasi yang tepat untuk diterapkan dalam kegiatan dakwah.¹⁷

Dalam pemahaman komunikasi dakwah, terdapat berbagai model, salah satunya adalah teori dari David K. Berlo yang melihat komunikasi sebagai suatu proses yang melibatkan beberapa komponen. Berlo menekankan empat komponen utama dalam modelnya, yaitu *Sender* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (media atau saluran komunikasi), dan *Receiver* (penerima pesan).¹⁸

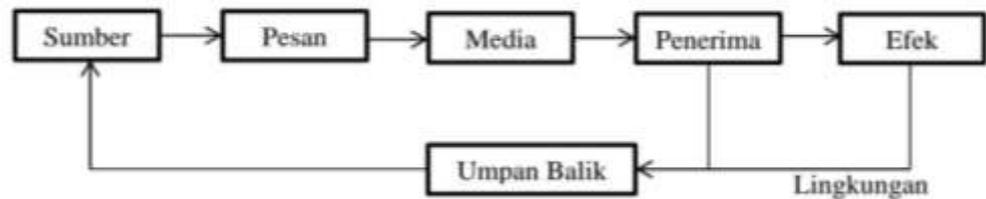
Selain model yang dikembangkan oleh Berlo, Charles Osgood, Gerald Miller, dan Melvin L. De Fleur memperkenalkan unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap untuk membangun komunikasi yang lebih efektif. Kedua unsur ini kemudian lebih banyak diterapkan dalam komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa. Dalam perkembangan lebih lanjut, pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno, dan Erika Vora menambahkan bahwa faktor lingkungan juga

¹⁷ Dani Kurniawan, "Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan," *Jurnal Komunikasi Pendidikan* (2018): 61–62.

¹⁸ Wijayani, "Aplikasi Model Komunikasi Berlo Dalam Komunikasi Pemasaran Pt.Lion Wings Indonesia," 104.

merupakan elemen penting yang mendukung proses komunikasi secara keseluruhan.¹⁹

Jika unsur-unsur komunikasi yang telah disebutkan digambarkan dalam sebuah diagram, maka hubungan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Teori Model Komunikasi Berlo

A. *Sender* (sumber)

Sumber atau pengirim pesan adalah asal mula pesan, yaitu seseorang yang menyampaikan pesan atau disebut sebagai komunikator.²⁰ Dalam hal ini, komunikator adalah kiai kampung. Meskipun sumber biasanya merujuk pada individu, dalam konteks ini, kiai kampung melibatkan banyak orang, yaitu masyarakat Kecamatan Gurah.

B. *Message* (pesan)

Pesan dalam model komunikasi Berlo adalah isi yang dikirim oleh pengirim kepada penerima, bisa berupa suara, teks, video, atau media lainnya. Pesan adalah substansi komunikasi yang berisi nilai tertentu dan disampaikan oleh komunikator. Pesan

¹⁹ Haied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Graindo Persada, 2005), 22.

²⁰ Wijayani, "Aplikasi Model Komunikasi Berlo Dalam Komunikasi Pemasaran Pt.Lion Wings Indonesia," 104.

dapat bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif, atau berupa propaganda, disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal, baik melalui tatap muka atau media komunikasi.²¹ Informasi yang disampaikan oleh kiai kampung bertujuan untuk menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat Kecamatan Gurah.

C. *Channel* (media dan saluran komunikasi)

Dalam proses komunikasi, pengirim harus memilih saluran komunikasi untuk mengirimkan pesan.²² Saluran komunikasi terdiri dari tiga jenis: lisan, tertulis, dan elektronik. Alat yang digunakan oleh kiai kampung untuk menyampaikan dakwah kepada masyarakat sangat beragam, mulai dari lisan, tulisan, hingga audiovisual.

D. *Receiver* (penerima pesan)

Receiver atau penerima adalah orang yang menerima pesan yang dikirim oleh pengirim. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, menjadi sasaran dari komunikasi itu sendiri.²³ Dalam konteks ini, penerima pesan adalah masyarakat Kecamatan Gurah.

E. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perubahan dalam pemikiran, perasaan, atau tindakan penerima setelah menerima pesan.

²¹ Ibid., 105.

²² Dzuha Hening Yanuarsari, "Pendekatan Komunikasi Smer Dalam Perancangan Permainan Life-Sized Game Ular Tangga (Postcov)," *Jurnal Bahasa Rupa* (2021): 72.

²³ Ade Mula Mulyana Dan Fahrunnisa, "Pola Komunikasi Penyuluh Pertanian Dalam Program Peningkatan Kapasitas Petani Jagung Di Kabupaten Sumbawa (Studi Kasus Kelompok Tani Desa Luk Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa)," *Kaganga Komunika* (2021): 12.

Perubahan ini dapat mencakup pengetahuan, sikap, dan perilaku penerima.²⁴ Reaksi masyarakat Kecamatan Gurah merupakan hasil dari mendengarkan dakwah yang disampaikan oleh kiai kampung.

F. Umpan Balik

Umpan balik adalah respons atau tanggapan yang diterima dari proses komunikasi yang telah terjadi.²⁵ Ketika kiai kampung menyampaikan pesan dakwah, masyarakat Kecamatan Gurah memberikan respon atau tanggapan atas pesan tersebut.

G. Lingkungan

Lingkungan atau situasi mencakup faktor-faktor yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.²⁶ Kiai kampung menyampaikan pesan dakwah melalui media atau saluran tertentu, yang diterima oleh penerima dengan hasil berupa efek, umpan balik, dan penerapan di lingkungan tersebut.

²⁴ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 25.

²⁵ Elvianaro Ardianto, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 46.

²⁶ Awan Mutakin, *Apa Lingkungan Itu?* (Gaoarea, 2018), 65.