

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pola Komunikasi

##### 1. Pengertian Pola Komunikasi

Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap.<sup>13</sup> Sedangkan komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan. Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pemahaman mengenai komunikasi yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi.

Komunikasi sebagai tindakan satu arah (*linier*), yaitu proses dimana pesan diibaratkan mengalir dari sumber dengan melalui beberapa komponen menuju kepada komunikan. Definisi tersebut sesuai dengan pendapat Everett M. Rogers yang mengatakan “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan sebagai sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka”. Dalam konteks ini, komunikasi dilakukan dengan sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain demi memenuhi kebutuhannya, seperti membujuk atau menjelaskan sesuatu.

---

<sup>13</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 692.

Dengan demikian, pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah tersebut mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja atau tidak direncanakan, seperti mimik muka, nada suara, gerakan tubuh dan sebagainya yang dilakukan secara spontan. Jadi dapat disimpulkan konsep komunikasi sebagai proses satu arah memfokuskan pada penyampaian pesan secara efektif dan menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi bersifat persuasif.

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respons berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis, dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena membedakan pengirim dengan penerima pesan. Pemahaman ini sesuai dengan pendapat Anderson yang mengatakan “Komunikasi adalah suatu proses dimana kita dapat memahami dan dipahami oleh orang lain”. komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.

Komunikasi sebagai transaksi, yaitu komunikasi merupakan proses memahami dan berbagi makna. Komunikasi adalah pembentukan makna diantara dua orang atau lebih. Dalam konteks ini, komunikasi tidak membedakan pengirim dan penerima pesan tidak lagi berorientasi kepada

sumber karena komunikasi ini melibatkan banyak individu dan tampak bahwa komunikasi bersifat dinamis. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku non verbal.<sup>14</sup>

Komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan atau penyampaian, warta atau berita atau informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau pihak) lain, dalam usaha mendapatkan saling pengertian.<sup>15</sup>

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak.<sup>16</sup> Dengan demikian, pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.<sup>17</sup> Dan dari pengertian di atas juga, pola komunikasi dapat didefinisikan sebagai bentuk-bentuk penyampaian pesan yang dilakukan pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan).

## **2. Unsur-unsur Komunikasi**

Pengertian komunikasi sebagaimana diuraikan, adanya sejumlah komponen dan unsur yang dicakup dan merupakan persyaratan terjadinya

---

<sup>14</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 8-10.

<sup>15</sup> Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor* (Yogyakarta: Kanisius, 1990), 31.

<sup>16</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga (Upaya Membantu Citra Membentuk Pribadi Anak)* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 11.

<sup>17</sup> *Ibid.*, 11.

komunikasi. Dalam bahasa komunikasi komponen atau unsur adalah sebagai berikut:

a. Sumber

Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan, yang digunakan di dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku dan sejenisnya. Dalam hal sumber ini yang perlu diperhatikan adalah kredibilitas terhadap sumber (kepercayaan) baru, lama, sementara dan lain sebagainya. Apabila salah mengambil sumber maka kemungkinan komunikasi yang dilancarkan akan berakibat lain dari yang diharapkan.

b. Komunikator

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan sebagainya. Dalam komunikator menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan menjadi komunikator. Syarat- syarat yang perlu diperhatikan oleh seseorang komunikator adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya.
- 2) Keterampilan berkomunikasi
- 3) Mempunyai pengetahuan yang luas
- 4) Sikap

5) Memiliki daya tarik dalam arti ia memiliki kemampuan untuk melakukan penambahan pengetahuan bagi atau diri komunikan.<sup>18</sup>

c. Pesan

Pesan adalah keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi. Pesan disampaikan melalui a) dengan lisan atau *face to face* atau langsung, b) dengan menggunakan media atau saluran.<sup>19</sup>

d. Saluran (*Chanel*)

Saluran (*chanel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. Dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada atau suara atau dapat diartikan sebagai saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan: apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi). Surat pribadi, selebaran, telepon, sistem suara multimedia, semua itu dapat dikategorikan sebagai saluran komunikasi. Dalam suatu peristiwa komunikasi, sebenarnya banyak saluran yang kita gunakan.

Misalnya dalam komunikasi langsung, bahasa (verbal dan nonverbal) adalah

---

<sup>18</sup> Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi. Aksara, 2010), 12.

<sup>19</sup> *Ibid.*, 13.

saluran yang menonjol meskipun pancaindra dan udara yang mengantarkan gelombang suara juga adalah saluran komunikasi tatap muka tersebut.<sup>20</sup>

e. *Effect* (Hasil)

*Effect* adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Jika sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka berarti komunikasi berhasil, dengan demikian pula sebaliknya jika sikap dan tingkah laku orang lain tidak sesuai maka komunikasi tidak berhasil.<sup>21</sup>

### 3. Pola Komunikasi dalam Dinamika Kelompok

Komunikasi merupakan hal yang penting bagi kegiatan kelompok, salah satu karakteristik dari hampir semua kelompok adalah bahwa beberapa orang berbicara terlalu banyak dan yang lain terlalu sedikit, situasi sekeliling nampaknya tidak banyak mempengaruhi pola seperti ini, tidak jadi masalah apakah kelompok tersebut terstruktur atau tidak, apakah masalah yang didiskusikan bersifat umum atau khusus, apakah anggota kelompok itu teman atau orang-orang yang belum dikenal. Aspek yang paling menarik dari gejala ini adalah bahwa hal itu berlangsung tanpa peduli seberapa besar ukuran kelompok, tanpa memperhatikan jumlah anggota, komunikasi akan mengikuti pola yang sangat teratur yang dapat disajikan dengan sebuah fungsi logaritma.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 63-64.

<sup>21</sup> *Ibid.*, 20-21.

<sup>22</sup> David O. Sears, DKK, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 1991), 109.

Guna membedakan pola komunikasi yang berkembang di Indonesia dan lebih ditinjau dari aspek sosialnya, antara lain komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa.

a. Komunikasi dengan Diri Sendiri

Menurut Hafied Changara, terjadi proses komunikasi ini karena adanya seseorang yang menginterpretasikan sebuah objek yang dipikirkannya.

b. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi, yakni suatu proses komunikasi secara tatap muka yang dilakukan antara dua orang atau lebih. Menurut sifatnya, komunikasi antarpersonal dibedakan menjadi dua, yakni komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka yang dilakukan melalui tiga bentuk percakapan, wawancara dan dialog.

c. Komunikasi Kelompok

Sesuatu yang dikatakan komunikasi kelompok karena *pertama* proses komunikasi dimana hal mana pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang pembicara pada khalayak dalam jumlah yang lebih besar pada tatap muka. *Kedua*, komunikasi berlangsung kontinyu dan bisa dibedakan mana sumber dan mana penerima. *Ketiga*, pesan yang disampaikan terencana (dipersiapkan) dan bukan spontanitas untuk segmen khalayak tertentu. Dengan kata lain komunikasi sosial antara tempat, situasi, dan sasaran jelas.

#### d. Komunikasi Massa

Secara ringkas komunikasi massa bisa diartikan sebagai komunikasi dengan menggunakan media massa modern. Oleh karena itu, media tradisional tidak dimaksudkan dalam istilah ini. Media massa yang dimaksudkan antara lain televisi, surat kabar, dan radio.

Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitik beratkan perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil. Komunikasi kelompok maupun diskusi kelompok memusatkan perhatiannya pada tingkah laku para anggota kelompok dalam berdiskusi.<sup>23</sup>

Kelompok adalah suatu unit yang terdapat beberapa individu, yang mempunyai kemampuan untuk berbuat dengan kesatuannya dengan cara dan atas dasar keasatuan persepsi. Sedangkan dinamika berarti adanya interaksi dan interdependensi antara anggota kelompok yang satu dengan anggota yang lain secara timbal balik dan antara anggota dengan kelompok secara keseluruhan. Jadi, dinamika kelompok berarti suatu kelompok yang teratur dari dua individu atau lebih yang mempunyai hubungan psikologis secara jelas antara anggota satu dengan anggota yang lain. Dengan kata lain antar anggota kelompok mempunyai hubungan psikologis yang berlangsung dalam situasi yang dialami secara bersama-sama.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok*, (Jakarta: UI-press, 1985), 6.

<sup>24</sup> Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), 8.



Komunikasi kelompok terjadi dalam suasana yang lebih berstruktur dimana para pesertanya lebih cenderung melihat dirinya sebagai kelompokserta mempunyai kesadaran tinggi tentang sasaran bersama. Namun berbeda dengan komunikasi organisasi, komunikasi kelompok bersifat langsung dan tatap muka, komunikasi kelompok agak kurang dipengaruhi emosi dan lebih cenderung melibatkan pengaruh antar pribadi sebagai kabalikan dari pemuasan sasaran organisasi yang rasional. Komunikasi kelompok kecil biasanya lebih spontan, kurang berstruktur, serta kurang berorientasi pada tujuan.<sup>25</sup>

Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi dinamika kelompok saat mereka berkembang, diantaranya adalah jumlah struktur dalam kelompok; waktu yang tersedia bagi kelompok untuk menyelesaikan tugas; besaran kelompok; sikap dan perasaan anggota kelompok terhadap tugas, topik, sesama anggota dan hakikat tugas.<sup>26</sup>

#### **4. Pola Komunikasi Menurut Para Ahli**

Pola diartikan sebagai bentuk struktur yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Komunikasi juga dapat diartikan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami; hubungan; kontak. Dengan demikian pola komunikasi adalah pola hubungan anantara dua orang atau lebih

---

<sup>25</sup> Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok*, (Jakarta: UI-press, 1985), 8.

<sup>26</sup> Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), 8.

dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami.<sup>27</sup>

Pola komunikasi merupakan sebuah model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya beraneka ragam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan, dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.<sup>28</sup>

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan lebih tepat agar mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

Di sini akan diuraikan proses komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu:

---

<sup>27</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*, (Jakarta: RINEKACIPTA, 2004), 1.

<sup>28</sup> Onong U Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 33.

a. Pola Komunikasi Primer

Merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol (symbol) sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang non verbal. Lambang verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal yaitu paling banyak dan paling sering digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator.<sup>29</sup>

Lambang non verbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, merupakan isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir dan tangan. Selain itu gambar juga merupakan sebagai lambang komunikasi non verbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif. Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles.

b. Pola Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya.

Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang

---

<sup>29</sup> Ibid., 33.

semakin canggih. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat Aristoteles, sehingga mempengaruhi Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984.

c. Pola Komunikasi Linear

Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.<sup>30</sup>

d. Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Menurut Widjaja, pola komunikasi dibagi menjadi 4 (empat) model yaitu :<sup>31</sup>

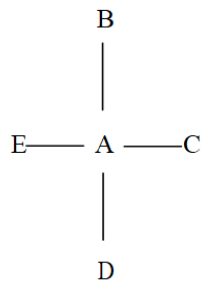
---

<sup>30</sup> Dasrun Hidayat, *Komunikasi Abtarpribadi dan Medianya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 10.

<sup>31</sup> H. A. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 102.

a. Pola Komunikasi Roda

Pola komunikasi roda menjelaskan pola komunikasi satu orang kepada orang banyak, yaitu (A) berkomunikasi kepada (B), (C), (D), dan (E).



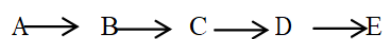
Gambar 2.1 Pola Komunikasi Roda

Contoh Ilustrasi :

Seseorang, biasanya pemimpin menjadi fokus perhatian. Ia dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, tetapi setiap anggota kelompok hanya bisa berhubungan dengan pemimpinnya.

b. Pola Komunikasi Rantai

Pola komunikasi ini, seseorang (A) berkomunikasi dengan orang lain (B) seterusnya ke (C), (D) dan (E).



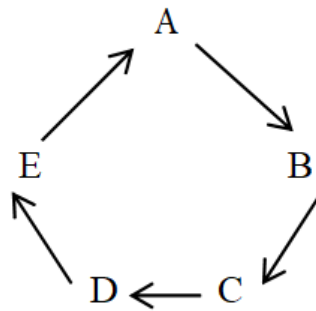
Gambar 2.2 Pola Komunikasi Rantai

Contoh Ilustrasi :

A dapat berkomunikasi dengan B, B dapat berkomunikasi dengan C, C dapat berkomunikasi dengan D dan begitu seterusnya.

c. Pola Komunikasi Lingkaran

Pola komunikasi ini hampir sama dengan pola komunikasi rantai, namun terakhir (E) berkomunikasi kembali pada orang pertama (A).



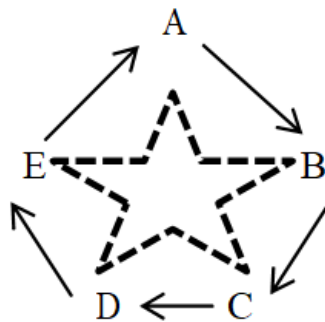
Gambar 2.3 Pola Komunikasi Lingkaran

Contoh Ilustrasi :

Setiap orang hanya bisa berkomunikasi dengan dua orang, disamping kiri dan kanannya. Dengan perkataan lain, dalam model ini tidak ada pemimpin.

d. Pola Komunikasi Bintang

Pada pola komunikasi bintang ini, semua anggota saling berkomunikasi satu sama lainnya.



Gambar 2.4 Pola Komunikasi Bintang

Contoh Ilustrasi :

Disebut juga jaringan komunikasi semua saluran/*all channel*, setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain.

Pola Komunikasi yang dimaksud disini adalah gambaran tentang bentuk atau cara yang digunakan seseorang atau sekelompok orang dalam menyampaikan pesan baik secara langsung maupun melalui media dalam konteks hubungan dan interaksi yang berlangsung di masyarakat.

## **5. Tujuan Berkomunikasi**

Secara singkat tujuan komunikasi adalah untuk menciptakan kesepahaman di antara kedua belah pihak. Namun, masih ada sejumlah tujuan dari komunikasi yang perlu Anda ketahui. Agar hal yang disampaikan bisa dimengerti dengan cukup baik.

Manusia sebagai makhluk yang memiliki keterbatasan, tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain atau lingkungan yang lain, maka untuk mengatasi keterbatasannya itu sangat diperlukan adanya kontak dengan orang lain. salah satu kontak tersebut diwujudkan dengan komunikasi. Bahkan komunikasi bisa menjadi penyambung pesan sebuah kelompok kepada khalayak ramai sehingga terwujud suatu tujuan tertentu yang diinginkan secara bersama.<sup>32</sup>

## **B. Metode Dakwah**

### **1. Pengertian Dakwah**

Ditinjau dari segi bahasa, maka da'wah dapat berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong ataupun memohon. Dalam ilmu

---

<sup>32</sup> Silfia Hanani, *Komunikasi Antarpribadi Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 16-20.

tata bahasa Arab kata dakwah merupakan bentuk *mashdar*. Dari kata kerja *daʿā, Yad'u, Da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.<sup>33</sup>

Dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah berbentuk *isim masdar*. Kata ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) “*daʿā, Yad'u*” artinya memanggil, mengajak atau menyeru. Jadi dakwah menurut kebahasaan adalah seruan kepada jalan yang benar.<sup>34</sup>

Adapun pengertian dakwah menurut istilah atau terminology banyak di kemukakan oleh sarjana-sarjana yang menekuni bidang da'wah yaitu:

- a. Menurut Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran dalaha fardhu yang diwajibkan setiap muslim.
- b. M. Quraish Shihab mengatakan, “ dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat”.<sup>35</sup>
- c. Syekh Ali Mahfuz mengartikan dakwah dengan mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka kepada kebiasaan yang baik dan melarang mereka kebiasaan yang buruk supaya mendapatkan keberuntungan di dunia dan di akhirat.<sup>36</sup>

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan dan seruan

---

<sup>33</sup> alaluddin *Rakhmat, Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 89.

<sup>34</sup> Khusniati Rofi'ah, *Dakwah Jamaah Tabligh & Eksistensinya Di Mata Masyarakat*(Ponorogo: Stain Press), 22.

<sup>35</sup> An-Nabiry, *Meneliti Jalan Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2008), 22.

<sup>36</sup> Ilyas Ismail, Prio Hotmafilsafa, *Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*(Jakarta: Kencana, 2011), 28.



baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku yang dilaksanakan secara sadar dan berencana dalam usaha memengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu kesadaran internal dan sikap serta penghayatan dalam pengamalan ajaran agama dengan penuh pengertian tanpa paksaan kesadaran internal dan sikap serta penghayatan dalam pengamalan ajaran agama dengan penuh pengertian tanpa paksaan.

Dakwah merupakan sebuah upaya dan kegiatan baik yang mengandung ajakan atau seruan kepada orang lain untuk mengetahui, menghayati dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, untuk meraih kebahagiaan dunia dan akhirat.

## **2. Tujuan Dakwah**

Tujuan dakwah yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah itu dibagi dua yaitu tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan jangka panjang yang dimaksud adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan keseharian, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia dan tercapainya individu yang baik, keluarga sakinah, harmonis komunitas yang tangguh dan pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju. Secara umum tujuan dakwah dalam konteks komunikasi adalah:

- a. Memberitahukan (informatif). Ditujukan untuk menambah pengetahuan mendengar. Komunikasi diharapkan memperoleh penjelasan menaruh minat dan memiliki pengertian tentang persoalan yang dibicarakan.

- b. Mempengaruhi (persuasif). Ditujukan agar orang mempercayai sesuatu, melakukannya, atau terbakar semangat dan antusiasmenya. Keyakinan, tindakan dan semangat adalah bentuk yang diharapkan.
- c. Menghibur (rekreatif). Bahasa yang disampaikan enteng, segar dan mudah dicerna. Diperlukan otak yang baik untuk membuat humor yang baik. Perhatian, kesenangan dan humor adalah pendengar yang diharapkan disini.<sup>37</sup>

### 3. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa Yunani *methodos*, yang merupakan gabungan dari kata *meta* dan *hodos*. *Meta* berarti melalui, mengikuti, atau sesudah, sedangkan *hodos* berarti jalan, arah atau cara. Jadi metode bisa diartikan sebagai suatu cara atau jalan yang ditempuh.<sup>38</sup> Sumber yang lain menyebutkan metode berasal dari Jerman *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Arab disebut *thariq* artinya jalan. Apabila diartikan secara bebas metode adalah cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.<sup>39</sup>

Menurut istilah metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah bertumpu pada satu pandangan *human oriented* menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.<sup>40</sup>

<sup>37</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 40.

<sup>38</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 69.

<sup>39</sup> An-Nabiry, *Meneliti Jalan Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2008), 238.

<sup>40</sup> M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 8.

Adapun tujuannya diadakan metode dakwah adalah untuk memberikan kemudahan keserasian, baik bagi pembawa dakwah itu sendiri maupun bagi penerimanya. Pengalaman mengatakan bahwa metode dakwah yang kurang tepat seringkali mengakibatkan gagalnya aktivitas dakwah. Adapun metode dakwah yang akurat untuk diterapkan dalam berdakwah telah tertuang dalam Qs. An-Nahl (16) ayat 125 yang artinya sebagai berikut :

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

*“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapapun yang tersesat dari jalanNya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk .”*

Dari redaksi ayat diatas, terdapat 3 (tiga) kerangka dasar tentang metode dakwah, yang dapat dipilih salah satunya atau semuanya. Kerangka dasar itu adalah sebagai berikut.

a. *Da'wah Bi al-Hikmah*

Da'wah bi al-hikmah ini bisa diartikan sebagai kemampuan seorang da'i dalam melaksanakan tugas dakwahnya, yang menyajikannya dengan berbagai strategi dan pendekatan jitu, efektif dan efisien karena keluasan pengetahuan dan banyaknya pengalaman tentang lika-liku dakwah.

b. *Da'wah Bi Mawidhah al-Hasanah*

*Mawidhahal-hasanah* dapat di artikan berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat

menyentuh hati mereka. Pendekatan dakwah melalui *Mawidhah al-Hasanah* dilakukan dengan perintah dan larangan disertai unsur motivasi dan anacaman yang diutarakan lewat perkataan yang dapat melembutkan hati, menggugah jiwa, dan mencairkan segala bentuk kebekuan hati, serta dapat menguatkan iman dan petunjuk yang mencerahkan.

c. *Da'wah Bi al-Mujadalah*

*Da'wah Bi al-Mujadalah* merupakan berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjalankan yang menjadi sasaran dakwah. Dakwah dengan metode *Bi al-Mujadalah* ini tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang pada kebenaran dan mengakui kebenaran pihak lain.<sup>41</sup>

#### 4. Pesan Dakwah

Materi dakwah adalah pesan (*message*) yang dibawakan oleh subyek dakwah untuk diberikan/ disampaikan kepada obyek dakwah.<sup>42</sup> Materi dakwah yang biasa disebut juga idiologi dfakwah ialah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Sunnah.

Dalam hal ini sudah jelas yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Berpijak pada hal diatas, maka da'i sebagai subyek (pelaku

---

<sup>41</sup> Ismail, Hotman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 204.

<sup>42</sup> Rofi'ah, *Dakwah Jamaah Tabligh & Eksistensinya Di Mata Masyarakat*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2001), 45.

dakwah) perlu mempersiapkan materi dakwahnya dengan mendalami isi kandungan al-Qur'an yang mencakup ibadah, aqidah, syari'ah dan muamalah yang meliputi seluruh aspek kehidupan dunia ini baik berkaitan dengan kehidupan duniawi maupun ukhrawi.

## C. Persepsi

### 1. Pengertian persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi itu agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi itu penting dalam studi perilaku organisasi karena perilaku orang yang didasarkan pada persepsi mereka mengenai apa itu realitas dan bukan mengenai realitas itu sendiri.<sup>43</sup>

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap obyek tertentu, persepsi adalah suatu proses aktifitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan, dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi).<sup>44</sup> Melalui persepsi kita dapat mengenali dunia sekitar kita, yaitu seluruh dunia yang terdiri dari benda serta manusia dengan segala kejadian-kejadiannya.

Persepsi juga merupakan penelitian bagaimana kita mengintegrasikan sensasi kedalam persepsi objek dan bagaimana kita selanjutnya menggunakan persepsi itu untuk mengenali dunia. Intinya persepsi sebagai proses proses

---

<sup>43</sup> Veithzal Rivai, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2002), 231.

<sup>44</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2001), 53.

psikologis hasil penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir. Dengan demikian persepsi sebagai suatu fungsi biologis (melalui organ-organ sensoris) yang memungkinkan individu menerima dan mengolah informasi dari lingkungan dan mengadakan perubahan-perubahan di lingkungannya.<sup>45</sup>

Individu itu memprekdisikan suatu benda yang sama berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, faktor yang ada pada pelaku persepsi (*perceiver*) yang termasuk faktor pertama adalah sikap, keutuhan atau motif, kepentingan atau minat pengalaman dan pengharapan individu. Kedua faktor yang ada pada objek atau target yang dipersepsikan yang meliputi hal-hal baru, gerakan, bunyi, ukuran latar belakang dan kedekatan. Ketiga, faktor konteks situasi di mana persepsi itu dilakukan yang meliputi waktu, keadaan/tempat kerja, dan keadaan sosial.<sup>46</sup>

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungan nya baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

---

<sup>45</sup> Rita L, *Pengantar Psikologi*, edisi kesebelas (Batam: Interaksara, 1990), 276.

<sup>46</sup> *Ibid.*, 232.

## 2. Subproses Persepsi

Ada beberapa subproses dalam persepsi ini, dan yang dapat dipergunakan sebagai bukti bahwa sifat persepsi itu merupakan hal yang kompleks dan interaktif.

Subproses pertama yang dianggap penting ialah stimulus, atau situasi yang hadir. Mula terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan dengan suatu situasi atau stimulasi. Situasi yang dihadapi itu mungkin bisa berupa stimulasi penginderaan dekat dan langsung atau berupa bentuk lingkungan sosiokultur dan fisik yang menyeluruh.

Subproses selanjutnya adalah registrasi, interpretasi dan umpan balik (*feedback*). Dalam masa registrasi suatu gejala yang nampak ialah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syaraf seseorang mempengaruhi persepsi. Dalam hal ini seseorang subproses berikut yang bekerja ialah interpretasi.

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang amat penting. Proses interpretasi ini tergantung pada cara pendalaman (*learning*), motivasi, dan kepribadian seseorang. Pendalaman, motivasi dan kepribadian seseorang akan berbeda dengan orang lain. Oleh karena itu, interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu orang dengan orang lain. Oleh karena itu, interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu dengan orang lain. Disinilah letak sumber perbedaan pertama dari persepsi, dan itulah sebabnya mengapa interpretasi merupakan subproses yang penting.

Subproses terakhir adalah umpan balik (*feedback*). Subproses ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Sebagai contoh, seseorang karyawan yang melaporkan hasil kerjanya kepada atasan-atasannya, kemudian mendapat umpan balik dengan melihat raut muka atasannya.

### 3. Persepsi Sosial

Menurut buku dari ilmu komunikasi Deddy Mulyana menjelaskan bahwa Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko. Persepsi saya terhadap anda mempengaruhi persepsi anda terhadap saya dan pada gilirannya persepsi anda terhadap saya juga mempengaruhi persepsi saya terhadap anda.

Sarwono Sarlito Wirawan persepsi sosial diartikan dengan pengertian psikologi yaitu proses pencairan informasi untuk dipahami. Alat untuk memperoleh informasi tersebut adalah penginderaan (penglihatan, pendengaran, perabaan, dan sebagainya). Sebaliknya, alat untuk memahaminya adalah keasadaran atau kognisi. Dalam hal persepsi mengenai orang itu atau orang-orang lain dan untuk memahami orang dan orang-orang lain, persepsi itu dinamakan persepsi sosial dan kognisinya pun dinamakan kognisi sosial.<sup>47</sup>

Dalam persepsi sosial ada dua hal yang ingin diketahui yaitu keadaan dan perasaan orang saat ini, ditempat ini melalui komunikasi non lisan ( kontak mata, busana, gerak tubuh, dan sebagainya. Atau lisan dan kondisi yang lebih permanen yang ada dibalik segala yang tampak saat ini (niat, sifat, motivasi,

---

<sup>47</sup> Sarwono, *Psikologi Sosial, Individu Dan Teori - Teori Psikologi Sosial* (Jakarta, Balai Pustaka, 2002), 94- 96.



dan sebagainya) yang diperkirakan menjadi penyebab dari kondisi saat ini. Hal yang terakhir ini bersumber pada kecenderungan manusia untuk selalu berupaya guna mengetahui apa yang ada dibalik gejala yang ditangkapnya dengan indra. Dalam hal persepsi sosial, penjelasm yang ada dibalik perilaku itu dinamakan atribusi.

Persepsi dan atribusi ini sifatnya memang sangat subjektif, yaitu tergantung selalu pada subjek yang melaksanakan persepsi dan atribusi itu. Perilaku membunuh misalnya, dapat dianggap kelakuan penjahat yang sadis, bela diri atau kepahlawanan. Sapaan seorang pria kepada rekan wanitanya dengan menyentuh punggungnya misalnya, dapat dianggap pelecehan seksual oleh wanita, walaupun pria yang bersangkutan hanya menganggapnya sebagai keramah tamahan biasa.