

Implementasi Komunikasi Dakwah dan Komunikasi Interpersonal

Sri Tuti Rahmawati

Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta

Email: sritutihrahmawati@iiq.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengungkap implementasi komunikasi dan social di tengah masyarakat. Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang baik. Kemampuan komunikasi interpersonal adalah kecakapan yang harus dibawa individu dalam melakukan interaksi dengan individu lain atau sekelompok individu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya memahami komunikasi dalam dakwah dan individu yang memahami komunikasi interpersonal, baik sebagai juru dakwah (dai) maupun masyarakat secara umum, temuan penelitian ini berkontribusi kepada pengembangan ilmu komunikasi dan dakwah.

Keywords: *implementasi, komunikasi, Daakwah dan Interpersonal.*

Pendahuluan

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadist dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media(Wahyullahi, 2010).

Dari sisi audien, sebagai contoh seorang muslim dapat mengambil banyak manfaat dari maraknya program agama Islam di radio. Muslim yang karena suatu alasan menjadi sibuk dan tidak sempat menghadiri majelis taklim, dapat memanfaatkan hadirnya nilai-nilai agama dengan perantara teknologi media telekomunikasi dalam menjaga kontinuitas keberagamaannya(Rohim, 2007).

Salah satu sarana teknologi media komunikasi dan informasi yang mampu menjangkau masyarakat luas di antaranya radio. Oleh karena itu, radio dianggap efektif dalam penyampaian informasi pada masyarakat, sebab harga pesawat radio yang relatif murah, dengan daya jangkau frekuensi dan daya persuasi yang terjangkau pula(Sarnoto, 2011).

Media elektronik seperti radio merupakan salah satu hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat dijadikan sebagai media dalam penyiaran berbagai informasi. Peranan radio sebagai media penyiaran dewasa ini di pandang semakin penting sejalan dengan semakin banyaknya peminat media elektronik tersebut. Radio berfungsi sebagai media komunikasi, ekspresi, informasi, Pendidikan dan hiburan.

Media radio dianggap memiliki kekuatan yang cukup hebat, hal ini disebabkan oleh tiga faktor penting yaitu: *pertama*, radio siaran sifatnya adalah

langsung. Untuk mencapai sasarannya, yaitu para pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikan oleh media radio tidaklah mengalami proses yang kompleks. *Kedua*, radio siaran tidak mengenal jarak dan waktu, selain itu ruang pun bagi media radio siaran tidak merupakan sebuah masalah, bagaimana pun jauhnya jarak sasaran yang akan dituju, dengan media radio siaran akan dengan mudah dapat dicapainya. *Ketiga*, media siaran radio memiliki daya tarik yang kuat, daya tarik ini ialah karena disebabkan oleh sifatnya yang serba hidup. Hal itu tentu karena adanya unsur-unsur yang ada pada media radio yaitu: kata-kata, kalimat dari seorang penyiar, music dan efek suara (Effendi, 2007).

Dari beberapa kelebihan yang dimiliki radio sebagai media penyiaran menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan, selain itu radio juga memiliki kekuatan besar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang menstimulasikan begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiaran melalui telinga pendengar (Masduki, 2001).

Dengan mendengarkan siaran radio di sini pendengar bisa berimajinasi dengan bebas, terlebih lagi program seperti ceramah agama atau talk show tentunya membutuhkan seorang penyiar dalam menyampaikan materi kepada pendengar (audiens) karena siaran radio yang hanya berupa audio agar pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.

Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif dengan penelitian kepustakaan atau studi pustaka (*Library Research*), di mana semua data yang ada di dalam penelitian ini diambil dan di kumpulkan, dianalisa lalu dijelaskan agar menjadi sebuah data yang konkret untuk memberikan sebuah kesimpulan pada penelitian ini. Semua data yang dikumpulkan diambil dari dokumen-dokumen berupa buku, artikel ilmiah, jurnal, dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Memaknai arti dakwah

Dakwah menurut arti istilahnya mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pengertian atau definisi terhadap istilah dakwah terdapat beraneka ragam pendapat. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Sehingga antara definisi menurut ahli yang satu dengan yang lainnya senantiasa terdapat perbedaan dan kesamaan. Untuk lebih jelasnya di bawah disajikan beberapa definisi dakwah menurut beberapa ahli (Sarnoto et al., 2021).

Sedangkan secara terminologi menurut Toha Yahya Umar, dakwah menurut Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat (Umar, 1985).

Menurut Quraish Syihab Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat (Shihab, 1994).

b. Media Komunikasi

Media adalah suatu alat atau sarana komunikasi, dalam hal ini yang dimaksud adalah media elektronik, yaitu alat (sarana) media massa yang mempergunakan alat-alat elektronik modern misalnya radio dan televisi. Sedangkan komunikasi itu sendiri adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan timbul saling pengertian yang mendalam (Sarnoto, 2014).

Dengan demikian media komunikasi adalah suatu alat atau sarana elektronika modern, seperti radio, televisi dan lain-lain yang dimanfaatkan sebagai alat suatu proses membangun hubungan antar sesama melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

1) Pesan Islam

Dalam istilah agama Islam pesan disebut dengan *mad'u* (pesan Islam) yang artinya materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh dai (subyek dakwah) kepada *mad'u* (objek dakwah) yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam kitabullah dan sunah rasulnya, atau yang disebut juga dengan *al-haq* (kebenaran hakiki) yaitu al-Islam yang bersumber dari al-Qur'an (Umar, 1985).

Dengan demikian pesan Islam adalah perintah, nasehat, amanah atau permintaan yang disampaikan dalam bentuk materi dari dai (komunikator) kepada *mad'u* (komunikan) yang berdasar kepada al-Qur'an dan al-hadist.

2) Program acara keagamaan

Program acara keagamaan merupakan rancangan mengenai asas serta usaha yang akan dilakukan, dan konsep kegiatan/hal pemfokusan mengenai nilai-nilai agama. Dalam proses program acara keagamaan merupakan usaha merancang suatu kegiatan yang berdasar pada konsep ajaran yang diyakini dalam hal ini adalah ajaran Islam.

c. Kajian Dakwah Interaktif

Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang baik. Secara spesifik, dakwah Islam diartikan sebagai aktivitas menyeru atau mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk melakukan kemakrufan dan mencegah dari kemungkaran. Berdasarkan penjelasan di atas, maka seberapa besarnya aktivitas dakwah dapat berhasil secara optimal, jika didukung oleh proses komunikasi yang baik dan efektif. Terkait dengan hal ini, maka komunikator atau dai juga harus memperhatikan tampilan diri komunikator dan pesan yang akan disampaikan kepada *mad'u* atau komunikan, sehingga terjalin proses komunikasi yang aktif (Sarnoto et al., 2021).

Berangkat dari sebuah paradigma komunikasi dan dakwah yaitu paradigma interaksional yang mempunyai karakteristik utama menonjolkan nilai individual di atas segala pengaruh lainnya, maka penelitian ini menjadi penting adanya. Pasalnya, manusia mempunyai esensi kebudayaan, saling berhubungan, bermasyarakat dan memiliki buah pikiran. Justru itu, setiap bentuk interaksi social dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan diri manusia (Haslinda, 2018).

Paradigma interaksional dalam komunikasi yang dapat diterapkan dalam

dakwah, amat sering dinyatakan sebagai komunikasi dialogis atau komunikasi yang dipandang sebagai dialog. Unsur fundamental dalam dialog adalah melihat yang lain atau mengalami pihak lain sehingga proses dasar dalam dialog ialah konsep pengambilan peran, paradigma interaksional yang memberikan faktor manusiawi, sangat relevan diterapkan dalam dakwah yang bertujuan mengembalikan manusia kepada fitrah dan kehanifannya.

Konsep Islam yang memandang manusia khalifatullah dan sebagai makhluk yang rasional dan menunjang hak-hak asasi manusia serta mengembangkan prinsip-prinsip egaliter dan populis sehingga sesuai dengan paradigma interaksional (Sarnoto, 2014).

Guna mencapai tujuan tersebut, ada beberapa teori yang peneliti anggap tepat, yakni teori empati dan teori homofili. Kedua teori ini sangat berguna dalam komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) termasuk dalam pelaksanaan dakwah. Keduanya relevan ditempatkan dalam kelompok besar paradigma atau intrasional komunikasi dan dakwah. Dalam hal ini penonjolan nilai-nilai dan harkat manusia di atas segala pengaruh yang lainnya sangat dominan karena manusia adalah makhluk yang relatif sempurna.

Teori empati dan homofili merupakan salah satu teori komunikasi dan dakwah. Teori empati secara sederhana adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Dalam hal ini K. Berlo memperkenalkan teori yang dikenal dengan nama *influence theory of empathy* (teori penurunan dari penempatan diri ke dalam diri orang lain). Artinya komunikator mengandaikan diri, bagaimana kalau ia berada pada posisi komunikan. Dalam hal ini individu memiliki pribadi khayal sehingga individu-individu yang berinteraksi dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan masing-masing, yang demikian menjadi dasar dalam melakukan penyesuaian. Dengan demikian empati dalam dakwah adalah sifat yang sangat dekat dengan citra seorang mubalig tentang diri dan tentang orang lain. Dalam usaha melakukan empati pan peristiwa komunikasi itu, Rogers Shoemaker memperkenalkan homofili. Hal ini dimaksudkan sebagai kemampuan individu untuk menciptakan kebersamaan-kebersamaan, baik fisik maupun mental. Dengan homofili tercipta hubungan-hubungan social dan komunikasi yang intensif dan efektif. Istilah homofini berasal kata Yunani yaitu *homoiios* yang berarti sama.

Jadi homofili berarti komunikasi dengan orang yang sama yaitu derajat dari orang yang berkomunikasi dengan sifat-sifat tertentu. Homofili dapat digambarkan sebagai suasana dan kondisi kepribadian dan kondisi fisik dua orang yang berinteraksi dengan lancar karena memiliki kebersamaan usia, Bahasa, pengetahuan, kepentingan, organisasi, partai, agama, suku bangsa, dan pakaian. Sulit sekali terjadi interaksi yang intensif jika dua orang yang berinteraksi bersifat heterofili, yaitu tidak memiliki kesamaan Bahasa, pengetahuan, dan kepentingan.

Komunikasi Interpersonal

Kemampuan komunikasi interpersonal adalah kecakapan yang harus dibawa individu dalam melakukan interaksi dengan individu lain atau sekelompok individu (Goldstein, 1982). Menurut French (dalam Rakhmat, 1996), kemampuan interpersonal adalah hal yang digunakan seseorang Ketika berkomunikasi dan

berhubungan dengan orang lain secara tatap muka (Sarnoto, 2002). Fungsi komunikasi sosial bisa berbentuk dengan adanya konsep diri dan eksistensi diri untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan.

a. Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa diperoleh melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia (Sarnoto, 2022). Kita sadar bahwa kita adalah manusia karena orang-orang di sekeliling menunjukkan kepada kita melalui perilaku verbal dan nonverbal bahwa kita adalah manusia, kita pun tidak akan pernah menyadari nama, jenis kelamin, pintar atau menyenangkan, apabila tidak ada orang-orang di sekitar yang menyebut demikian. Melalui komunikasi dengan orang lain tidak hanya belajar mengenai siapa kita, tetapi juga cara merasakan siapa kita. Kita mencintai apabila telah dicintai, kita berpikir cerdas apabila orang-orang sekitar menganggap kita cerdas. Kita merasa tampan atau cantik apabila orang-orang sekitar mengatakan demikian.

Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan orang dekat lainnya, termasuk kerabat. Mereka itulah yang disebut *significant others*. Orang tua atau siapa pun yang memelihara kita pertama kalinya, mengatakan melalui ucapan dan Tindakan bahwa kita baik, cerdas, nakal, rajin, cantik, dan sebagainya. Merekalah yang mengajari kita kata-kata pertama (Sarnoto, 2021).

Seorang ibu dan ayah atau kakak boleh jadi mengeluarkan kata-kata kepada anak: “bodoh”, Dasar anak nakal!”, “Penakut”. Jika sering terjadi, hal itu akan merusak konsep diri anak yang akan mereka percayai. Seorang anak mungkin saja cerdas, tetapi karena dianggap bodoh, ia akan surut melakukan apa yang ingin dilakukannya karena ia menganggap dirinya demikian. Dengan demikian, orang lain akan menganggap dirinya bodoh. Inilah yang disebut *self-fulfilling prophecy* yaitu ramalan yang menjadi kenyataan karena sadar atau tidak, kita percaya dan mengatakan bahwa ramalan itu akan menjadi kenyataan (Sarnoto, 2014).

Dalam proses menjadi dewasa, kita menerima pesan dari orang-orang sekitar mengenai siapa diri kita dan harus menjadi apa. Menjelang dewasa, kita menemui kesulitan memisahkan siapa kita menurut orang lain, dan konsep diri kita memang terkait rumit dengan definisi yang diberikan orang lain kepada kita. Meskipun berupaya berperilaku sebagaimana yang diharapkan orang lain, kita tidak pernah secara total memenuhi pengharapan orang lain tersebut. Akan tetapi, Ketika kita berupaya berinteraksi dengan mereka, pengharapan, kesan, dan citra mereka tentang kita sangat mempengaruhi konsep diri, perilaku, dan apa yang kita inginkan. Orang lain itu “mencetak” kita dan setidaknya kita pun mengasumsikan apa yang orang lain asumsikan mengenai kita (Iqomh et al., 2021).

Berdasarkan asumsi-asumsi itu, kita mulai memainkan peran tertentu yang diharapkan orang lain. Apabila permainan peran ini menjadi kebiasaan, kita pun menginternalisasikannya. Kita menamakan peran-peran itu kepada diri kita sebagai panduan untuk berperilaku. Kita menjadikannya bagian dari konsep diri kita. Dengan kata lain, kita merupakan cermin bagi satu sama lainnya. Proses

pembentukan konsep diri itu dapat digambarkan secara sederhana. Konsep diri tidak pernah terisolasi, tetapi tergantung pada reaksi dan respons orang lain (Sarnoto, 2022).

Dalam masa pembentukan konsep diri, kita sering mengujinya, baik secara sadar maupun tidak. Kita dapat memperkirakan perbedaan konsep diri seseorang dengan memperhatikan kata-kata yang orang ucapkan dapat menduga dari kelas atau golongan.

b. Pernyataan Eksistensi Diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya eksistensi diri. Kita dapat memodifikasi frasa filsuf Francis, Rene Descartes (1596-1650) yang terkenal dengan *Cogito Ergo Sum* (“saya berpikir, maka saya ada”) menjadi “saya berbicara, maka saya ada”. Apabila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri sering terlihat pada uraian penanya seminar. Meskipun penanya sudah diingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung pada pokok permasalahannya, penanya atau komentator berbicara Panjang dengan argumen yang tidak relevan. Eksistensi diri juga sering dinyatakan oleh anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dalam sidangnya (Sarnoto, 2015).

Kesimpulan

Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang baik. Secara spesifik, dakwah Islam diartikan sebagai aktivitas menyeru atau mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk melakukan kemakrufan dan mencegah dari kemungkaran. Berdasarkan penjelasan di atas, maka seberapa besarnya aktivitas dakwah dapat berhasil secara optimal, jika didukung oleh proses komunikasi yang baik dan efektif. Terkait dengan hal ini, maka komunikator atau dai juga harus memperhatikan tampilan diri komunikator dan pesan yang akan disampaikan kepada *mad'u* atau komunikan, sehingga terjalin proses komunikasi yang aktif. Sedangkan Kemampuan komunikasi interpersonal adalah kecakapan yang harus dibawa individu dalam melakukan interaksi dengan individu lain atau sekelompok individu, kedua hal tersebut yakni dakwah dan komunikasi interpersonal menekankan pada pentingnya berdialog dalam membangun kebersamaan dalam kehidupan.

Daftar Pustaka

- Effendi, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Haslinda. (2018). Perspektif Makna Komunikasi Islam. *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, 9(2), 95–110.
<https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1743>
- Iqomh, M. K. B., Indrayati, N., & Fahdiah, H. (2021). Penerapan komunikasi efektif orang tua untuk pencegahan kekerasan verbal pada anak. *Jurnal Dikemas*, 1(1), 5–12.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter Dan*

- Penyair*. Yogyakarta: LKIS.
- Rohim, A. (2007). Edakwah: berdakwah melalui internet. *Al-Hikmah Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, 2, 16–21.
- Sarnoto, A. Z. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1st ed.). Bekasi: Pustaka Faza Amanah.
- Sarnoto, A. Z. (2011). Kontribusi Aliran Psikologi Behaviorisme Terhadap Perkembangan Teori Ilmu Komunikasi. *Statement / Jurnal Media Informasi Sosial Dan Pendidikan*, 1(2), 1–17.
- Sarnoto, A. Z. (2014). Peran Komunikasi Dalam Proses Bimbingan Dan Konseling. *Profesi: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Keguruan*, 3(2), 54–62.
- Sarnoto, A. Z. (2015). Membangun Karakter Bermasyarakat dan bernegara dengan Nilai-nilai Pancasila. *Statement / Jurnal Media Informasi Sosial Dan Pendidikan*, 5(1), 33–39.
- Sarnoto, A. Z. (2021). *Metode Komunikasi Yang Ideal Dalam Pendidikan Keluarga Menurut Al-Quran*. 9(1), 105–115.
<https://doi.org/doi.org/10.36052/andragogi.v9i1.230>
- Sarnoto, A. Z. (2022). Komunikasi Efektif pada Anak Usia Dini dalam Keluarga Menurut Al-Qur ' an. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 2359–2369. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i3.1829>
- Sarnoto, A. Z., Hidayat, R., & Rahmawati, S. T. (2021). Kegiatan & Program Dakwah selama Pandemi (Studi Lapangan Masjid Jami' Al Azhar Jakapermai, Kota Bekasi, Jawa Barat, Indonesia). *The International Seminar on Mosque Innovation During Pandemic (SIMPan21)*, 30–41.
- Shihab, M. Q. (1994). *Membumikan Al-Quran*. Bandung: Mizan.
- Umar, T. Y. (1985). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Widjaya.
- Wahyullahi. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.