

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, komunikasi mempunyai kedudukan yang substansial dalam kehidupan manusia. Sebab, manusia hakikatnya adalah makhluk yang diciptakan untuk berkomunikasi.

Kegiatan komunikasi akan timbul jika terjadi interaksi antar-manusia dalam bentuk hubungan sosial. Hal itu menunjukkan bahwa komunikasi merupakan bagian integral dari kehidupan kemanusiaan yang tak terpisahkan dari aktivitas kemanusiaan, baik di ranah pribadi, berkelompok atau bermasyarakat.

Pembahasan mengenai komunikasi dalam bab ini akan dimulai dari pengertian secara etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) dengan rujukan kamus (KBBI: 1995), The Oxford English Dictionary, dan pandangan para ahli. Berikut penjelasan yang dimaksud.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Untuk memahami pengertian komunikasi, diperlukan pengetahuan seputar asal-usul kata komunikasi.

Dari sudut etimologi, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "*communicare*" yang artinya "berbagi" atau "menghubungkan". Komunikasi secara mendasar adalah suatu pikiran, makna, atau pesan yang diadakan secara sama atau dibagikan dengan cara yang membuatnya menjadi umum di antara para pihak yang terlibat.

Hal yang senada, pengertian komunikasi secara etimologi, juga disampaikan oleh Wiryanto bahwa kata "*communication*" merujuk pada kata "*communicatio*" dalam bahasa latin, bermakna pemberitahuan, pertukaran informasi, yang dalam proses itu pembicara menginginkan pertimbangan atau jawaban dari lawan bicara. Jika ditinjau dari kata sifat, merujuk pada kata *communis* yang bermakna "bersifat umum dan terbuka, bersama-sama". Sedangkan

dari sudut kata kerja, merujuk pada kata “*communicara*”, bermakna “bermusyawarah, berunding dan berdialog”.

Adapun secara terminologis, ditemukan sejumlah definisi tentang kata komunikasi. *The Oxford English Dictionary* memberi makna bahwa komunikasi merupakan pemberian, penyampaian, atau pertukaran ide, pengetahuan, informasi, dsb. (*The imparting, conveying, or exchange of ideas, knowledge, information, etc.*). Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: 1995) dijelaskan bahwa komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan, berita diantara dua orang atau lebih sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami secara jelas. Sedangkan Wikipedia mengartikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya.

Para pakar ilmu komunikasi juga berbeda-beda redaksional dalam mendefinisikan komunikasi. Berikut ini definisi komunikasi dari berbagai pakar.

1. Hafied Cangara

Hafied berpendapat bahwa “komunikasi merupakan suatu proses antara dua orang atau lebih untuk melakukan pertukaran informasi, yang berujung pada adanya saling pengertian atau saling memahami”.

2. Everett M. Rogers

Everett menyatakan bahwa “komunikasi adalah proses mentransfer gagasan atau dari informan kepada penerima, dengan harapan dapat mengubah perilaku penerima”.

3. Onong Uchjana Effendy

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial.

4. Wiryanto

“Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.”

Merujuk pada konsep komunikasi secara etimologi dan terminologi serta pandangan sejumlah ahli yang dipaparkan di atas, secara sederhana dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan/informasi antara komunikator kepada komunikan melalui sarana tertentu sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Ada sejumlah pandangan tentang unsur – unsur komunikasi dari beberapa ahli, di antaranya:

Liliweri (2011: 39–43) menyebutkan ada beberapa aspek-aspek komunikasi sebagai berikut: pengirim, penerima, pesan, saluran, noise, umpan balik, kerangka pengalaman, konteks, pengkodean dan penguraian, dan pesan.

Elemen komunikasi yang lebih sederhana yang dikembangkan oleh David K. Berlo atau biasa disebut SMCR sebagaimana dikemukakan dalam Cangara (2007: 23). Adalah memiliki unsur-unsur antara lain seperti: Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluran media), dan Receiver (penerima).

Harold Lasswel memaparkan komponen komunikasi didalam Mulyana (2012: 69–71). Dengan *Who Says? What in? Which channel? To Whom? With What Effect?* Penjelasan ini memperjelas bahwa komunikasi terdiri dari lima unsur seperti berikut:

1. *Who Says* adalah individu atau komunikator yang memberikan informasi.

2. *What in* Informasi apa saja yang akan disajikan dan apa saja informasi atau isinya.
3. *Which Channel* Media atau saluran apa yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan.
4. *To Whom* Kepada Siapa, yaitu komunikan atau penerima komunikasi.
5. *What Effect* Mengacu pada tindakan selanjutnya yang dilakukan penerima atau komunikan setelah menerima pesan atau data dari sumber atau komunikan.

Kelima faktor di atas termasuk adalah unsur komunikasi tetapi menurut Nurudin (2016:44-57) dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Dua aspek lagi adalah Umpan Balik dan Lingkungan, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Komunikator

Penyampai pesan atau biasa disebut komunikator, sumber, encoder, atau pengirim informasi bisa berupa individu, beberapa individu, kelompok atau massa yang bertanggung jawab atas semua kegiatan komunikasi yang berlangsung.

2. Pesan

Adalah segala bentuk informasi berupa verbal maupun non verbal dari komunikator atau pembuat pesan kepada penerima pesan. Pesan juga sering disebut dengan isi atau konten dari proses komunikasi.

3. Media

Merupakan alat atau sarana untuk memindahkan pesan dari komunikator ke komunikan dalam prosesnya media bisa menjadi perantara langsung seperti sedang bertatap muka, atau menggunakan media audio seperti radio, telepon, lalu ada juga yang menggunakan media visual seperti surat kabar, email, dan lain sebagainya. Lalu ada juga media audio visual seperti televisi dan lain lain.

4. Komunikan

Merupakan orang yang menjadi sasaran komunikator untuk mengirim pesan. Seperti halnya dengan komunikator, komunikan bisa berupa individu, kelompok, massa, dan lain sebagainya.

5. Efek

Apa yang terjadi setelah komunikan menerima pesan dari komunikator itulah yang disebut efek. Efek berupa perbedaan apa yang dipikirkan, dirasakan dan yang akan dilakukan oleh komunikan dari pesan yang telah diberikan oleh komunikator.

6. Umpan Balik

Adalah respon yang diberikan setelah pengirim pesan menyampaikan maksudnya kepada komunikan atau penerima pesan mengenai keefektifitasan pesan yang diberikan.

7. Lingkungan

Merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi proses komunikasi karena bisa jadi komunikasi menjadi diterima dengan baik jika lingkungannya mendukung dan kondusif, begitupun juga sebaliknya.

2.1.3 Fungsi Dan Jenis-Jenis Komunikasi

Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis* 2013, memberikan rincian komunikasi bahwa secara fungsional komunikasi dilakukan demi ragam kepentingan atau tujuan, utamanya untuk:

1. Menginformasikan (*to inform*)

Ini berarti memberikan informasi kepada masyarakat. Bertujuan untuk memberi tahu orang lain tentang hal-hal yang terjadi, pendapat, dan tindakan orang lain. Serta informasi lain yang disampaikan oleh orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Ini berarti informasi berposisi sebagai sarana edukasi. Melalui komunikasi, masyarakat dapat mentransfer gagasan atau ide kepada orang

lain. Dengan demikian, komunikasi bermanfaat untuk memfasilitasi distribusi informasi dan ilmu pengetahuan (knowledge).

3. Menghibur (*to entertain*)

Selain memiliki berbagai fungsi seperti, menginformasikan, dan mendidik. Ternyata komunikasi juga memiliki fungsi sebagai menghibur.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi ini berkaitan dengan pengaruh yang dimiliki oleh setiap individu yang berkomunikasi. Melalui proses komunikasi, upaya yang dilakukan untuk saling mempengaruhi pemikiran komunikan, serta mengubah sikap dan perilaku mereka sesuai dengan harapan yang komunikator inginkan.

2.2 Komunikasi Dakwah Interpersonal Dalam Al-Qur'an

2.2.1 Pengertian Dakwah

Jika ditelisik dari akar katanya, "dakwah" bersumber dari kata Arab "*da'wah*". Adapun bentuk masdarnya berasal dari kata kerja "*da'a*" dan "*yad'u*", yang bermakna seruan, ajakan, atau panggilan. Adapun, seruan atau panggilan dapat ditransmisikan melalui suara, kata-kata, atau perbuatan Seseorang yang bertugas sebagai pemanggil saat waktu sholat telah tiba (adzan) atau biasa disebut *muadzdzin* akan memanggil dan mengajak orang lain untuk melaksanakan shalat. Seseorang yang mengajak orang lain untuk beriman dan menyembah Allah bisa disebut dengan da'i.

Pengertian dakwah tersebut di atas relevan dengan ayat Al-Qur'an:

"Serulah oleh kalian (umat manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, nasihat yang baik, dan berdebatlah dengan mereka secara baik-baik..." (QS. An-Nahl:125).

Oleh sebab itu, dakwah merupakan aktivitas memanggil, menyeru mengajak, manusia agar bertaqwa dan beriman kepada Allah dengan menjalankan syariat islam dengan penuh kerelaan supaya untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat dapat tercapai adalah tujuan utama dari dakwah.

Berikut ini pengertian dakwah yang disampaikan oleh sejumlah pakar, di antaranya:

1. Muhammad Natsir (2000)

Usaha untuk menyerukan, menyampaikan pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, termasuk amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai cara yang diizinkan oleh akhlak, dan membimbing pengalaman mereka dalam kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat, dan negara adalah definisi dari dakwah

2. Endang S. Anshari (1991).

Menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain melalui lisan atau tulisan disebut sebagai dakwah.

3. Amrullah Ahmad (1999).

Usaha atau upaya dalam menyeru, mengajak manusia agar masuk ke jalan yang telah Allah tetapkan secara menyeluruh, bisa melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan adalah definisi dari dakwah. Sebagai upaya umat muslim mewujudkan islam menjadi kenyataan dari kehidupan pribadi, kelompok, maupun masyarakat.

Berdasarkan hal di atas, dapat dipahami bahwa dari setiap perkataan, pemikiran, dan tindakan yang secara langsung atau tidak langsung mengajak orang kearah kebaikan (dalam sudut pandang islam), atau kebenaran dalam konteks ajaran islam maka bisa disebut dengan dakwah.

Adapun bidang bidang komunikasi seperti:

1. Komunikasi Pemasaran

Istilah ini mengacu pada pesan dan sarana yang digunakan oleh pemasar untuk berbicara dengan target audiensnya. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan dalam komunikasi marketing harus relevan, menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan posisi pasar perusahaan dan identitas mereknya.

2. Komunikasi Politik.

Cangara (2009:32) Menurut Cangara, Komunikasi politik adalah satu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.

3. Komunikasi Pembangunan

Menurut buku Sumadi Dilla berjudul "Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu" (2007), Peterson menyatakan bahwa komunikasi pembangunan merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan taraf sosial dan ekonomi negara yang sedang berkembang dengan menggunakan cara atau proses komunikasi dan media.

4. Komunikasi Keluarga

Hurlock dalam Tuti Bahfiarti (2016:70) menyatakan bahwa komunikasi keluarga adalah proses pembentukan pola kehidupan dalam berkeluarga di mana elemen pendidikan, sikap, dan perilaku anak dapat memengaruhi perkembangan anak. Beberapa aspek dalam kehidupan keluarga dapat diubah oleh modernitas, yang mengakibatkan perubahan besar dalam pola keluarga.

5. Komunikasi Dakwah.

Dalam pandangan Toto Tasmara, komunikasi dakwah termasuk salah satu jenis komunikasi yang sangat khas, sebab penyampai pesan menyampaikan pesannya kepada komunikan berbasis pada rujukan Al Qur'an dan Al-Hadist dengan maksud agar komunikan dapat menjalankan perilaku atau sikap yang benar sesuai panduan Al Qur'an dan Al-Hadist.

2.2.2 Media Komunikasi Dakwah

Karena tidak mungkin melakukan dakwah tanpa media yang membantu proses komunikasinya, setiap alat dan media bisa digunakan sebagai media komunikasi selama dakwah berlangsung.

Media massa termasuk pada bagian dari media komunikasi, serta segala sesuatu yang dapat mendukung keberlangsungan dakwah. Media dakwah berkembang seiring dengan perkembangan media komunikasi di zaman sekarang ini. Media massa disini adalah yang biasa digunakan untuk media dalam berdakwah, seperti media cetak (majalah, tabloid, surat kabar) dan media elektronik (televisi, radio, dan internet). Untuk keperluan itu, media dakwah perlu dipilih yang selaras dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Hal itu dikarenakan media dakwah tertentu belum tentu cocok difungsikan pada segala situasi dan kondisi.

Berikut ini adalah macam macam media yang bisa digunakan dalam melakukan dakwah. Karena dilihat dari penyebarannya maka dapat dikelompokan menjadi tiga jenis yakni:

1. Media Audio

Media audio atau verbal menyampaikan pesan melalui alat yang dapat memancarkan frekuensi tertentu. Di sisi lain, media audio adalah ketika penerima pesan dapat menggunakan indera manusia yakni telinga untuk menangkap pesan. Perangkat audio seperti pemutar CD, radio, dan lainnya.

2. Media Audio-Visual

Media dakwah melalui audio-visual merupakan penyampaian pesan kepada objek dakwah melalui pemakaian atau penyertaan gambar dan suara secara terpadu. Dengan cara seperti itu, objek dakwah dapat menikmati objek visual berupa tayangan bergambar dan suara secara Bersama. Contoh media jenis dakwah audio-visual adalah tayangan televisi, tayangan video atau film yang bersuara.

Media komunikasi audio visual juga mengalami perkembangan yang sangat pesat akhir-akhir ini. Saat ini, media sosial di ponsel pintar seperti YouTube,

TikTok, Instagram, dan platform lain yang mendukung video dan audio juga dapat digunakan untuk mengkomunikasikan konten audio visual.

Oleh sebab itu, media audio visual banyak digunakan dalam komunikasi karena memudahkan pesan menjadi lebih bisa dipahami dan berfungsi sebagai media yang sangat baik untuk berdakwah.

3. Media Cetak

Segala bentuk cetak yang digunakan untuk menampung dan mengkomunikasikan kata-kata atau pesan dakwah kepada orang-orang yang dijadikan sasaran (objek) dakwah dianggap sebagai media cetak. Berbagai bentuk media dakwah yang dibahas pada penelitian ini seperti buku, surat kabar, majalah, buletin, jurnal, stiker, dan lain-lain. Itu adalah sekian dari banyak kategori media dakwah. Namun pada penelitian ini hanya akan membahas media komunikasi cetak. Media-media tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Buletin

Buletin merupakan media cetak yang disebarluaskan kepada kelompok tertentu secara berkala oleh organisasi atau institusi tertentu. Bentuknya berupa majalah dan berisi artikel berita singkat atau komentar tertulis. Buletin juga dapat berupa pengumuman publik berbentuk singkat yang sering kali diberikan oleh sumber yang dapat dipercaya. Buletin, lebih tepatnya, adalah berita singkat yang dimaksudkan untuk dipublikasikan atau disiarkan secara langsung. Selain menyajikan berita yang ringkas, buletin juga terkadang menyertakan gambar atau grafik yang menyertainya didalamnya.

2. Majalah Organisasi

Salah satu metode komunikasi informal yang digunakan oleh organisasi adalah media cetak salah satunya adalah majalah, yang dibuat secara internal dan hanya didistribusikan di dalam organisasi. Majalah organisasi juga dimungkinkan ditujukan kepada masyarakat umum. Majalah biasanya meliputi topik yang berkaitan dengan organisasi yang bersangkutan.

3. Buku

Dakwah melalui literatur mempunyai tujuan dan manfaat yang besar, penelitian ini salah satunya memuat literatur yang bersumber dari tafsir, khususnya yang

ditulis oleh Imam Ibnu Katsir yang ada pada penelitian ini. Oleh karena itu buku termasuk sebagai sarana penyebaran dakwah via media cetak



2.2.3 Macam Macam Konteks Komunikasi

1. Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication*).

Dijelaskan oleh Devito (1997), komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung.

2. Komunikasi Interpersonal (*Interpersonal Communication*).

Komunikasi interpersonal, seperti yang dikatakan R. Wayne Pace kontak tatap muka antara lebih dari satu orang bisa disebut sebagai komunikasi interpersonal. Hasilnya, komunikasi dapat memberikan tanggapan sekaligus dan komunikator dapat menyampaikan pesannya secara langsung.

3. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*).

Komunikasi kelompok menurut Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) adalah percakapan tatap muka antara tiga individu atau lebih dengan tujuan yang telah ditentukan, seperti bertukar informasi, menjaga diri sendiri, dan menyelesaikan masalah, dimana partisipan dapat mengingat kembali tujuan masing-masing individu lainnya secara akurat.

4. Komunikasi Publik (*Public Communication*).

Penyampaian informasi atau pesan kepada masyarakat luas dalam bentuk ajakan, gagasan, dan pemikiran disebut dengan komunikasi publik karena komunikasi atau penerimanya tidak dapat diidentifikasi secara individu oleh komunikator. Dalam istilah De Vito (1982), komunikasi publik adalah informasi yang disebarluaskan melalui media audio dan visual yang ditujukan bagi setiap orang yang membaca dan mengamatinya.

5. Komunikasi Massa (*Mass Communication*).

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003 dalam Ardianto, 2007).

2.2.5 Al-Qur'an dan Komunikasi Interpersonal

Definisi Al-Qur'an

Menurut KBBI, Al-Qur'an merupakan kitab suci umat Islam yang memuat kalamullah, diwahyukan kepada Nabi Muhammad melalui perantara malaikat sang penyampai wahyu, yakni malaikat Jibril. Adapun Al-Qur'an difungsikan untuk dibaca, dimengerti maknanya, dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari bagi umat Islam. Ini menunjukkan bahwa posisi Al-Qur'an adalah sebagai navigasi atau pegangan hidup bagi umat manusia.

Sungguh, Alquran ini memberi petunjuk ke (jalan) yang paling lurus dan memberi kabar gembira kepada orang mukmin yang mengerjakan kebajikan, bahwa mereka akan mendapat pahala yang besar. (QS Al Isra:9)

Al-Qur'an mempunyai sejumlah nama di antaranya al-Furqān (pembeda), al-Kitāb (buku), dan al-Ẓikr (peringat). Adapun secara sifatnya, Alquran disebut sebagai ilmu (pengetahuan), kabar gembira, tali Allah, tali yang kuat, kebenaran, dan pernyataan yang jelas untuk manusia.

Pendekatan dari beragam disiplin ilmu menghasilkan beragam definisi yang menyoroti aspek-aspek istimewa dari Al-Qur'an. Sejumlah pakar tafsir juga mendefinisikan Al-Qur'an, di antaranya:

Dr. Subhi Saleh menyebut bahwa "Kalam Allah yang menjadi mukjizat kenabian Rasulullah Muhammad ﷺ, dibukukan dengan sebutan mushaf, dan membacanya termasuk ibadah". Sedangkan Muhammad Ali Ash-Shabuni menyampaikan bahwa "Al-Qur'an merupakan firman Allah, yang tiada banding, diwahyukan kepada Rasul ﷺ, sang penutup para nabi dan rasul. Al-quran diwahyukan melalui Malaikat Jibril, didokumentasikan pada mushaf-mushaf, disampaikan secara mutawatir. Adapun membaca dan mempelajarinya termasuk bagian dari ibadah kepada Allah, surah awalan adalah surah Al-Fatihah dan surah penutup adalah surah An-Nas"

Berdasarkan sejumlah definisi tentang Al-Quran, dijumpai ada titik temu, yakni wahyu Allah yang disampaikan secara turun-temurun antar-generasi, baik tersampaikan secara lisan, maupun tulisan. Secara ringkas, Al-Qaththan mendefinisikan al-Qur'an adalah "firman Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad yang dapat menjadi sarana ibadah dengan membacanya."

Al-Qur'an dan Komunikasi Interpersonal

Al-Qur'an sebagai kitab petunjuk memberikan arahan kepada umat manusia, bukan pada persoalan ibadah saja, tetapi juga pada ranah muamalah. Salah satu dari bentuk muamalah itu adalah komunikasi.

Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai derajat yang lebih baik dan mulia. Sebab, manusia adalah makhluk yang mempunyai beragam kemampuan, salah satunya diberi kemampuan berbicara. Melalui kemampuan berbicara itulah, berpeluang besar bagi manusia untuk menata interaksi sosialnya. Hal ini senada dengan kandungan Surat Ar-Rahman (55: 4): "mengajarnya pandai berbicara"

Hal di atas sejalan dengan pandangan Ibnu Katsir bahwa kata *al-bayān* pada ayat itu dimaknai dengan berbicara (*al-nuḥq*). Kapasitas berbicara berarti kapasitas berkomunikasi. Sedangkan berkomunikasi menjadi hal yang diperlukan di hampir setiap aktivitas kemanusiaan. Melalui komunikasi, dapat tercipta kondisi saling memahami, memunculkan persaudaraan, pertemanan, menjaga sikap kasih-sayang, menebar pengetahuan, dan memelihara peradaban. Meski demikian, Jalaluddin Rahmat mewanti-wanti bahwa komunikasi juga berpeluang menghadirkan perdebatan, perselisihan, permusuhan, bahkan juga menumbuhkan kebencian, menghalangi laju kemajuan pemikiran.

Hal itu mengisyaratkan bahwa berkomunikasi tidak serta merta menjadi kemudahan bagi setiap manusia. Pandangan ini bisa jadi dilandasi oleh asumsi sederhana bahwa komunikasi merupakan suatu hal alamiah sehingga kurang dipandang perlu untuk diilmui. Sejalan dengan hal itu, James G. Robbins dan Barbara S. Jones berpandangan bahwa berkomunikasi secara efektif sesungguhnya merupakan perbuatan kompleks yang tidak mudah bagi seseorang.

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi secara umum berkorelasi dengan komunikasi islam, misalnya dari aspek hubungan antar sesama manusia. Di dalam Al-Qur'an disebutkan sejumlah makna yang terkait hubungan antar sesama manusia (komunikasi interpersonal), misalnya *bayan* (Surat Ar-Rahman: 1-4), dan *alqaul*, seperti *qaulan sadīdan* (Surat An-Nisā'/4: 9, 33, 70), *qaulan bālighan* (Surat An-Nisā'/4: 63), *qaulan mansyūran* (Surat Al-Isrā'/17: 28), *qaulan layyinan* (Surat Tāha/20: 44), *qaulan karīman* (Surat Al-Isrā'/17: 23) dan *qaulan ma'rūfan* (Surat An-Nisā'/4: 5).

Komunikasi interpersonal dalam al-Qur'an digambarkan bukan hanya pada kehidupan dunia saat sekarang bahkan juga pada kehidupan di akhirat kelak. Salah satu ayat yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal, yaitu pada surat al-Baqarah 130-134 yang mencerminkan komunikasi interpersonal dalam bentuk dialog atau percakapan, selanjutnya lebih detil ayat itu akan dianalisis secara mendalam pada bab pembahasan penelitian ini.

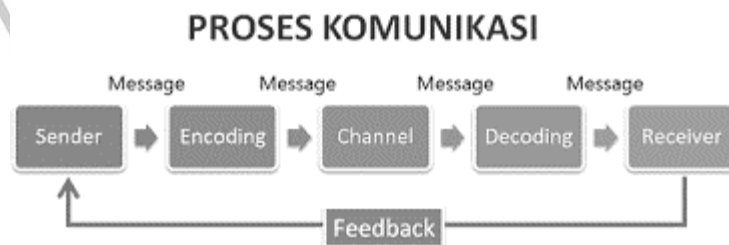
2.3 Pesan Dakwah Dalam Komunikasi Interpersonal

Keberadaan komunikasi dalam kehidupan manusia begitu penting dan strategis sebab melalui komunikasi tersampaikanlah informasi, ide, gagasan kepada orang lain. Unsur penting dalam proses komunikasi adalah adanya pesan. Untuk itulah, keterampilan mencerna pesan yang terkandung dalam komunikasi merupakan keterampilan penting.

Pengertian Pesan

Secara bahasa, pesan artinya perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain; perkataan (nasihat, wasiat) yang terakhir (dari orang yang akan meninggal dunia). Sejumlah pakar mendefinisikan pesan. Di antaranya, Tasmara memaknai bahwa pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi.

Sedangkan Hafied mendefinisikan pesan sebagai serangkaian isyarat/symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat/symbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu. (Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* 2004). Adapun Onong Effendy menyebutkan bahwa pesan merupakan “*Suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain*”. (Effendy, 1989)



Tabel 2. 1 Proses Komunikasi

Pesan memang berperan penting dalam proses komunikasi, menjadi hal ikhwal berlangsungnya proses sebagaimana terpaparkan dalam diagram proses komunikasi. Ada empat komponen utama dalam proses komunikasi, yakni

1. Elemen, atau unsur (encoding)
2. Media transmisi (channel)
3. Decoding
4. Umpan balik (feedback)

Hal itu mencerminkan proses komunikasi pengirim dan penerima, yang diawali dengan pengirim dan diakhiri dengan penerima.

Pembicaraan terkait pesan (message) dalam proses komunikasi tentu juga berkait erat dengan simbol dan kode. Sebab, pesan yang dikirimkan komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode yang mentransmisikan gagasan, perasaan, nilai, atau maksud komunikator. Dalam hal ini, Onong Effendy berpandangan bahwa pesan adalah

“Suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”.

Adapun pesan yang mewujud dalam bentuk lambang lambang/symbol-symbol yang mempunyai arti terbentuk melalui beberapa, unsur yakni:

1. Verbal, yaitu simbol yang diucapkan secara lisan atau tertulis.
2. Non verbal, yaitu simbol disampaikan dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat/ gambar lukisan dan warna. Jadi, dalam hal ini, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi.

Sedangkan pesan terpahami dengan baik melalui tiga unsur, yakni kode pesan, isi pesan dan wujud pesan. Berikut penjelasannya.

1. Kode pesan, yakni sejumlah simbol yang dirangkai dengan baik sehingga dapat dipahami orang lain. Misalnya, bahasa dalam kita berbahasa Indonesia akan tercakup kode yang meliputi unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang dirangkai dengan baik sehingga dapat terpahami.
2. Isi pesan yakni materi yang dipilih dan ditentukan oleh komunikator untuk menyampaikan pikirannya.
3. Wujud pesan, yakni pembungkus pesan itu sendiri melalui wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Untuk keperluan kesesuaian maksud yang efektif antara komunikator dan komunikan, pesan perlu disampaikan sebaik mungkin. Di antara sejumlah hal yang perlu dikondisikan dalam penyampaian pesan yaitu pesan haruslah:

1. Cukup jelas. Pemakaian Bahasa yang mudah dicerna, tidak berbelit rumit sehingga mis-komunikasi.
2. Benar atau faktual. Artinya, pesan yang disampaikan adalah fakta, tidak menimbulkan keraguan atau bersifat mengada-ada.
3. Ringkas, yakni tidak bertele-tele.
4. Menyeluruh (comprehensive). Pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang tersusun secara utuh dan menyeluruh.
5. Nyata (concrete). Pesan bukan merupakan kabar angin atau hoax, harus bisa dipertanggung jawabkan.
6. Lengkap dan sistematis.
7. Menarik dan meyakinkan karena logis.
8. Segar, disampaikan dengan diksi yang segar.
9. Mantap, penuh nilai, yang tidak kontradiktif antar bagian

2.3.1 Unsur Komunikasi Dakwah

Dakwah, apa pun bentuknya, merupakan komunikasi. Jadi, dakwah selalu merupakan bentuk komunikasi. Dakwah berarti komunikasi, namun tidak semua komunikasi berarti dakwah.

Komunikasi dakwah, menurut Toto Tasmara, merupakan suatu bentuk komunikasi khusus dari seseorang komunikator, yang menyampaikan pesan-pesan berdasarkan dari ajaran al Qur'an dan as-Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.

Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai menyebarkan dan mempertahankan kebenaran ajaran Islam melalui proses penyebaran informasi tentang Islam kepada komunikator (objek dakwah, mad'u). Komunikasi yang berkaitan dengan ajaran Islam atau termasuk pelaku dan pesan dakwahnya bisa disebut juga dengan komunikasi dakwah dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.

Adapun dalam pembahasan pada penelitian ini, komponen komunikasi dakwah merujuk pada unsur-unsur komunikasi secara umum yang disampaikan oleh seorang pakar ilmu komunikasi Harold Laswell. Di dalam buku Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* disebutkan bahwa Harold Laswell membagi komponen komunikasi sebagai berikut:

1. Sumber (*source*)

Yakni pihak yang menyampaikan. Pihak ini merupakan *sender*, *communicator*, *speaker*, *encoder*, atau *originator*.

2. Pesan (*says what/message*)

Yakni isi informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima (komunikan). Isi informasi itu berupa seperangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tersebut.

3. Saluran (*In Which Channel*)

Yakni alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung.

4. Penerima (*To Whom/receiver*)

Yakni pihak yang menyerap atau menerima pesan dari sumber. Pihak ini tidak lain adalah tujuan (*destination*) / pendengar (*listener*) / khalayak (*audience*) /komunikan/penafsir/penyandi balik (*decoder*).

5. Efek (*With What Effect*)

Yakni Dampak/efek yang terjadi pada komunikan(penerima) setelah menerima pesan dari sumber, misalnya bertambahnya pengetahuan, pemahaman atau perubahan sikap.

Senada dengan unsur-unsur komunikasi tersebut di atas, dakwah yang juga merupakan proses komunikasi, juga memiliki sejumlah unsur komunikasi dakwah. Munir, 2006 dalam buku *Manajemen Dakwah*, menjelaskan bahwa unsur-unsur dakwah yaitu:

1. Da'i atau juru dakwah (komunikator, sender, source)

Yakni orang yang melakukan kegiatan berdakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan baik secara perorangan ataupun kelompok (komunikator). Disebut Dai sebab yang bersangkutan (muslim atau muslimah) mempoisisikan kegiatan berdakwah sebagai kegiatan utama dalam kesehariannya. Untuk itulah, Dai perlu mempunyai pemahaman yang lurus tentang materi dakwah agar manusia tidak salah arah dalam menjalani kehidupan berdasarkan tuntunan agama.

2. Mad'u (komunikan, receiver, penerima, objek)

Yakni individu atau kelompok yang menerima isi materi dakwah (komunikan). Sebelum menyampaikan materi dakwah, dai perlu memahami situasi dan kondisi komunikannya agar lebih mudah dalam proses komunikasi dakwah. Adapun kondisi yang perlu dipertimbangkan oleh seorang dai adalah jenis kelamin (laki laki atau perempuan), umurnya (anak-anak, pemuda atau orang tua), masyarakat pedesaan atau masyarakat perkotaan. Bahkan, perlu pula dipahami dari aspek keadaan perekonomian, orang kaya, orang menengah atau orang miskin.

3. Maddah/Pesan (message)

Yakni materi dakwah, berupa ajaran, syariat, nilai-nilai yang akan disampaikan oleh dai. Materi dakwah ini tentu saja bersumber dari Al Quran dan As Sunnah. Adapun pokok-pokok materi dakwah Islam meliputi aspek aqidah, aspek akhlaq, aspek syariah, dan aspek mu'amalah.

4. Wasilah/Channel, yaitu media atau sarana yang digunakan

Yakni alat (wasilah) yang digunakan oleh dai untuk menyampaikan materi dakwahnya, di antaranya dakwah melalui lisan, seperti berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan semacamnya. Dakwah melalui tulisan, seperti buku, majalah, surat kabar. Dakwah melalui visual, misalnya kaligrafi atau seni ukir. Dakwah audiovisual, misalnya film atau sejenisnya dalam tayangan televisi.

5. Atsar/Efek/feedback (dalam dakwah, efek yang diharapkan berupa iman dan amal saleh/takwa).

Yakni reaksi yang terjadi pada objek dakwah setelah terjadi proses komunikasi dakwah oleh Dai. Atsar (efek) disebut pula dengan istilah feedback (umpan balik) dari proses dakwah. Apakah menerima, menolak, atau mereaksi lain terkait dengan materi-materi dakwah. Maka, diperlukan menganalisis atsar dakwah secara cermat sebelum berdakwah secara cermat agar tidak terjadi kesalahan strategi dakwah.

2.3.2 Macam Macam Isi Pesan Dakwah

Ada sejumlah pesan dakwah. Namun, secara umum, pesan dakwah dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, sebagai berikut:

1. Pesan Aqidah

Yakni prinsip dasar tentang keimanan seorang muslim. Dalam hal ini, keimanan merujuk pada sepaket rukun iman dalam Islam, yakni Iman kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, malaikat-malaikat Allah, kitab-kitab Allah, Rasul-rasul Allah, hari kiamat, dan iman kepada takdir Allah.

2. Pesan Syari'ah

Yakni aturan-aturan atau ketentuan beragama yang ditetapkan oleh Allah dalam kitab suci Al-Qur'an atau teks hadis Nabi, meliputi ketentuan sholat, puasa, zakat, haji, serta ibadah lainnya. Juga, ketentuan bermuamalah dengan sesama manusia (ibadah muamalah) di antaranya nikah, jual beli, dan lain-lain.

3. Pesan Akhlak

Yakni moralitas yang berkaitan dengan sikap dan perilaku manusia baik sebagai seorang hamba kepada Tuhannya, kepada sesama manusia atau kepada dan semesta alam.

Ragam Aktivitas Dakwah

Dalam praktiknya, aktivitas dakwah yang berupa amar makruf nahi mungkar, dilakukan oleh pelaku dakwah melalui berbagai aktivitas, yang secara umum dapat digolongkan menjadi tiga hal, yakni :

1. Dakwah *bil-lisan*, berupa penyampaian pesan dalam kegiatan dakwah melalui lisan, misalnya khutbah, diskusi, ceramah dan sebagainya.
2. Dakwah dengan tulisan, berupa penyampaian pesan dalam kegiatan dakwah melalui tulisan, misalnya buletin, majalah, surat kabar dan sebagainya.
3. Dakwah *bil haal*, berupa penyampaian pesan dakwah dalam kegiatan dakwah keteladanan nyata, misalnya bersikap sopan, menjaga lingkungan, semangat menafkahi keluarga, bersikap tekun, sabar, semangat, kerja keras, menolong sesama manusia. Dakwah ini juga dapat mewujud dalam pendirian panti asuhan, lembaga pendidikan, dan sebagainya.

2.4 Definisi Konseptual

1. Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (KBBI)
2. Dakwah adalah 1 penyiaran, propaganda, 2 penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama (KBBI)
3. Kata interpersonal berasal dari dua bentukan: kata inter yang berarti antara dua atau di tengah, yang berarti berada ditengah sesuatu, baik benda mati maupun benda hidup. Istilah interpersonal terkadang digunakan secara bergantian dengan interaksi yang terjadi antara dua objek tersebut. Sedangkan pengertian kata personal adalah “individu” atau “pribadi”.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penulis Mengambil beberapa referensi penelitian terdahulu berupa skripsi, jurnal, dan beberapa data pendukung dengan begitu peneliti bisa menggunakan referensi tersebut untuk membantu dalam mengerjakan penelitian yang akan diteliti, berikut diantaranya adalah:

1. Ahmad Jasyadi “*Analisis Isi Pesan Komunikasi Dalam Surat Al Luqman Ayat 12-19*” Komunike, Volume X, No. 1, (2018)

Berdasarkan hasil penelitian jurnal tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian tersebut seperti mencakup bersyukur kepada semua nikmat Allah, larangan untuk berbuat syirik, anjuran untuk berbakti kepada orang tua, pentingnya mendirikan sholat karena merasa diawasi oleh Allah, serta pentingnya melakukan amar ma'ruf nahi mungkar dan bersikap sabar.

Begitu juga larangan untuk memiliki sifat sombong dan anjuran untuk bersikap sederhana dalam berjalan serta lembut dalam berkomunikasi juga ditekankan.

Hal ini menegaskan pentingnya membangun karakter moral, spiritual, dan etika yang baik dalam diri anak-anak, dengan fokus pada ketaatan kepada Allah, penghargaan terhadap orang tua, dan perilaku yang baik terhadap sesama.

2. Nurfin Sihotang “*Eksplorasi Komunikasi Dakwah Interpersonal dalam al-Quran Surat Luqman*” HIKMAH, Vol. VIII, No. 01, (2014)

Kesimpulan yang bisa diambil dari jurnal tersebut sebagai berikut:

Selama keberadaan manusia, tentu ada aspek aspek dalam menjalani kehidupan. Karena kehidupan sendiri ada proses komunikasi maka dari itu dakwah meupakan aspek penting dalam kehidupan.

Arahan Ilahi harus menjadi landasan kehidupan manusia, sehingga bimbingan dan petunjuk Ilahi itulah yang diberitakan dan dikomunikasikan. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Maka dalam proses pelaksanaannya diperlukan pendekatan yang sopan, jujur, pintar, dan lemah lembut. Atau sesuai dengan anjuran agama dalam mendakwahkan agama islam.