

**PERANAN ILMU KOMUNIKASI
TERHADAP DAKWAH ISLAM**



**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial Islam.(S.Sos.I)**

Oleh :

**AKROM
Nim : 612010001
Jurusan Dakwah**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2014**

Hal : Pengantar Skripsi

Kepada Yth.
Bapak Dekan
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang

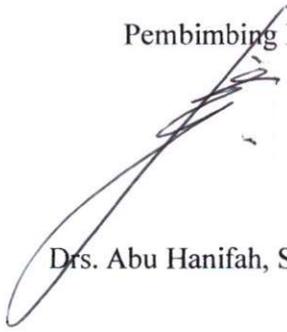
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikanseperlunya, maka skripsi berjudul PERANAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP DAKWAH ISLAM, ditulis oleh Saudara AKROM telah dapat diajukan dalam sidang manaqasyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang

Demikianlah terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,


Drs. Abu Hanifah, S.Ag., M.Hum.

Pembimbing II,


Purmansyah Ariadi, S.Ag., M. Hum

PERANAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP DAKWAH ISLAM

Yang ditulis oleh saudara AKROM, NIM. 612010001

Telah dimunaqasyahkan dan dipertahankan

di depan panitia penguji skripsi

Pada tanggal 05 April 2014

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

Palembang, 05 April 2014

Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

Ketua,



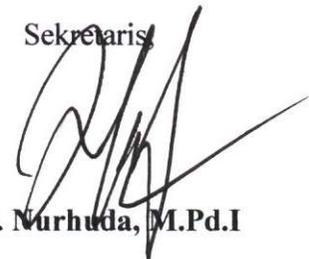
Azwar Hadi, S.Ag. M.Pd.I

Penguji I :



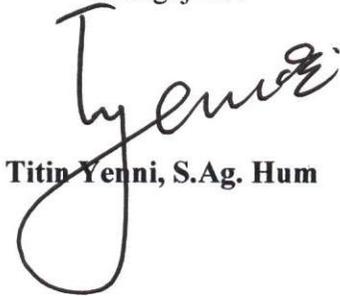
Helyadi, SH., M.H

Sekretaris



Dra. Nurhuda, M.Pd.I

Penguji II :



Titin Yenni, S.Ag. Hum

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Drs. Abu Hanifah, M.Hum

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ *Tidak ada kata menyerah sebelum bertanding.*
- ❖ *Lebih baik mencoba dari pada tidak sama sekali.*
- ❖ *Kesempatan hanya datang satu kali, begitu juga kepercayaan.*
- ❖ *Ikhtiar menuju tawakal, dan berakhir keterharuan atas kesabaran.*
- ❖ *Keberhasilan tidak datang secara tiba-tiba,
tapi karena usaha dan kerja keras.*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk:

- *H.Jalaludin (Ayahku) dan Hj.Trisia (Ibuku), yang telah mendukungku, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun.*
- *Akbar (Kakaku) dan Lolita Azhara (adikku), makasih telah memberiku motivasi dan makasih sudah sayang sama aku yang banyak maunya ini.*
- *Riza umami, yang telah memberiku semangat yang selalu mendukungku, memberi support untuk ku dan selalu membantu ku disaat aku dalam kesulitan dan kesusahan, Makasih sudah menemaniku selama ini.*
- *Personil anak kosan, Kartok, Antoni saputra, Decky dwi prassetiyo, Darmadi, Reza ariadi, dan yang lainnya, makasih buat persahabatannya, kalian semua udah banyak membantuku dalam suka dan duka, Kalian semua adalah sahabat terbaikku.*
- *Untuk almamater yang selalu menemaniku.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa syukur yang tiada terhingga kepada Allah Swt, Yang Maha Penyanyang, memberi petunjuk bagi hamba-hamba yang dikehendaki-Nya. Semoga Sholawat dan salam sejahtera tercurah kepada Nabi Muhammad Saw dan keluarganya yang telah mencurahkan seluruh daya dan upaya dalam menyampaikan risalah ilahiyah kepada umat manusia untuk keselamatan hidup didunia dan akhirat.

Sesungguhnya tiada daya dan upaya yang mampu dilakukan manusai kecuali atas petunjuk dan pertolongan Allah Swt, Alhamdulillah Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, semua itu atas petunjuk dan pertolongan Allah Swt.

Disamping itu, dalam penggerapan skripsi ini tentunya telah melibatkan banyak pihak yang memberikan masukan dan bantuan yang tidak ternilai harganya, oleh karena itu kepada Allah saya berdoa, semoga bantuan tersebut diberkati dan diterima sebagai pahala yang berlimpah. Dalam kesempatan ini juga saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayah-Ibu serta saudara-saudaraku diBangka terutama diDesa Jelutung II yang tiada hentinya mendo,akan selama aku menyelesaikan studi di Muhammadiyah.
2. Bapak Dekan Fakultas Agama Islam beserta Staf dan Pembantu Dekan.
3. Bapak Abu Hanifah S.Ag.M.Hum. Selaku Pembimbing I, yang banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penggerapan skripsi ini.

4. Bapak Purmansyah Ariadi, S.Ag.M.Hum selaku pembimbing II, yang juga dengan kerendahan hatinya telah mengarahkan dan memberikan dorongan semangat bagi penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Rekan-rekan mahasiswa yang seperjuangan di Fakultas Agama Islam.
7. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan kritikan dan dorongan bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selaku manusia biasa tentunya isi skripsi ini masih terdapat kekurangannya, untuk itu saran dan masukannya tetap diharapkan guna penyempurnaan skripsi ini, akhirnya semoga segala usaha ini diridhoi Allah Swt dan bermanfaat bagi kita semua.

Amin ya robbal alamin.....

Penulis

Akrom

612010001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGANTAR PEMBIBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABTRAK.....	viii
BAB. I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	8
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
E. Metode Penelitian.....	10
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB. II TINJAUAN UMUM TENTANG DAKWAH.....	13
A. Pengertian Dakwah	13
B. Sasaran dan Tujuan Dakwah.....	18
C. Faktor Penghambat dan Pendukung Dakwah	22

BAB. III HUBUNGAN ILMU KOMUNIKASI DENGAN DAKWAH, PERANAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP DAKWA ISLAM DAN HAMBATAN DALAM BERKOMUNIKASI.....	30
A. Ilmu Komunikasi.....	30
a. Pengertian.....	30
b. Proses Komunikasi.....	32
c. Tujuan Komunikasi.....	37
B. HUBUNGAN ILMU KOMUNIKASI DENGAN DAKWAH ISLAM	38
C. PERANAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP DAKWAH ISLAM	40
A. Dari Segi Metodologi.....	40
B. Dari Segi Pemanfaatan Media.....	54
D. HAMBATAN-HAMBATAN DALAM BERKOMUNIKASI.....	61
a. Hambatan Internal	62
b. Hambatan Eksternal	62
BAB. IV PENUTUP	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran-Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

AKROM, NIM : 612010001, Skripsi 2014, Judul : Peranan Ilmu Komunikasi Terhadap Dakwah Islam.

Dakwah Islam adalah suatu proses kegiatan secara terencana dan yang dilakukan terus menerus yang dilakukan oleh individu atau kelompok umat Islam dalam rangka mengajak, mendorong, membujuk, dan lain sebagainya agar timbul kesadaran dan pengertian manusia untuk mengamalkan ajaran Islam untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Mencermati pengertian diatas dan dipola proses kegiatan Dakwah Islam yang dilakukan baik periode pertama hingga periode sekarang, pada prinsipnya yang terjadi adalah suatu proses komunikasi antar manusia yang tengah berlangsung. Hanya saja proses kegiatan dakwah Islam adalah suatu proses komunikasi yang khas (khusus), artinya ada perbedaannya dengan proses komunikasi secara umum. Oleh Karena itu bila dinilai dari segi tujuan dan landasan teori / idenya tentunya sangat berbeda dengan komunikasi umumnya.

Sebagai suatu disiplin ilmu, Ilmu Komunikasi dan Dakwah Islam memiliki kesamaan dan juga mempunyai hubungan yang sangat erat. Hubungan itu terlihat dari segi metodologinya dan segi pemanfaatan media yang dipergunakan oleh kedua kegiatan tersebut. Oleh karena itu bagaimanapun juga keduanya tentunya akan saling berhubungan. Kegiatan dakwah sebagai suatu bentuk komunikasi khusus tentunya akan lebih baik dan sempurna bila mampu memanfaatkan Ilmu Komunikasi sebagai penunjang dan pendukung bagi kelancaran kegiatan dakwah Islam.

Adapun permasalahan dalam skripsi ini, Bagaimana Hubungan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam, Bagaimana Peranan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam dan Apa Hambatan-hambatan dalam berkomunikasi ?. jenis data dalam skripsi ini adalah menggunakan data kualitatif dan literature, pengumpulan data yang dijadikan adalah sumber primer data yang diambil dari kitab al-Qur'an dan al-hadist dan buku-buku yang berhubungan ilmu komunikasi terhadap dakwah Islam. Dan sumber sekunder data penunjang yang diambil dari buku-buku yang bersifat mendukung seperti media cetak, majalah dan berbagai sumber yang dipercaya.

Kesimpulan *pertama*, Hubungan ilmu komunikasi dengan dakwah itu memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan, ini dapat dipahami dari kontek dua ilmu tersebut. Dimana dakwah didefinisikan sebagai upaya mengajak manusia supaya masuk ke dalam jalan Allah secara menyeluruh (kaffah), baik dengan lisan, tulisan maupun perbuatan. Sementara itu, komunikasi adalah aktivitas pengiriman dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, dan berlangsung dalam

sebuah konteks, dan mengharapkan adanya efek. Komunikasi juga merupakan suatu transaksi, proses simbolik yang memungkinkan setiap individu berhubungan satu sama lain dan saling mengatur lingkungannya. Peranan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam dapat terlihat dari segi metodologi dan pemanfaatan media yang digunakan. Keduanya merupakan sarana penunjang dan metode pendukung kelancaran pelaksanaan proses dakwah Islam. Proses komunikasi tidak akan berjalan lancar jika terjadi gangguan atau hambatan dalam berkomunikasi. Hambatan-hambatan dalam Berkomunikasi itu antara lain : *Pertama*, Hambatan Sosio-Antropologos-psikologis, *Kedua*, Hambatan Simantik, *Ketiga*, Hambatan mekanis dan *Keempat*, Hambatan Ekologis, dan sebagainya.

Saran *pertama*, Untuk praktisis dakwah (da'i) hendaknya memaksimalkan media cetak atau media elektronik seperti radio, televisi dan sebagainya untuk sarana berdakwah. Karena saat ini media cetak atau media elektronik sangat efisien untuk menyampaikan nilai-nilai dakwah, Untuk fakultas dakwah dan komunikasi, hendaknya menggunakan media cetak seperti majalah, buku, Koran, tabloid, pamphlet, bulletin, dan sebagainya digunakan untuk menyebar luaskan nilai-nilai dakwah kepada mahasiswa, Hendaknya umat Islam secara umum dan pada secara khusus, agar upaya segera bebenah diri mengantisipasi perubahan tatanan hidup yang ditimbulkan oleh teknologi informasi sekarang ini. Dengan adanya perubahan yang ditimbulkan oleh teknologi, kita harus tetap kuat untuk menyebar luaskan ajaran Islam yang telah disebar luaskan oleh Rosulullah Saw.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak manusia lahir ke dunia, manusia telah melaksanakan kegiatan atau proses Komunikasi terhadap orang-orang yang disekitarnya. Komunikasi itu berlangsung sederhana tetapi mampu mencapai sasaran yang diinginkan. Proses Komunikasi terus berlangsung hingga manusia berakhir menutup usianya (meninggal dunia).

Dengan semua pengetahuan dan keterampilan yang kita miliki, pengetahuan dan keterampilan yang menyangkut merupakan hal yang paling penting dan berguna. Melalui komunikasi antar pribadi kita berbicara dengan diri sendiri tentang ini dan itu, mempertimbangkan keputusan-keputusan yang akan diambil dan menyiapkan pesan-pesan yang akan kita sampaikan kepada orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi, kita berintraksi dengan orang lain, mengenal mereka dan diri kita sendiri kepada orang lain.

Melalui komunikasi antar pribadilah kita membina, memelihara, kadang-kadang merusak (dan ada kalanya memperbaiki) hubungan pribadi kita, baik kepada pimpinan, teman bekerja, teman seprofesi, kekasih maupun anggota keluarga. Karena komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek ataupun tujuan dengan mengharapkan *feedback* atau umpan balik.

Kalau kita ingin tim kita meraih sukses, orang-orang yang didalam tim harus mampu berbicara satu sama lain, dan juga mampu mendengarkan. Dengan perkataan lain, hakikat komunikasi yang efektif perlu Anda kuasai. Inilah kunci keberhasilan sebuah komunikasi.

Menurut Mulyana , komunikasi menandakan bahwa suatu pikiran, makna, ataupun pesan yang dianut secara sama.¹ Adapun Littlejohn mengatakan bahwa komunikasi interpersonal masuk wilayah konteks komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa.²

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini, tidak terlepas dari peranan langsung Komunikasi sehingga menjadikan tuntunan hidup yang baru dengan sebutan peradaban Informasi Global. Kemajuan ini tidak bisa dipungkiri oleh pihak manapun tidak terkecuali para da'i serta umat Islam umumnya, mau tidak mau kita umat Islam dibelahan bumi manapun akan terbawa kepada lingkaran yang diciptakan oleh peradaban *Informasi Global*. *Global vellage* sebagaimana telah disebut *FuturuloG* sudah terbentuk, karena hampir seluruh kehidupan manusia telah dirambah oleh informasi.

Dengan berkomunikasi, kita dapat memahami secara lebih baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak berbicara. Tetapi, komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang penuh obyek, peristiwa dan manusia lain.

¹ Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta;Pt Sarana Tutorial ,2000), hal. 24

² *ibid*.hal 25

Media sebagai sarana penyampai informasi (pesan) terbukti mampu membentuk Opini Publik, yang pada gilirannya nanti mampu mewarnai arus utama (main stream) dari dinamika suatu masyarakat "urwatul wutsqo" (tali pengikat) yang terkait dengan poros aliran abad XVII dibawah kepemimpinan sayyid jamaludin al- Afgani dan Syech Muhammad Abduh telah memberikan inspirasi bagi bangkitnya komunikasi dengan sifatnya "*Channel of message comumniction*" (alat berkomunikasi) bukan saja sebagai *massege Velaicles* (pembawa pesan) tapi sekaligus juga berfungsi sebagai *massege resources* (sumber pesan), dengan demikian maka tentunya peranannya sangat signifikan bagi kehidupan suatu masyarakat era kini.

Dalam tataran "*Dos sollen*" penguasaan informasi minimal mampu dimanfaatkan oleh da,i untuk 5 (lima) hal : Pertama, penguasaan informasi bisa dimanfaatkan untuk sarana *muaddits*. Kedua, penguasaan informasi bisa dimanfaatkan sebagai sarana *musaddid*. Ketiga, penguasaan informasi bisa dimanfaatkan sarana *mujaddid*. Keempat, penguasaan informasi bisa sebagai sarana *muqoshid*. Kelima, dengan penguasaan informasi bisa dimanfaatkan sebagai saran *mujahid*.

Secara umum semakin banyak orang menyadari akan arti penting penguasaan Komunikasi dan Informasi bagi segala aspek kehidupan manusia, bahkan ada ahli Komunikasi menyamakannya dengan udara yang sangat dibutuhkan oleh manusia untuk hidup.³ Komunikasi dan Informasi serta

³ Assegaff, Dja'far, *Jurnalistik Masa Kini*,(Jakarta PT. Ghalia Indonesia, 1980).hal. 9

penguasaannya merupakan suatu keharusan, hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Ainur Rafiq S sebagai berikut :

“ Siapa yang menguasai informasi, ia berpotensi besar untuk menguasai dunia.⁴ Artinya : Ia akan menjadi raja dunia, dengan menguasai informasi maka opini publik mudah atau bisa dibentuk sesuai dengan formasi yang diinginkannya.

Dakwah sebagai proses informasi nilai-nilai keislaman membutuhkan apa yang dinamakan proses pengkomunikasian. Kandungan ajaran Islam yang didakwahkan merupakan sekumpulan pesan-pesan yang dikomunikasikan kepada manusia. Disinilah berlaku pola proses dakwah dengan proses komunikasi. Apalagi bahwa ajaran-ajaran keagamaan tidak semuanya berupa bentuk keterangan yang gamblang. Sebaliknya kebanyakan pesan keagamaan justru berupa lambang-lambang atau simbol-simbol yang harus diuraikan dan diinterpretasikan, agar dapat dipahami oleh manusia. Menurut Osgood, proses komunikasi ditinjau dari peranan manusia dalam hal memberi interpretasi (penafsiran) terhadap lambang lambang tertentu (pesan). pesan-pesan disampaikan (*encode*) kepada komunikan (dalam bahasa dakwah disebut mad'u) untuk kemudian ditafsirkan dan selanjutnya disampaikan kembali kepada pihak komunikator, dalam bentuk pesan-pesan baik berupa *feedback* atau respons tertentu sebagai efek dari pesan yang dikomunikasikan.

⁴ Ainur Rafiq, (vi. 1993.), hal.15

Kebutuhan terhadap penguasaan komunikasi tidak bisa dihindarkan dan umat Islam dituntut harus mampu memanfaatkannya seoptimal mungkin, guna kepentingan dakwah Islam.

Seorang Komunikator (juru dakwah), yang dapat menarik perhatian pendengar dan dapat mengubah sikap pendengar kearah yang dikehendaki ajaran Islam, memiliki ciri-ciri sebagai berikut : Jujur dan dapat dipercaya, memiliki keahlian pada bidang yang disampaikan.⁵

Oleh karena itu Ethos dan logos sebagaimana disebut oleh Aristoteles sebagai hal yang fundamental didalam kontribusi bangunan, Rithorika merupakan suatu yang harus ada pada juru dakwah.

Dengan Kredibilitas person juru dakwah yang handal ditambah penyusunan materi dan audiens merupakan suatu yang tidak bisa dilepaskan dalam konteks pencapaian sasaran yang diinginkan. Dakwah sendiri yang kita ketahui artinya mengajak, menyeru umat untuk ke jalan kebenaran beramal melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya agar menjadi masyarakat yang madani. Kegiatan dakwah merupakan kewajiban untuk semua umat muslim di dunia. Kegiatan berdakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah saja. Tapi banyak cara untuk melakukan dakwah, bahkan media elektronik on-line seperti internet sekalipun bisa dijadikan untuk media dakwah bagi kaum muslim sekarang ini. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia dari hari ke hari semakin tidak

⁵ Abdurrahman Abdul Koliq, *Metode dan strategi Dakwah.*(Jakarta : PT AL-Kautsar. 1996), hal.8

menentu keadaanya baik itu segi moralitas keagamaan maupun kehidupan sosial, ekonomi atau politik.

Jadi sudah sepantasnya masyarakat muslim ini untuk banyak melakukan dakwah baik secara lisan, tulisan, melalui media, dan alat yang menunjang untuk berdakwah lainnya. Sehingga dengan dilakukannya dakwah setidaknya dapat memperbaiki keimanan individu, kelompok ataupun masyarakat pada umumnya.

Umat Islam yang kini tersebar di seluruh pelosok negeri merupakan umat yang dilatar belakangi oleh banyak perbedaan, bila tidak mampu menguasai komunikasi dengan baik akan terjadi silang sengketa karena kesalah pahaman dalam memahami pesan-pesan yang disandikan. Oleh karena itu muballigh (da,i) dituntut untuk mampu memahami Ilmu Komunikasi dengan baik dalam mendukung misi dan visi dakwahnya yaitu agar manusia mengikuti ajaran Islam dalam mencapai keselamatan didunia dan akhirat.⁶

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ

النَّارِ

Artinya : Dan di antara mereka ada orang yang berdoa: "Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka".

Arifin, H.M. menegaskan strategi dakwah sebagai berikut : “ Titik berat strategi dakwah yang sebenarnya yakni menimbulkan kesediaan seseorang untuk

⁶Departemen Agama Ri, *Al Qur`an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro: 2006).cet ke 1-10

menerima dan mengamalkan *message* yang disampaikan kepadanya dengan ikhlas. Artinya kegiatan dakwah merupakan padanan dari kegiatan komunikasi yang bertujuan mempengaruhi orang lain agar mengubah sikapnya sesuai dengan keinginan kita.⁷

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan. Komunikasi dalam dakwah sangat diperlukan, disinilah kita mempunyai kemampuan untuk membangun suatu sikap atau tingkahlaku yang sesuai dengan misi atau pesan dakwah yang disampaikan. Keefektifan suatu bahasa sangatlah penting, apalagi dalam dunia dakwah. Karena hal ini akan mempermudah komunikator atau mubaligh dalam menyampaikan pokok bahasan atau materi yang akan disampaikannya. Sehingga komunikan atau mustami tidak salah paham terhadap apa yang kita sampaikan dan mereka bisa memahami esensi dari dakwah itu sendiri. Hasilnya, ada kesesuaian pikiran antara penyampai atau komunikator dan komunikan sendiri (komunikasi yang dijalankan berlangsung sempurna).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “ Serulah (Manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan baik “. Sesungguhnya Tuhan-Mu

⁷ Arifin. *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: PT Bumi Aksa,1997),hal.43

*Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*⁸

Hal ini ditegaskan juga dalam QS : Ali-Imron ayat : 104 yang berbunyi sebagai berikut :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

*Artinya: “ dan hendaklah ada diantara kamu umat yang akan mengajak kepada kebaikan dan menyeruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.*⁹

Ayat diatas mengisyaratkan bahwa Islam merupakan suatu ajaran yang terbuka (*Fleksible*), yang dapat diajarkan dengan berbagai cara dan dengan menggunakan berbagai media, dengan hal ini maka strategi yang akan diambil bisa berubah-ubah sesuai dengan kondisi dan situasi bisa mendukung terlaksanakan kegiatan dakwah Islam dan pada akhirnya sasaran yang diinginkan bisa tercapai.

Disini diharapkan akan terjawab bahwa bagaimana hubungan dakwah Islam dengan ilmu Komunikasi (Prinsip-prinsip Komunikasi) yang secara tidak sadar kita telah mampu memberikan komentar yang tepat akan hal itu.

⁸Departemen Agama Ri, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro: 2006).cet ke 1-10

⁹Departemen Agama Ri, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro: 2005).cet ke 1- 6

Bertolak dengan uraian ini penulis merasa sangat perlu untuk mengangkat topik ini mengingat pentingnya peranan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam dewasa ini.

B. Rumusan Masalah

Untuk mengetahui masalah ini lebih lanjut dan lebih mendalam maka terlebih dahulu dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya. Permasalahan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Hubungan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam ?
2. Bagaimana Peranan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam ?
3. Apa Hambatan-hambatan dalam Berkomunikasi ?

C. Batasan Masalah

Dari sejumlah masalah yang muncul pada latar belakang diatas sulit rasanya akan terselesaikan semua masalah yang cakupannya cukup luas tersebut, terutama dalam bahasan ini. Karena hal itu berkaitan dengan kemampuan penulis yang terbatas membutuhkan waktu yang panjang, biaya yang terbatas serta tenaga yaitu menyoroti bagaimana dan apa hubungan ilmu komunikasi terhadap dakwah Islam.

Pembatasan masalah ini dibuat agar penelitian ini terkonsentrasi pada bagian tertentu sehingga dapat memberikan kemudahan dalam mengambil simpulan terhadap satu masalah. Dan disisi lain untuk memberikan kemudahan bagi peneliti lainnya dalam mengatasi berbagai masalah yang belum terungkap dalam penelitian ini.

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Bagaimana Hubungan antara Ilmu Komunikasi dengan Dakwah Islam.
- b. Untuk mengetahui Bagaimana Peranan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam.
- c. Untuk mengetahui Apa Hambatan-hambatan dalam berkomunikasi.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi para da'i yang akan melaksanakan dakwah dan dapat diterapkan dalam rangka kegiatan dakwah tersebut.
- b. Penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian dalam kasus yang sama dengan skripsi ini, setidaknya akan memberikan manfaat bagi kegiatan civitas akademik

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan sumber data

A. Jenis Data

Yaitu data yang digunakan data kualitatif yakni data yang diperoleh dan literature yang membahas masalah tentang peranan ilmu komunikasi terhadap dakwah Islam.

B. Sumber Data

Data Primer ialah data yang diambil dari kitab al-Qur'an dan al-hadist dan buku-buku yang berhubungan ilmu komunikasi terhadap dakwah Islam.

Data Sekunder yaitu data penunjang yang diambil dari buku-buku yang bersifat mendukung seperti media cetak, majalah dan berbagai sumber yang dipercaya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan melalui studi keputusan (*library research*) yaitu dengan mengumpulkan membaca dan menelaah buku-buku ilmu komunikasi terhadap dakwah Islam, dan ayat-ayat suci al-Qur'an serta al-hadist yang diklasifikasikan dan dianalisa.

D. Teknik Analisa

Dengan menggunakan metode deduktif yaitu analisa data menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum kepada hal-hal yang bersifat khusus, dan juga menggunakan metode induktif yaitu analisa data menarik kesimpulan dari uraian yang bersifat khusus kepada uraian yang bersifat umum sehingga mudah dipahami dan metode komperatif yaitu membandingkan data-data lalu ditarik kesimpulan.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan lebih mendalam maka skripsi ini ditulis berdasarkan kerangka pembahasan sebagai berikut :

Bab Pertama, berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, berisikan hal-hal yang berkenaan dengan Dakwah Islam yaitu pengertian dakwah, sasaran dan tujuan dakwah, faktor-faktor penghambatan dan Pendukung dakwah.

Bab Ketiga, berisikan hal-hal yang berkenaan dengan Ilmu Komunikasi yang meliputi : pengertian komunikasi, Hubungan ilmu komunikasi dengan dakwah Islam, peran ilmu komunikasi terhadap dakwah Islam dan apa hambatan-hambatan dalam berkomunikasi.

Bab Keempat, berisikan kesimpulan, saran-saran, dan daftar kepustakaan.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG DAKWAH

A. Pengertian Dakwah

Istilah Dakwah telah begitu populer dikalangan masyarakat Islam, akan tetapi belum tentu setiap orang Islam itu mampu mengerti dan memahami perkataan dakwah dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu setiap pembahasan masalah dakwah akan lebih baik, apabila terlebih dahulu memahami perkataan dakwah itu baik secara lughoh maupun secara istilah.

Perkataan Dakwah diambil dari bahasa Arab yakni masdar dari *fi'il* kata *Da'a-Yad'u* yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.¹

Pengertian Dakwah diambil dari al-Qur'an surat Yusuf ayat : 33 sebagai berikut :

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ
إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya : " Yusuf berkata : " Wahai Tuhanku, penjara lebih Aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu Aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah Aku termasuk orang-orang yang bodoh".²

Dan didalam surat Yunus ayat : 25 sebagai berikut :

وَاللَّهُ يَدْعُوًا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

¹ Rosyad Shaleh : *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta :Bulan Bintang, 1977) hal,07.

² Departemen Agama Ri, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro: 2006).cet ke 1-10

Artinya : “ Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (syurga) dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).³

Bertolak belakang dari uraian diatas maka Istilah dakwah bila dikaitkan dengan Islam maksudnya adalah mengajak orang untuk menerima Islam dan mendorong untuk mengamalkan ajaran-ajaran Islam tersebut.

Nazaruddin, dalam bukunya berjudul *Publisistik dan Dakwah* memberikan pengertian sebagai berikut :

“ perkataan Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *Da'aa* perkataan ini bisa bermacam-macam makna, jadi tergantung kepada pemakaiannya didalam kalimat yang digunakan, misal :

- Da'aahu : memanggil, menyeru.
- Da'aahu ila walimatin : mengundang makan kendurian (sedekah).
- Da'aa lahu : mendo,akannya, berdiskusi dengannya.

Semua kata-kata yang diatas dirangkai menjadi sebuah kalimat yang merupakan *Da'watun* artinya seruan, panggilan, undangan , dan bisa berarti sumpahan. *Daa'in* atau *addaa'ii* : orang yang melaksanakan pekerjaan. *Daa'a* berarti orang yang menyeru, orang yang mengundang. *Mauduu'in* : orang yang dikenai pekerjaan, *daa'a* berarti orang yang diundang, orang yang dipanggil dan seterusnya”.⁴

Dari segi Istilah banyak pendapat mengemukakan defenisi dakwah, diantaranya adalah menurut Syech Makhfuz dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* sebagai berikut :

“ mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dari perbuatan yang munkar (jahat) agar mereka mendapat kebahagiaan didunia dan akhirat.⁵

³ Ibid, hal : 310

⁴ Nazaruddin : *Publisistik dan Dakwah*.(jakarta: Kalam Mulia.1974), hal. 87

⁵ Ali. Mahfuzd, *Hidayatul Mursyidin*, (Jakarta: diterjemahkan Chodijah Nasution, 1975.) hal. 6

Dakwah merupakan suatu proses kegiatan berupa ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkahlaku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap dan penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama Islam sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya dengan tidak ada unsur-unsur paksaan.⁶

Prof. Thoha Yahya Umar, MA memberikan defenisi dakwah sebagai berikut: mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka didunia dan akhirat⁷.

Dari urain diatas dapat disimpulkan dakwah adalah mengajak orang lain untuk menyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah diyakini, dan pada dasarnya hampir tidak ada perbedaan yang perinsip di dalam defenisi yang dikemukakan oleh para ahli tersebut, kendati dalam merumuskan redaksinya ada perbedaan yang tidak mengubah makna inti dakwah itu sendiri. Oleh karena itu penulis memberikan kesimpulan bahwa dakwah merupakan suatu proses dalam usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja melalui perencanaan yang tepat dalam rangka mengajak, mempengaruhi dan mendorong manusia untuk beriman dan mengamalkan ajaran Islam dengan sebaik-baiknya yang disandarkan kepada al-Qur'an dan sunnah Rosulullah Saw. Untuk mencapai kebahagiaan hidup didunia dan akhirat.

Semua aktivitas manusia berhubungan erat dengan dakwah Islam baik sebagai individu, anggota masyarakat bahkan sebagai bagian dari keseluruhan alam raya. Oleh karena itu dakwah Islam secara umum bukan hanya tertuju pada

⁶ Arifin, HM, *Psikologi Dakwah*,(Jakarta: PT Bumi Aksa, 1997), hal. 6

⁷ Thoha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah*,(Yogyakarta: Kalam Mulia 1997),hal.6

penyampaian belaka tetapi lebih menekankan kepada da'ri dan mediana serta objeknya.

A.Rasyid Shaleh merumuskan tujuan dakwah sebagai berikut :

“Mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup didunia dan akhirat yang diridhoi Allah Swt sebagai tujuan utama, selain itu dakwah bertujuan agar tercipta keselarasan, kebaikan dan kebahagiaan pada setiap kehidupan seperti : Sosial, Ekonomi, Iptek dan sebagainya.⁸

Selanjutnya A. Hasyimi menerangkan pada al-Qur'an surat Yusuf ayat : 108 sebagai berikut :

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿١٠٨﴾

Artinya : “ katakanlah : Inilah jalan-Ku, Aku dan orang-orang yang mengikuti-Ku berdakwah kepada Allah berdasarkan bashirah ”⁹

Dakwah merupakan amal yang sangat mulia, karena merupakan wujud nyata dari pelaksanaan perintah Allah dan Rosul-Nya, selain itu kejayaan Islam diraih dengan kegigihan melaksanakan dakwah dengan penuh kesungguhan dan keikhlasan mengharap ridho Allah Swt.

Para ulama sepakat bahwa dakwah merupakan kewajiban yang dibebankan kepada seluruh umat Islam yang tidak bisa ditawar-tawar lagi, hal ini didasarkan kepada QS : An-Nahl ayat : 125 sebagai berikut :

⁸ Rasyid Shaleh *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993).hal.28

⁹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro: 2006).cet ke 1-10

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٧٥﴾

Artinya : “ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan dengan pelajaran yang baik (mau’izah) dan bantahlah mereka dengan cara yang baik, Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.¹⁰

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٧٦﴾

Artinya : “ Dan barang siapa yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru Allah dan beramal shaleh, lalu berkata : Sesungguhnya Aku termasuk orang-orang berserah diri”.¹¹

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya : “ Hendaknya ada diantara kamu suatu umat yang menyeru kepada kebaikan dan menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah yang beruntung”.¹²

Aminuddin Sanwar, Yang dikutip oleh Samsul Munir Amin, dalam bukunya *Ilmu Dakwah* Dari uraian beberapa nash diatas, jelas bahwa berdakwah merupakan suatu hal yang wajib bagi seluruh umat Islam, hanya saja para ulama berbeda pendapat mengenai status hukumnya sebagai berikut :

Pendapat pertama, menyatakan bahwa berdakwah itu hukumnya fardhu ain maksudnya setiap orang Islam yang sudah dewasa, kaya, miskin, pandai, bodoh, semuanya tanpa kecuali wajib melaksanakan dakwah.

¹⁰ Dep. Agama, *Ofcit.* hal : 421

¹¹ Ibid hal : 778

¹² Ibid hal : 93.

Pendapat kedua, mengatakan bahwa berdakwah itu hukumnya tidak fardhu ain melainkan fardhu kifayah. Artinya, apabila dakwah sudah disampaikan oleh sekelompok atau sebagian orang maka gugurlah kewajiban dakwah itu dari kewajiban seluruh kaum muslimin, sebab sudah ada yang melaksanakan walaupun oleh sebagian orang.

Perbedaan penafsiran ini terletak pada *minkum "min"* diberikan pengertian "*litab'idh*" yang berarti sebagian, sehingga menunjukkan kepada hukum fardhu kifayah. Sedangkan pendapat lainnya mengartikan "*min*" dengan "*littabyin*" atau "*lil-bayaniyyah*" atau menerangkan sehingga menunjukkan kepada hukum fardhu ain.¹³

Menurut Abu Zahrah bahwa : " secara umum berdakwah adalah wajib ain dalam pengertian setiap orang Islam wajib berdakwah, memberi petunjuk dan beri menggembirakan. Namun dari yang lebih khusus adalah wajib kifayah, kewajiban ini dibebankan atas mereka yang mempunyai kemampuan sebagai tenaga ahli dakwah, mereka itu harus mempunyai kelebihan dalam memahami al-Qur'an dan sunnah serta ilmu tentang dakwah itu sendiri".¹⁴

Demikian ia adalah juru dakwah yang handal dalam menyiar. Penulis sendiri lebih condong kepada pendapat yang kedua. Oleh karena itu sesuatu hukum yang pertama bila sudah di takhsiskan maka hukum yang berlaku adalah wajib kifayah, kendati demikian tidak berarti kita menafikkan pandangan yang pertama.

B. Sasaran dan Tujuan Dakwah.

Islam merupakan agama dakwah untuk seluruh umat manusia, oleh karena itu Islam menuntut umatnya untuk dapat melaksanakan usaha dakwah. Proses penyelenggaraan dakwah terdiri dari berbagai usaha yang menggunakan bermacam-macam cara dilakukan dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

¹³ Aminuddin, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kalam Mulia, 1992) hal.34

¹⁴ Abu Zahrah, *Dakwah Islamiyah*, (Bandung: , Remaja Rosdakarya, 1994.) hal. 5

Para ahli banyak berpendapat tentang objek dakwah. Akan tetapi sengaja penulisannya menampilkan satu atau dua pendapat saja :

Dr. Khodijah Nasution menulis “ penerima atau sasaran dakwah maksudnya massa yang kepada mereka itulah dakwah ditujukan”.

Sebagai landasan teori ini ia berlandaskan kepada QS : Ali-Imran : 110 yang berbunyi sebagai berikut :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

*Artinya : Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.*¹⁵

Ayat diatas memberikan pengertian bahwa sasaran dakwah adalah seluruh umat manusia yang dapat dibagi kepada tiga kategori sebagai berikut :

1. Manusia (mereka) yang belum memeluk agama apapun.
2. Manusia (mereka) yang telah memeluk suatu agama.
3. Manusia (mereka) yang beragama Islam.

¹⁵ Departemen Agama Ri, *Al Qur`an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro: 2006).cet ke 1-10

Arifin. dalam bukunya *Psikologi Dakwah*, dilihat dari aspek kehidupan psikologis, maka dalam pelaksanaan program kegiatan dakwah menyangkut sasaran dakwah dapat dibagi enam kategori yaitu :

1. Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari segi sosiologis berupa masyarakat terasing, perdesaan, kota besar dan kecil.
2. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari struktur kelembagaan berupa masyarakat, Pemerintah dan Keluarga.
3. Sasaran yang berupa kelompok-kelompok masyarakat dilihat dari segi sosial kultur berupa golongan priyayi, Abangan dan Santri. Klafikasi ini terutama terdapat dalam masyarakat di Jawa.
4. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat usia berupa golongan Anak-anak, Remaja dan Orang tua.
5. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi okupasional (pofesi atau pekerjaan) berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri (*Administrator*).
6. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat hidup sosial-ekonomis berupa golongan orang kaya, menengah dan miskin.¹⁶

Secara umum tujuan dakwah , adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup didunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah Swt.

Samsul Munir Amin. Adapun tujuan dakwah , dasarnya dapat dibedakan dalam dua macam tujuan, yaitu :

a. Tujuan Umum Dakwah (*mayor objective*)

Tujuan umum dakwah (*mayor objective*) sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti tujuan dakwah yang bersifat umum dan utama, dimana seluruh gerak langkahnya proses dakwah harus ditunjukkan dan diarahkan kepadanya.

b. Tujuan Khusus Dakwah (*minor objective*)

Tujuan khusus dakwah merupakan perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa, bagaimana, dan sebagainya secara terperinci.¹⁷

¹⁶ Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta :PT, Bumi Aksa, 1997),hal.3

¹⁷ Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah*,(Jakarta:kalam mulia ,2009),hal.59-62

Hakikat dakwah merupakan tujuan hidup manusia yang menginginkan kebahagiaan hidup didunia dan akhirat yang disinyalirkan oleh QS : Al-Baqarah : 201 :

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ



Artinya : “ Dan ada diantara mereka yang berdoa, a : Ya Tuhanku kami berikan kebahagiaan didunia dan kebahagiaan di akhirat dan hindarkanlah kami dari azab neraka”.¹⁸

Berbeda dengan pendapatnya Rosyad Shaleh yang membagi tujuan dakwah kepada dua bagian yakni Tujuan Utama dan Tujuan Departemental.

“ Tujuan Utama maksudnya, adalah nilai atau hasil akhir dari kegiatan yang ingin dicapai oleh keseluruhan usaha dakwah, untuk itu maka semua penyusunan rencana dan usaha dakwah harus ditunjukkan dan di arahkan. Tujuan dakwah sebagaimana yang dirumuskan ketika memberikan pengertian dakwah berupa kebahagiaan dan kesejahteraan hidup didunia dan akhirat. Tujuan Departemental merupakan perantara yang diberintikan kepada nilai-nilai dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai Allah SWT, masing-masing sesuai dengan segi dan bidangnya.¹⁹

Jamaluddin pendapat, bahwa tujuan dakwah dapat dikelompokkan dalam empat macam, yaitu :

1. Tujuan Utama

Tujuan utama dakwah adalah memasyarakatkan akhlaq dan mengakhlaqkan masyarakat, sesuai dengan misi besar Nabi Muhammad Saw. Akhlaq akan menjadi landasan memimpin dalam tiga besar fungsi psikis manusia yaitu berpikir, berkehendak, dan perasaan. Akhlak seseorang akan membentuk akhlaq yang masyarakat, neagra dan umat seluruhnya.

¹⁸ Departemen Agama Ri, *Al Qur`an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro ,2006).cet ke 1-10

¹⁹ Shaleh, *Opcit* : 21-27

2. Tujuan Hakiki
Tujuan hakiki dakwah adalah mengajak manusia untuk mengenal Tuhan dan mempercayainya sekaligus mengikuti jalan petunjuk-Nya.
3. Tujuan Umum
Tujuan umum dakwah adalah menyeru manusia agar mengindahkan seruan Allah dan Rosul-Nya serta memenuhi panggilan-Nya, dalam hal yang dapat memberikan kebahagiaan hidupnya didunia dan di akhirat kelak.
4. Tujuan Khusus
Tujuan khusus dakwah adalah berusaha bagaimana membentuk satu tatanan masyarakat Islam yang utuh *fi as-silmi kaffah*.²⁰

Akan lebih jelas bahwa ditinjau dari segi manapun tujuan dakwah, maka aspek tauhid, amal dan akhlakul karimah adalah titik tolak dari semua tujuan dakwah :

وَمَا تَفَرَّقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَةُ

*Artinya : “ Dan tidaklah mereka disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatannya dalam (menjalankan) agamanya dengan lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat, menunaikan zakat dan yang demikian itulah agama yang lurus “.*²¹

C. Faktor Penghambat Dakwah Dan Pendukung Dakwah.

1. Faktor penghambat dakwah

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka otomatis kegiatan dakwah akan mengalami berbagai macam hambatan. Hambatan-hambatan dakwah terdiri dari dua unsur yaitu :

a. Hambatan dari luar

Sejak awal diutusnya Rasulullah Saw yang membawa agama Islam sampai sekarang, kegiatan dakwah tidak pernah luput dari berbagai tantangan dan hambatan terutama dari luar Islam. Ketika Rasulullah memulai dakwahnya beliau

²⁰ Jamaluddin, *Psikologi Dakwah*. (Malang: PTAmaza, 1993) hal.66-67

²¹ Departemen Agama Ri, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro, 1984). cet ke 8

mendapat tantangan dari orang-orang kafir Quraisy yang menganggap Rasulullah akan menjatuhkan serta menghilangkan agama nenek moyang mereka yang telah berakar dan mendarah daging pada diri mereka. Dalam perkembangan Islam setelah wafatnya Rasulullah yang kemudian dilanjutkan oleh para sahabatnya juga tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan dari kaum kafir baik yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi maupun yang dilakukan secara terang terangan diberbagai belahan bumi seperti Spanyol, yang berbentuk perang salib.

Tantangan dakwah di masa sekarang semakin terlihat dengan jelas, terlihat dengan terorganisirnya program-program orang-orang di luar Islam untuk merusak Islam dan ajarannya. Hal ini bukanlah sesuatu yang baru tetapi memang sejak diturunkannya Al-Qur'an Allah telah mengingatkan, sebagaimana Firman-Nya. QS. Al-Baqarah (2): 120

وَلَنْ تَرْضَىٰ عَنْكَ الْيَهُودُ وَلَا النَّصَارَىٰ حَتَّىٰ تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ ۗ قُلْ إِنْ هَدَىٰ اللَّهُ هُوَ
 أَهْدَىٰ ۗ وَلَئِنْ أَتَبَعْتَ أَهْوَاءَهُمْ بَعْدَ الَّذِي جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ ۗ مَا لَكَ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ
 وَلَا نَصِيرٍ ﴿١٢٠﴾

Artinya : " Orang-orang Yahudi dan Nasrani tidak akan senang kepada kamu hingga kamu mengikuti agama mereka. Katakanlah: "Sesungguhnya petunjuk Allah Itulah petunjuk (yang benar)". dan Sesungguhnya jika kamu mengikuti kemauan mereka setelah pengetahuan datang kepadamu, Maka Allah tidak lagi menjadi pelindung dan penolong bagimu".²²

Ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan akan senantiasa mendapat tantangan dari orang-orang Yahudi dan Nasrani, hal ini sangat di rasakan sampai sekarang.

²² Departemen Agama RI, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro, 1984). cet ke 6

b. Hambatan Dari Dalam

Dakwah, selain mendapat tantangan dari luar juga akan mengalami hambatan dari dalam berupa:

1. Kurangnya pelaksana dakwah yang terampil dan profesional, karena dakwah yang dilaksanakan masih merupakan pekerjaan sampingan karena belum adanya organisasi yang khusus menangani kegiatan dakwah yang merumuskan kegiatan-kegiatan dakwah, seperti memperjelas secara gamblang sasaran dakwah seperti pribadi muslim serta masyarakat muslim pada umumnya, merumuskan masalah pokok umat Islam, isi dakwah serta menyusun paket-paket dakwah dan mengevaluasi kegiatan dakwah yang akan dilaksanakan.
2. Belum disadarinya oleh umat Islam secara keseluruhan bahwa dakwah adalah suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat Islam secara keseluruhan sesuai dengan kemampuannya masing-masing.
3. Kurangnya dana untuk membiayai kegiatan dakwah khususnya yang jauh dari kota-kota besar dan juga kurangnya sarana dan prasarana sebagai alat pendukung proses kegiatan dakwah.
4. Adanya fanatisme sehingga kemampuan menopang seluruh aspirasi umat sangat kurang.

Dari berbagai hambatan dakwah yang telah dikemukakan di atas, dapat dilihat bahwa salah satu hambatan utama yang ada pada orang-orang Islam itu sendiri adalah rendahnya pendidikan umat Islam dibandingkan dengan penganut Agama lain seperti Yahudi dan Nasrani, padahal disadari bahwa keterbelakangan

dalam bidang pendidikan adalah merupakan penghambat untuk mudah menerima ajaran dakwah, sebagaimana Firman Allah Swt QS. Az-Zumar (39): 9.

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ الْأَلْبَابُ أُولُوا

Artinya : '...katakanlah : adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui. Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran'²³.

Dari pelajaran ayat tersebut, dapatlah dipahami bahwa pendidikan adalah suatu hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh seorang muslim terutama dalam memahami ajaran Agama Islam. Namun demikian Islam menawarkan citra idealnya untuk dibangun melalui proses pengkajian secara sistematis dan komprehensif dan untuk memahami Islam secara benar, maka haruslah senantiasa berpatokan pada al-Qur'an dan al-Hadits yang merupakan sumber pendidikan Islam.

Salah satu faktor lain yang merupakan penghambat dakwah adalah realitas kontemporer yang merupakan ancaman terhadap eksistensi Islam itu sendiri. Realitas kontemporer tersebut adalah kehidupan yang tidak Islami sebagaimana yang dikehendaki oleh syariat, syariat Allah tidak diikuti lagi, ajaran dan nilai-nilai moral serta adab Islami digusur dari pentas kehidupan. Sebaliknya kebatilan dengan bebas meraja rela di mana-mana, mendominasi seluruh dimensi kehidupan dan memporak-porandakan kepribadian setiap muslim.²⁴

²³ Departemen Agama Ri, *Al Qur'an* (Jakarta: CV Penerbit dipenegoro, 1984). cet ke 8

²⁴(<http://paradigmakaumpedalaman.blogspot.com/2011/07/paradigma-dakwah-kaumpedalaman.html>).

Menurut Ahmad Zainal, ada dua kemungkinan yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan dakwah pada masa kini, yakni²⁵ :

- a. Bahwa dakwah islam mampu memberikan kontribusi (sumbangan) hasil sebagai dasar filosofi menuju transformasi sosial.
- b. Dakwah Islam ternyata tidak mampu memberikan kontribusi terhadap perubahan *sosio cultural*, karena eksistensi, corak dan arah dakwah justru tenggelam (hilang) larut dalam arus *sosio cultural* tersebut.

Artinya bahwa kemungkinan, kedua mungkin kini tengah terjadi pada gelombang kegiatan dakwah yang sedang dilakukan para juru dakwah sekarang ini, sehingga tidak mampu mewarnai apalagi memberikan perubahan hidup sosial yang dikehendaki.

Ahmad Zainal, ada beberapa hal yang menjadi kelemahan disiplin ilmu dakwah, yang menjadikannya belum mampu memberikan kontribusi yang mewarnai perubahan *sosio cultural* pada era kini, ditulis oleh tersebut sebagai berikut :

1. Perlunya suatu analisa makro terhadap dakwah Islam yang meliputi :
 - a. Objek kajiannya belum jelas kreterianya.
 - b. Sistem kerangka dakwah masih kabur.
 - c. Perangkat teori belum ada secara makro maupun mikro yang dapat dirumuskan untuk menjawab persoalan dakwah.
 - d. Belum ada metodologi penelitian dakwah, sementara yang ada adalah bersifat deduktif belum mengarah kepada metode yang analisis induktif.
 - e. Sub disiplin ilmu dakwah belum jelas karena titik terang objek formal dan materialnya masih mengambang.
2. Fungsionalisasi Laboratorium Dakwah
Pemanfaatan laboratorium dakwah merupakan penunjang aktifitas dakwah belum dimanfaatkan secara maksimal dan optimal. Sehingga dakwah Islam tidak mampu memberikan kontribusi terhadap perubahan *sosio cultural* yang terjadi.²⁶

²⁵ Ahmad Zainal, (*Intizar*/07/v/juli 1996,) hal.23

²⁶ Ibid hal. 23

Faktor pendukung kegiatan dakwah

Faktor pendukung dakwah tidak terlepas dari esensi Islam itu sendiri yaitu al-Qur'an dan al-Hadits yang merupakan pedoman umat serta kesadaran dari umat Islam itu sendiri dalam memahami dan mengamalkan ajaran agamanya. Atas dasar kesadaran itulah umat Islam senantiasa berusaha mengamalkan apa yang diperintahkan oleh Allah.

Rasulullah Saw menegaskan dalam sebuah Hadits, yang artinya:

“Dari Abu Said Al-Hudairia r.a. berkata: Saya mendengar Rasulullah Saw bersabda: barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran maka hendaklah ia mencegah dengan tangannya, apabila ia tidak mampu maka hendaklah ia merubah dengan ucapannya, dan jika ia tidak mampu maka hendaklah merubah dengan hatinya, dan itulah selemah-lemahnya iman. (H.R. Muslim)²⁷

Maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa faktor pertama yang menjadi pendorong umat Islam untuk melaksanakan dakwah adalah karena berpedoman pada dalil-dalil yang udah jelas dalam al-Qur'an dan al-Hadits. Karena disadari bahwa melakukan dakwah adalah suatu kewajiban bagi setiap muslim dan kewajiban tersebut tidaklah bersifat perseorangan.

Faktor kedua yang mendorong umat Islam melakukan dakwah adalah kesadaran dari umat Islam itu sendiri untuk lebih memahami ajaran agamanya. Karena dengan memiliki pemahaman tentang Islam yang kualitatif dan konprehensif, maka seseorang akan memiliki moral serta sikap yang tangguh dalam menghadapi berbagai masalah kehidupan yang semakin kompleks.

Faktor ketiga adalah keuletan dari para pelaksana dakwah/da'i dalam melaksanakan kegiatan dakwah meskipun senantiasa diperhadapkan dengan

²⁷ Muhamad Al-Matt, *1100 Hadist Terpilih*,(Jakarta :Gema Insani Pres,1994),hal 325

berbagai macam problema serta tantangan, namun mereka tidak mengenal kata putus asa dikarenakan iman yang kuat yang dianugerahkan oleh Allah kepada mereka.²⁸

Perubahan itu menurut A. Zainal, merupakan upaya menumbuhkan kesadaran dan kekuatan pada diri objek yang harus mempunyai makna pemecahan masalah-masalah kehidupan dan pemenuhan kebutuhannya²⁹.

Menurut A. Latief : 1988 : 95. Yang dikutip oleh A. Zainal : 1996,26.
 “ Lembaga Laboratorium dakwah merupakan penunjang aktifitas dakwah antara lain :

1. Pusat informasi masalah yang dihadapi umat Islam.
2. Pusat penelitian dakwah.
3. Pusat pengkajian masalah dakwah.
4. Pusat pengembangan metodologi dan tehnik dakwah.
5. Pusat pelatihan subjek dakwah.³⁰

Berdasarkan pada pemahaman ini laboratorium dakwah menjadi suatu wadah yang tepat untuk mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan aktifitas dakwah. Dengan mengoptimalkan pemanfaatan laboratorium dakwah memungkinkan sesuatu hal yang menjadi pemecahan masalah bagi juru dakwah.

Menurut Alfatun Mochtar menjelaskan bahwa ada dua masalah pokok yang sangat penting untuk diperhatikan oleh para juru dakwah, kedua pokok persoalan ini merupakan pendukung aktifitas dakwah yang akan dilakukan yaitu:³¹

a. Pengembangan sumber daya manusia.

Para da'i mempunyai kedudukan yang penting dan strategis karena mereka mempunyai tugas menyampaikan risalah ilahiyah, oleh karena itu mereka harus dibekali dengan hal-hal yang berkaitan dengan ilmu-ilmu secara *efistemologi*,

²⁸ [Http://paradigmakaumpedalaman.blogspot.com/2011/07/paradigma-dakwah-kaum-pedalaman.html](http://paradigmakaumpedalaman.blogspot.com/2011/07/paradigma-dakwah-kaum-pedalaman.html).

²⁹ A. Zainal, *ilmu dakwah*. (Bandung: Kalam Mulia:1996) ,hal.26

³⁰ Ibid : 26

³¹ Alfatun Mochtar (*Intizar/v/juli 1996*) hlm. 3-4

onologi dan juga dibekali dengan kemampuan beradaptasi dengan kemajuan teknologi era globalisasi sekarang ini.

b. Pembentukan pusat kajian dakwah.

Lembaga ini berfungsi sebagai wadah pendidikan dan pengkajian serta pembinaan para juru dakwah, serta sebagai wadah monitoring dan evaluasi program dalam kegiatan dakwah.

BAB III

HUBUNGAN DAN PERANAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP DAKWAH ISLAM DAN HAMBATAN DALAM BERKOMUNIKASI

A. Ilmu Komunikasi

a. Pengertian

Sejak manusia bangun tidur sampai tidur lagi, hampir tidak ada aktivitas hidup manusia itu yang tidak berhubungan dengan komunikasi. Hal ini merupakan konsekuensi dari hubungan sosial manusia sebagai makhluk sosial yang hidup secara berkelompok yang saling berhubungan satu sama lainnya.

Effendy, O.U berpendapat : “ kata komunikasi menurut asal katanya berasal dari kata *communication* yang bersumber dari kata latin *Communis* artinya sama. Dalam arti kata sama makna mengenai suatu hal.¹

Demikian halnya dengan Poerwadarminta W J S , “ menjelaskan defenisi istilah komunikasi menurut bahasa berarti hubungan. “ mencermati makna kata sama diatas adalah kesamaan makna atau persepsi dari suatu hal yang diungkapkan, yang bertujuan untuk menyamakan persepsi atau kesamaan pengertian.²

Istilah kata komunikasi terdapat perbedaan dalam penyusunan redaksinya, namun maknanya pada prinsipnya pendapat-pendapat tersebut tidak berbeda, diantaranya adalah :

¹Effendi, O.U, *Dinamika Komunikasi*,(Bandung: PT. Remaja Rosdakray, 2000).hal.3

² Poerwadarminta w j s, *ilmu komunikasi* ,(Jakarta: Bumi Aksara,1982.), hal.518

S. Astrid, F dan Susanto, memberikan defenisi komunikasi sebagai berikut : *Communication* pada umumnya diartikan sebagai pengoperan lambang-lambang yang mengandung makna, disamping itu ada juga istilah *Communication* artinya proses komunikasi dengan menggunakan alat-alat mekanis, khususnya apa yang dikenal dengan Media Massa. Pengoperan pernyataan melalui lambang bunyi yang menggunakan alat-alat komunikasi dapat terlihat langsung di era ini. “ kita bisa berkomunikasi atau menyampaikan idea atau perasaan lewat telepon genggam, email, dan sebagainya”.³

Wijaya, Memberikan pendapatnya yaitu : “ komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan saling tukar-menukar pendapat”. Komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia baik secara individu maupun secara kelompok.⁴

Effendy, O.U, “ Menjelaskan bahwa komunikasi seseorang dengan orang lain, komunikasi manusia atau komunikasi sosial sebagaimana mengandung makna proses penyampaian pernyataan oleh seseorang kepada orang lain”.⁵

Dari uraian diatas diperoleh pemahaman bahwa ilmu komunikasi ialah terletak pada keahlian atau kepandaian dalam melakukan kegiatan atau proses komunikasi.

³S. Astrid, F dan Susanto, *ilmu komunikasi* , (Jakarta: Bulan Bintang ,1917.) hal.17

⁴Wijaya A.W, *Pengantar Komunikasi*, (Jakarta: Bina Aksara, 1988), hal.14

⁵ Effendi, O. U, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung PT. Remaja Rosdakrya, 2000).hal 5

Jadi Ilmu Komunikasi dapat diberikan pengertian sebagai suatu ilmu yang membahas bagaimana seseorang agar dapat menjadi ahli atau pandai pengoperan atau penyampain pernyataan sebagai isi pesan kepada orang lain dengan menggunakan berbagai metode dan alat dengan maksud untuk dapat dipahami dengan mudah dari apa yang telah disampaikan

b. Proses Komunikasi

Dari uraian diatas, telah dirumuskan unsur-unsur yang menjadi komponen proses terjadinya kegiatan komunikasi, akan tetapi disini ada dua pendapat yang sedikit berbeda.

Efendy : Merumuskan komponen komunikasi sebagai berikut :

1. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan
2. Pesan : Pernyataan yang didukung oelh lambing-lambang
3. Komunikan : Orang yang menerima pesan
4. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
5. Efek : dampak sebagai pengaruh dari pesan⁶

Lainya halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh Wijaya, sebagai berikut :

1. Sumber
2. Komunikator
3. Pesan

⁶ *Ibid*, hal.6

4. Channel (saluran)

5. Efek⁷

Kedua pendapat tersebut nampaknya ada perbedaan, kendati sedikit sekali perbedaannya akan tetapi perbedaan tersebut sebenarnya bukanlah hal yang prinsip karena unsur tersebut telah termasuk komponen lain yang ada dalam komunikasi.

1. Sumber (*soerce*)

Merupakan landasan dasar (pemikiran) dari suatu ide (pesan) yang merupakan argumen terhadap pesan tersebut, sumber dapat berupa orang, lembaga, buku dan lain sebagainya yang dapat dijadikan asal mulanya idea tersebut. Soerce sangat diperlukan untuk menentukan kualitas dari pesan agar diyakini dan dapat diterima oleh komunikan.

2. Komunikator

Komunikator adalah individu atau kelompok yang mengambil prakarsa ataupun yang mengadakan komunikasi dengan individu ataupun kelompok (sasaran) yang lain.

3. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari idea-idea, keinginan-keinginan yang disampaikan oleh komunikator, baik secara lisan maupun dengan menggunakan alat komunikasi (media massa).

4. Channel (saluran)

⁷ Ibid.hal 3

Menurut Rousydi T.A. “ yang dimaksud dengan channel adalah saluran atau media atau juga alat”. Melalui pernyataan umum itu dapat disalurkan atau dilaksanakan komunikasi. Oleh karena sasaran komunikasi adalah orang banyak dengan segala macam atau bentuk dan karakteristiknya, maka channel yang dimanfaatkan adalah semua alat-alat yang berhubungan dengan komunikasi dapat dijalankan yakni Media Massa.⁸

5. Komunikan (penerima pesan)

Komunikan adalah semua orang atau seseorang yang menerima pernyataan yang disampaikan komunikator, bisa secara kelompok maupun individu, lembaga atau badan-badan dan sejenisnya. Pesan yang disampaikan hendaknya diarahkan secara jelas kepada siapa ditujukan untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman terhadap makna pesan yang disampaikan atau penerima pesan tidak merasa ragu terhadap pesan itu ditujukan kepada dirinya.

6. Efek (dampak)

Yang terpenting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikan itu menimbulkan efek atau dampak tertentu pada komunikan.

Efek bisa dikatakan hasil akhir dari suatu kegiatan komunikasi, yakni sikap atau reaksi menerima pesan atau artinya komunikasi itu dibilang berhasil apabila komunikasi bertindak sesuai dengan tujuan dari isi pesan yang disampaikan.

⁸ Rousydi T.A.L, *media Komunikasi*, (Bandung: Gunung Agung,1986),hal.67

Masih menurut Effendy Klasifikasi dampak dari komunikasi menjadi tiga yaitu sebagai berikut :

1. Dampak Kognitif

Artinya adalah yang timbul dari komunikasi yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya, disini pesan yang disampaikan ditujukan kepada pemikiran si komunikan. Dengan lain perkataan, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.

2. Dampak Afektif

Dampak afektif lebih tinggi kadarnya dari pada dampak kognitif. Di sini tujuan komunikator bukan hanya sekedar upaya komunikasi tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

3. Dampak Behavioral

Dampak behavioral yang paling tinggi kadarnya, yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

Dampak merupakan unsur terpenting dari kegiatan komunikasi, unsur ini sering dikategorikan juga sebagai tujuan dari pelaksanaan kegiatan komunikasi, yakni saat mana komunikan dapat memberikan respon itu sesuai dengan isi pesan yang disampaikan atau tidak.

Menurut Wijaya ada dua faktor yang harus diperhatikan dalam proses komunikasi yaitu :

1. Empat tahap proses komunikasi yakni *Fact Finding, Planning, Communicating dan Evaluasi*.
2. Prosedur mencapai efek yang dikehendaki dikutip dari Wliburn Schaam yaitu : untuk mendapatkan efek yang baik dari komunikasi maka prosedur yang ditempuh adalah apa yang disebut sebagai *A-A Procedure* : yakni proses *Attention* (perhatian) ke *Action* (tindakan)⁹

Dari uraian diatas dapatlah dikemukakan bahwa tentang proses komunikasi sebagai berikut : Dari kegiatan komunikasi, komponen yang sangat berperan adalah komunikator, ia merupakan pelaku utama dalam kegiatan tersebut, yang terlebih dahulu dilakukan adalah perencanaan dan persiapan dengan jalan mengumpulkan data dan fakta dari berbagai sumber yang dipercaya untuk dilaksanakan kegiatan komunikasi tersebut.

Akan tetapi menurut Astrid S dan Susanto : Menjelaskan,“ Bahwa antara komunikator dan komunikan harus ada *overlapping of interest, interdependence* agar supaya komunikasi berjalan dengan lancar dan harmonis, suatu komunikasi tidak akan efektif apabila kepentingan bersama tidak ditemukan.¹⁰

Artinya bahwa dalam kegiatan komunikasi, memang peran komunikator lebih mendominasi kegiatan yang dimaksud. Akan tetapi bukan berarti komunikator merupakan faktor satu-satunya yang menjadi penentu, hanya saja dalam kegiatan

⁹ Wijaya, *Pengantar Komunikasi*,(Jakarta :Bina Aksara. 1988),hal.38-39

¹⁰ Astrid S dan Susanto,*Ilmu Komunikasi*,(Bandung : Klam Mulia ,1974).hal.45

dimaksud komunikator merupakan motor dan puny aide (gagasan) mengadakan kegiatan tersebut, maka tetap saja peranan yang lebih penting dan menentukan adalah komunikator.

Dari sini komunikator harus dituntut benar-benar menyusun data dan fakta yang benar-benar menjadi kepentingan kedua belah pihak yang disampaikan baik yang menggunakan media agar tujuan komunikasi benar-benar dapat tercapai.

Jadi untuk mengetahui berhasil atau tidaknya kegiatan tersebut, maka dapat diketahui dengan melakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan tersebut.

c. Tujuan Komunikasi

Secara umum diketahui tujuan komunikasi telah disinggung pada keseluruhan uraian diatas, namun belum dijelaskan secara terperinci, disini akan dibahas secara rinci apa tujuan dari kegiatan tersebut menurut para ahli antara lain :

Menurut Wijaya : menjelaskan bahwa, Setiap proses pelaksanaan atau kegiatan komunikasi mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti
2. Memahami orang lain
3. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain (komunikasikan)
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.¹¹

¹¹ Ibid, hal.10

Sehubungan dengan itu Tasmara, T : berpendapat bahwa, “ tujuan komunikasi adalah terwujudnya partisipasi dalam bentuk perubahan atau pembentukan sikap dari komunikasi sesuai dengan tujuan yang ditentukan pihak komunikator”.¹²

Dijelaskan juga Mulyana, dalam bukunya yang berjudul *Nuansa-nuansa Komunikasi*, bahwa tujuan komunikasi adalah menghibur, memberi, informasi (kognitif), mengubah sikap (afektif), atau mengubah perilaku (behaviorial)”. Artinya jelas bahwa komunikasi itu bukan sekedar berfungsi sebagai memberikan pesan (informasi) semata, akan tetapi bagaimana upaya agar pesan itu mampu mengubah perilaku komunikasi sesuai keinginan komunikator.¹³

Dengan demikian secara singkat dapat dikatakan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan isi pesan yang telah disampaikan oleh komunikator.

B. Hubungan Ilmu Komunikasi dengan Dakwah Islam.

Dakwah Islam merupakan kegiatan dalam menyampaikan pesan yang dilakukan secara berkesinambungan yang bermuara pada keinginan mengubah perilaku sasaran (mad'u) berdasarkan tolak ukur nilai-nilai ajaran Islam.

Memperhatikan dan memahami Ilmu Komunikasi dengan komponen-komponennya serta perangkat medianya yang dituturkan oleh Wijaya, A.W. misalnya berkenaan dengan sumber pesan yang diterjemahkan sebagai landasan

¹² Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: PT. Gaya Media Pratama, 1996) ,hal.19

¹³ Mulyana, *Nuansa-nuansa Komunikasi*,(Bandung PT. Remaja Rosdakrya,1999) ,hal 53

(pemikiran) dari suatu pesan yang akan disampaikan. Maka pesan dakwah yang layak disampaikan juru dakwah merupakan pesan yang bertolak ukur dengan ajaran Islam, yakni yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah Nabi Saw. Sumber ini merupakan landasan pertama (utama) dari setiap pesan yang akan disampaikan yang diyakini kebenarannya. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi Saw sebagai berikut :

تَرَكْتُ فِيكُمْ أَمْرَيْنِ لَنْ تَضِلُّوا مَا تَمَسَّكْتُمْ بِهِمَا كِتَابَ اللَّهِ وَسُنَّةَ نَبِيِّهِ (رواه مالك)

Artinya: “*Aku telah meninggalkan pada kamu sekalian dua perkara, selama-lamanya tidak akan tersesat jika kamu sekalian senantiasa berpegang kepada keduanya; Kitabullah dan Sunnah Nabi-Nya.*” (HR. Malik).¹⁴

Hadits diatas menjelaskan bahwa setiap masalah (pesan) yang akan disampaikan da'i kepada audiensnya, maka hendaklah berlandaskan atau bersumber kepada kitab al-Qur'an dan al-Hadits Nabi Saw, yang secara umum diyakini akan kebenarannya.

Setiap proses pelaksanaan atau kegiatan komunikasi mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Supaya yang kita samapaikan itu dapat dimengerti
2. Memahami orang lain
3. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

¹⁴ Muhamad Al-Matt, *1100 Hadist Terpilih*, (Jakarta :Gema Insani Pres,1994) ,hal 126

Sehubungan dengan itu, Tasmara, Berpendapat bahwa Komunikasi adalah terwujudnya partisipasi dalam bentuk perubahan atau pembentukan sikap dari komunikasi sesuai dengan tujuan yang ditentukan pihak komunikator¹⁵.

Dijelaskan juga oleh Mulyana, Dalam bukunya yang berjudul Nuansa-nuansa Komunikasi, bahwa tujuan komunikasi adalah “ menghibur, memberi informasi (kognitif), mengubah sikap (afektif), atau perilaku (behaviorial) “¹⁶.

Artinya jelas bahwa komunikasi itu bukan sekedar berfungsi sebagai memberikan pesan (informasi) semata, akan tetapi bagaimana upaya agar pesan itu mampu mengubah perilaku komunikasi sesuai dengan keinginan komunikator.

Dengan demikian secara singkat dapat dikatakan bahwa tujuan komunikasi untuk merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan isi pesan yang telah disampaikan oleh komunikator.

C. Peranan Ilmu Komunikasi Terhadap Dakwah Islam

Dakwah Islam merupakan menyampaikan pesan yang dilakukan secara berkesinambungan keinginan mengubah perilaku seseorang.

A. Dari Segi Metodologi

Poerwadarminta, Memberikan definisi metodologi dalam bukunya Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai berikut :

¹⁵ Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta PT. Gaya Media Pratama, 1996).hal.19

¹⁶ Mulyana, *Nuansa-nuansa Komunikasi*,(Bandung PT. Remaja Rosdakrya,1999) ,hal 53

“ Metodologi atau metodik ialah pengetahuan tentang metode yang dipakai di pendidikan, ilmu pengetahuan. Metodologi sering juga disebut metode, yakni cara yang telah teratur dan terpilih baik-baik untuk mencapai sesuatu maksud (di ilmu pengetahuan dan sebagainya), cara menyelidiki (mengajar dan sebagainya)”.¹⁷

Dalam ilmu komunikasi telah dirumuskan beberapa metode yang telah digunakan dalam suatu kegiatan komunikasi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Secara umum metode yang dipakai dalam kegiatan komunikasi dapat dirangkum dalam “ perencanaan, persiapan, evaluasi (evaluation), pengawasan (controlling) serta teknik penyusunan dan penyampaian pesan.

1. Perencanaan (*pact pinding*)

Salah satu unsur utama dan mendasar dalam suatu kegiatan komunikasi adalah perencanaan, rangkaian yang harus dilakukan komunikator dengan cara mengumpulkan dan menghimpun data dan fakta yang ada dan diperlukan dalam kegiatan tersebut. Data dan fakta yang dimaksud adalah yang terdapat dalam diri komunikan atau masyarakat yang menjadi objek suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan.

Perencanaan harus dimulai dari pengumpulan data dan fakta, karena disinilah nantinya yang membuat komunikator mampu merumuskan pesan, pikiran dan harapan dari komunikan. Dalam merumuskan semua ini akan dituangkan dalam penyampaian pesan dan harus dapat dipahami oleh komunikan.

¹⁷ Poerwadarminta, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta PT. Gaya Media Pratama, 1982) ,hal .684

Astrid . dan Susanto menjelaskan : “ Bahwa komunikator harus mengetahui luas pengalaman, mengetahui luas referens komunikan dan mengetahui bidang kepentingan bersama ”.¹⁸

Oleh karena itu, makin luas interaksi seseorang, makin luas pula referensi yang diperolehnya. Sehubungan dengan ini perencanaan dakwah Islam yang akan dilakukan akan lebih efektif bila menggunakan metode komunikasi tersebut.

2. Persiapan (*planning*)

Selanjutnya, dalam tahap persiapan (*planning*) komunikasi sebaiknya menurut Tasmara, Yakni Situasi Primer dan Situasi Sekunder.

a. Situasi Primer

1. Apakah dirinya sudah menguasai masalah yang akan disampaikannya ?
2. Apakah tujuan yang akan dicapai sudah dirumuskan ?
3. Apakah situasi fisik (bangunan, media dan lingkungan) sudah diketahuinya ?
4. Apakah situasi emosi dirinya sudah siap menghadapi berbagai kemungkinan yang timbul sehubungan dengan kegiatan komunikasi yang dilakukannya ?

b. Situasi Sekunder

1. Apakah penampilan dirinya cukup diterima oleh komunikan ?
2. Apakah sudah diuji pendataan (*pact pinding*) tentang siapakah komunikan ?
3. Bagaimana tingkat kepercayaan (*credibility*) dari pihak komunikan terhadap dirinya (komunikator) ?

¹⁸ Astrid S dan Susanto, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : Klam Mulia , 1982) ,hal .68

4. Apakah kira-kira harapan yang diinginkan komunikan ?
5. Bagaimanakah latar belakang serta pandangan berpikir dari komunikan ?
6. Bagaimana nilai-nilai norma serta ikatan apakah kira-kira yang sangat dominan berpengaruh kepada komunikan ?¹⁹

Dua macam situasi ini sebenarnya merupakan suatu yang harus diperhatikan oleh juru dakwah sebagai komunikator sebelum melakukan kegiatan dakwah. Selanjutnya yang harus diperhatikan adalah penyusunan atau teknik penyampaian suatu pesan dakwah, agar kegiatan berjalan efektif.

Menurut Wilbrun Schraam yang dikutip oleh Rousdi Latif . sebagai berikut :

- a. Pesan harus direncanakan dan disusun dengan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambing-lambang yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga terjadilah kesaling pengertian yang sama.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan suatu memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyentuh suatu jalan atau cara untuk meperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimanan komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.²⁰

¹⁹Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta PT. Gaya Media Pratama, 1997) .hal.13-14

Apakah yang telah diungkapkan oleh Wilburn Schraam diatas merupakan masukan yang sangat baik bagi juru dakwah sebelum menyusun dan melaksanakan kegiatan dakwah. Dengan memperhatikan metode tersebut diharapkan pelaksanaan dakwah dapat berjalan lancar, tepat pada tujuan yang dikehendaki komunikator.

3. Mengevaluasikan (Evaluation)

Evaluasi merupakan salah satu rangkaian kegiatan dalam meningkatkan kualitas, kinerja, atau produktifitas suatu lembaga dalam melaksanakan programnya. Fokus evaluasi adalah individu, yaitu prestasi belajar yang dicapai kelompok atau kelas. Melalui evaluasi akan diperoleh informasi tentang apa yang telah dicapai dan apa yang belum dicapai. Selanjutnya, informasi ini digunakan untuk perbaikan suatu program.

Evaluasi menurut adalah *judgment* terhadap nilai atau implikasi dari hasil pengukuran. Menurut definisi ini selalu didahului dengan kegiatan pengukuran dan penilaian. Menurut Tyler , evaluasi adalah proses penentuan sejauh mana tujuan pendidikan telah tercapai.²¹ Masih banyak lagi definisi tentang evaluasi, namun semuanya selalu memuat masalah informasi dan kebijakan, yaitu informasi tentang pelaksanaan dan keberhasilan suatu program yang selanjutnya digunakan untuk menentukan kebijakan berikutnya.

²⁰ Latief. Rousdi, *Dasar-dasar Retorika Komunikasi*, Jakarta: Bina Cifta, 1985.hal.34

²¹ Tyler, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta PT. Gaya Media Pratama, 1950) .hal.13

Evaluasi secara singkat juga dapat didefinisikan sebagai proses mengumpulkan informasi untuk mengetahui pencapaian belajar kelas atau kelompok. Hasil evaluasi diharapkan dapat mendorong guru untuk mengajar lebih baik dan mendorong peserta didik untuk belajar lebih baik. Jadi, evaluasi memberikan informasi bagi kelas dan guru untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar. Informasi yang digunakan untuk mengevaluasi program pembelajaran harus memiliki kesalahan sekecil mungkin. Evaluasi pada dasarnya adalah melakukan *judgment* terhadap hasil penilaian, maka kesalahan pada penilaian dan pengukuran harus sekecil mungkin.

Stark dan Thomas, menyatakan bahwa evaluasi yang hanya melihat kesesuaian antara unjuk kerja dan tujuan telah dikritik karena menyempitkan fokus dalam banyak situasi pendidikan. Hasil yang diperoleh dari suatu program pembelajaran bisa banyak dan multi dimensi. Ada yang terkait dengan tujuan ada yang tidak. Yang tidak terkait dengan tujuan bisa bersifat positif dan bisa negatif. Oleh karena itu, pendekatan *goal free* dalam melakukan evaluasi layak untuk digunakan. Walaupun tujuan suatu program adalah untuk meningkatkan prestasi belajar, namun bisa diperoleh hasil lain yang berupa rasa percaya diri, kreatifitas, kemandirian, dan lain-lain.²²

Astin, mengajukan tiga butir yang harus dievaluasi agar hasilnya dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Ketiga butir tersebut adalah masukan, lingkungan sekolah, dan keluarannya. Selama ini yang dievaluasi adalah prestasi belajar peserta

²² Stark dan Thomas, *Komunikasi Organisasi*, (Surabaya PT. Pustaka Pelajar, 2002) .hal 54

didik, khususnya pada ranah kognitif saja. Ranah afektif jarang diperhatikan lembaga pendidikan, walau semua menganggap hal ini penting, tetapi sulit untuk mengukurnya.²³

Tujuan evaluasi dalam bidang pendidikan dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

1. Tujuan Umum Evaluasi adalah:

- a. Untuk menghimpun data dan informasi yang akan dijadikan sebagai bukti mengenai taraf perkembangan atau kemajuan yang dialami peserta didik setelah mereka mengikuti proses pembelajaran dalam jangka waktu tertentu. Dengan kata lain, tujuan umum evaluasi adalah untuk memperoleh data pembuktian yang akan menjadi petunjuk' sampai dimana tingkat pencapaian kemajuan peserta didik terhadap tujuan atau kompetensi yang telah ditetapkan setelah mereka menempuh proses pembelajaran dalam jangka waktu tertentu.
- b. Untuk mengetahui tingkat efektifitas proses pembelajaran yang telah dilakukan oleh guru dan peserta didik.

2. Tujuan Khusus Evaluasi adalah:

- a. Untuk merangsang kegiatan peserta didik dalam menempuh program pendidikan. Tanpa ada evaluasi maka tidak mungkin timbul kegairahan atau rangsangan pada diri peserta didik untuk memperbaiki dan meningkatkan prestasinya masing-masing.

²³ Astin , *Komunikasi dalam teori Dan Praktek*, (Bandung PT. Bina Cipta, 1974), hal.10

- b. Untuk mencari dan menemukan factor-faktor penyebab keberhasilan dan ketidakberhasilan peserta didik dalam mengikuti program pendidikan, sehingga dapat dicari dan ditemukan jalan keluar atau cara-cara perbaikannya.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Controlling atau pengawasan dan pengendalian (*wasdal*) adalah proses untuk mengamati secara terus menerus pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana kerja yang sudah disusun dan mengadakan koreksi jika terjadi.

Controlling atau pengawasan adalah fungsi manajemen dimana peran dari personal yang sudah memiliki tugas, wewenang dan menjalankan pelaksanaannya perlu dilakukan pengawasan agar supaya berjalan sesuai dengan tujuan, visi dan misi perusahaan. Di dalam manajemen perusahaan yang modern fungsi control ini biasanya dilakukan oleh divisi audit internal.

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang tidak kalah pentingnya dalam suatu organisasi. Semua fungsi manajemen yang lain, tidak akan efektif tanpa disertai fungsi pengawasan. Dalam hal ini, Louis E. Boon memberikan rumusan tentang pengawasan sebagai: *“the process by which manager determine wether actual operation are consistent with plans”*.

Sementara itu, Robert J. Mocker sebagaimana disampaikan oleh T. Hani Handoko mengemukakan definisi pengawasan yang di dalamnya memuat unsur esensial proses pengawasan, bahwa: “pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan – tujuan

perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.”²⁴

Dengan demikian, pengawasan merupakan suatu kegiatan yang berusaha untuk mengendalikan agar pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan memastikan apakah tujuan organisasi tercapai. Apabila terjadi penyimpangan di mana letak penyimpangan itu dan bagaimana pula tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya.

Selanjutnya dikemukakan pula oleh T. Hani Handoko bahwa proses pengawasan memiliki lima tahapan, yaitu:

- a. penetapan standar pelaksanaan
- b. penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan
- c. pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata
- d. perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standar dan penganalisaan penyimpangan-penyimpangan dan
- e. pengambilan tindakan koreksi, bila diperlukan.²⁵

²⁴ Robert J. Mocker, *Dasar-dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Bpfe ugm, 1992) .hal 12

²⁵ Ibid,hal.14

1. Prinsip Pengawasan

Pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan harus dimengerti oleh staf dan hasilnya mudah diukur. Misalnya tentang waktu dan tugas-tugas pokok yang harus diselesaikan oleh staf.

Fungsi pengawasan harus dipahami pimpinan sebagai suatu kegiatan yang sangat penting dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

Standar unjuk kerja harus dijelaskan kepada seluruh staf karena kinerja staf akan terus dinilai oleh pimpinan sebagai pertimbangan untuk memberikan reward kepada mereka yang dianggap mampu bekerja.

2. Manfaat Pengawasan

Bila fungsi wasdal dilaksanakan dengan tepat, organisasi akan memperoleh manfaat berupa:

- a. Dapat mengetahui sejauh mana program sudah dilaukan oleh staf, apakah sesuai dengan standar atau rencana kerja, apakah sumberdaya telah digunakan sesuai dengan yang telah ditetapkan. Fungsi wasdal akan meningkatkan efisiensi kegiatan program.
- b. Dapat mengetahui adanya penyimpangan pada pemahaman staf dalam melaksanakan tugas-tugasnya.
- c. Dapat mengetahui apakah waktu dan sumber daya lainnya mencukupi kebutuhan dan telah dimanfaatkan secara efisien.
- d. Dapat mengetahui sebab-sebab terjadinya penyimpangan.

- e. Dapat mengetahui staf yang perlu diberikan penghargaan, dipromosikan atau diberikan pelatihan lanjutan.

3. Proses pengawasan

Terdapat tiga langkah penting dalam proses pengawasan manajerial yaitu:

1. Mengukur hasil/prestasi yang telah dicapai oleh staf atau organisasi
2. Membandingkan hasil yang telah dicapai dengan tolok ukur.
3. Memperbaiki penyimpangan-penyimpangan yang terjadi sesuai dengan faktor-faktor penyebabnya, dan menggunakan, dan menggunakan faktor tersebut untuk menetapkan langkah-langkah intervensi.

4. Jenis-jenis Pengawasan

1. Pengawasan fungsional (struktural). Fungsi pengawasan ini melekat pada seseorang yang menjabat sebagai pimpinan lembaga.
2. Pengawasan publik. Pengawasan ini dilakukan oleh masyarakat.
3. Pengawasan non fungsional. Pengawasan ini biasanya dilakukan oleh badan-badan yang diberikan wewenang untuk melakukan pengawasan seperti DPR, BPK, KPK, dan lain-lain.

5. Prinsip Pokok

Fungsi pengawasan adalah aktivitas yang mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau hasil yang dikehendaki. Untuk dapat menjalankan pengawasan, perlu diperhatikan 2 prinsip pokok, yaitu:

a. Adanya Rencana

b. Adanya instruksi-instruksi dan pemberian wewenang kepada bawahan.

Dalam fungsi pengawasan tidak kalah pentingnya adalah sosialisasi tentang perlunya disiplin, mematuhi segala peraturan demi keselamatan kerja bersama. Sosialisasi perlu dilakukan terus menerus, karena usaha pencegahan adalah penting untuk mendapat perhatian.

Pengawasan dan pengendalian (controlling) sebagai fungsi manajemen bila dikerjakan dengan baik, akan menjamin bahwa semua tujuan dari setiap orang atau kelompok konsisten dengan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini membantu menyakinkan bahwa tujuan dan hasil tetap konsisten satu sama lain dengan dalam organisasi. Controlling berperan juga dalam menjaga pemenuhan (kompliansi) aturan dan kebijakan yang esensial.

Operasi dan aktivitas yang sedang berjalan untuk menjamin sesuatunya telah sedang dikerjakan dengan tepat. Tipe-tipe pengendalian (akhir) post-action; kadang-kadang disebut kendali feedback , kendali ini mengambil tempat setelah suatu tindakan dilengkapi. Kendali akhir berfokus pada hasil akhir, kebalikan dari input dan aktivitas.

Manajer memiliki 2 pilihan luas dengan memperhatikan pengendalian. Mereka dapat mengandalkan orang-orang untuk melatih pengendalian diri (internal) atas

tingkah lakunya sendiri. Alternatif lain, manajer dapat mengambil tindakan langsung (external) untuk mengendalikan tingkah laku orang lain.

Pengendalian internal memberikan individu yang termotivasi untuk melatih pengendalian diri dalam memenuhi harapan pekerjaan. Potensi untuk pengendalian diri dikembangkan ketika orang yang mampu memiliki tujuan tampilan yang jelas dan dukungan sumber-sumber yang tepat.

Pengendalian eksternal terjadi melalui supervisi personal dan penggunaan sistem administrasi formal antara lain sistem penilaian penampilan, sistem kompensasi dan keuntungan, sistem disiplin kepegawaian, dan management-by-objectives (manajemen berdasar tujuan).

Kompensasi dan keuntungan dari sistem pengawasan dan pengendalian yang baik adalah:

- a. Akan menarik orang berbakat dan mempertahankannya di dalam organisasi.
- b. Memotivasi orang untuk menggunakan usaha maksimum dalam pekerjaannya.
- c. Menyadarkan nilai dari kontribusi penampilannya.²⁶

5. Teknik Penyusunan dan Penyampaian Pesan

Menyusun suatu pesan yang hendak disampaikan dalam komunikasi baik lewat pidato maupun dengan media massa, bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan.

²⁶(<http://paradigmakaumpedalaman.blogspot.com/2011/07/paradigma-dakwah-kaum.html>).

Penyusunan pesan yang baik adalah dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh komunikan terutama dalam komunikasi antar pribadi sebab menurut Abidin Dj. “ orang yang mahir mempergunakan bahasa sehingga komunikasi dengan halayak tercapai secara efektif sudah menggunakan bahasa yang baik. Bahasa membuahkan efek atau hasil karena sesuai dengan kondisi yang dihadapi “. ²⁷

Selain itu pesan yang disusun ahrus sesuai dengan alur logika masyarakat umum. Penyampaian pesan yang telah dirumuskan dengan dilakukan dengan lisan atau tulisan termasuk sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu kegiatan komunikasi.

Dengan menggunakan metode komunikasi seperti yang telah dijelaskan diatas dalam penyusunan pesan dakwah sebelum disampaikan kepada umat merupakan hal yang memudahkan bagi juru dakwah, baik yang dilakukan secara lisan maupun melalui tulisan. Hal ini merupakan wujud nyata dari kegiatan komunikasi.

Menyampaikan pesan dakwah kepada komunikan juga bukan hal yang mudah karena bukan hanya sekedar menyampaikan saja, akan tetapi penekanan tujuan dari kegiatan tersebut yakni perubahan sikap sesuai dengan keinginan juru dakwah.

B. Dari Segi Pemanfaatan Media

²⁷ Abbidin, *Komunikasi dan Bahas Dakwah*, (Jakarta PT. Gema Insani Pers, 1996).hal.53

Media yang dimaksud adalah Media Massa dan lingkup ini termasuk pada bentuk komunikasi massa. Dari segi objeknya media massa diidentikkan dengan komunikasi massa, komunikasi massa adalah suatu kegiatan penyampaian informasi, idea, sikap kepada sejumlah orang yang berbeda-beda dengan menggunakan media yang diciptakan untuk maksud tersebut nampak dengan jelas. Seperti pengertian yang dikemukakan oleh Amar Sebagai berikut :

“ Komunikasi Massa adalah kegiatan yang menyampaikan pesan, idea dan sikap kepada sejumlah orang yang berbeda-beda dengan menggunakan media yang diciptakan untuk maksud tertentu “. ²⁸

Media yang dimaksud adalah media massa, pada awal pertumbuhannya media massa hanya terbatas pada media cetak saja, yang disebut pers atau press. Beberapa waktu kemudian setelah ditemukan media Audio dan Audio Visual yang disebut dengan media elektronika yaitu Radio, Televisi, dan lain-lainya, media massa tidak lagi hanya terbatas pada media cetak saja, akan tetapi juga termasuk media elektronika.

Dengan ditemukannya media tersebut sebenarnya merupakan perkembangan dari pada ilmu komunikasi itu sendiri, yaitu kemajuan dibidang teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan tersebut merupakan tuntunan kebutuhan

²⁸ Amar *Komunikasi dalam teori Dan Praktek*, (Bandung PT. Bina Cipta, 1984) .hal 16-17

penyebar luasan informasi secara tepat yang senantiasa mendesak untuk dipenuhi. Oleh karena itu abad ini sering disebut dengan abad informasi.

Era yang kita hadapi merupakan era informasi global yang banyak membawa dampak bagi seluruh bidang kehidupan manusia. Menurut Onong :Menggungkapkan dampak yang terjadi adalah :

“ Memang dampak teknologi komunikasi menimbulkan dampak positif dan negatif, tetapi ternyata yang negatif yang lebih dominannya, sehingga yang positif hampir tidak tampak. Dan teramat sukar untuk memupus yang negatif terhadap tata kehidupan, nilai kemanusiaan, mutu kebudayaan dan lain sebagainya “. ²⁹

Keadaan tersebut merupakan konsekuensi dari suatu masyarakat yang sedang berada di era globalisasi informasi dan hal ini tidak dapat ditolak atau dihindari.

Berdasarkan ajaran Islam setiap umat Islam tidak boleh membiarkan perbuatan negatif (mungkar) berada dilingkungannya, ia wajib mencegahnya sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Oleh karena itu keadaan yang demikian merupakan tanggung jawab seluruh umat Islam, terutama juru dakwah karena mereka lebih mengetahui dan diberi tanggung jawab secara khusus untuk mengingatkan dan menyadarkan umat manusia dari kelalaian dan mengingat dan menyembah Allah Swt.

Tekhnologi komunikasi dengan segala efeknya, seiring dengan perkembangannya telah memberikan banyak peranan dalam memperbaiki keadaan hidup manusia.

²⁹ Onong , *Pengantar Komunikasi*, (Jakarta :Bina Aksara, 1992) .hal.72

Media massa sebagai bagian dari yang dihasilkan oleh teknologi komunikasi, sesuai dengan fungsinya yaitu sebagai alat penyampai dan penyebaran informasi kepada seluruh manusia merupakan media yang sangat tepat untuk dimanfaatkan sebagai sarana pendukung kegiatan penyampaian pesan-pesan dakwah oleh juru dakwah.

Media yang dimaksud disini adalah media komunikasi yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang beraneka ragam dan tersebar di berbagai penjuru bumi ini. Media ini meliputi : Radio, Televisi, Film, Telepon, Internet dan lain sebagainya yang bisa dikategorikan ke dalam teknologi komunikasi.

1. Media Cetak

Media cetak sering juga disebut dengan Pers atau Press, karena memang pada awal lahirnya menurut Sumanang: Menuturkan :

“ pers, Press atau presse adalah sebutan bahasa asing buat segala rupa surat kabar atau harian atau majalah “. Selanjutnya dikatan oleh Sumanang, bahwa : “ yang dinamakan begitu sebenarnya adalah “ Mesin cetak “, tetapi karena mesin cetak, pers atau press-lah yang memungkinkan adanya surat kabar, maka lama kelamaan sebutan “ press “ menjadi nama atau lain perkataan yang ringkas dan gampang buat persurat kabaran “. ³⁰

Jadi yang dimaksud dengan media cetak adalah segala bentuk media informasi yang dihasilkan mesin cetak, seperti buku, Koran, majalah, tabloid, pamphlet, bulletin dan sebagainya. Kesemuanya itu merupakan bagian dari bentuk media massa yang

³⁰ Sumanang, *Komunikasi Organisasi*, (Surabaya PT. Pustaka Pelajar, 2002) , hal.7

digunakan orang atau kelompok untuk menyebar luaskan pesan atau informasi kepada halayak.

a. Buku

Kehadiran buku adalah sebagai bahan bacaan masyarakat. Buku sebagai salah satu bentuk media massa yang sangat besar perannya dalam menyebar luaskan informasi. Jika diamati di era sekarang, buku buku telah memberikan adil yang besar dalam dunia informasi terutama bagi kalangan keilmuan (pendidikan), juga termasuk kebutuhan yang sangat mendesak dalam dunia pendidikan.

Dengan demikian, peran buku sebagai media massa sangat tepat untuk dijadikan sarana penyampaian pesan-pesan dakwah Islam.

b. Koran (Surat Kabar)

Merupakan salah satu bentuk media massa yang dicetak yang telah lama tumbuh dan berkembang dengan pesat. Seiring dengan ini Koran juga telah menyebarkan informasi kepada halayak yang sangat cepat sekali mendapatkan tanggapan (*pad back*) dari masyarakat. Koran merupakan media yang sangat efisien untuk dimanfaatkan dalam rangka mendukung kegiatan dakwah Islam era kini.

c. Majalah

Majalah adalah salah satu bentuk media massa yang telah dikenal sejak lama, Meskipun .

“kehadiran majalah sampai tahun 1830 tidak dapat dikatakan sebagai media massa Karena peruntukannya bagi kaum elite saja “ kehadirannya sebagai media massa baru diterima sejak tahun 1867 “.

Melihat perkembangannya di zaman sekarang, majalah tidak lagi hanya dikonsumsi dan dibaca oleh kelompok elite saja, akan tetapi telah merambah kepada kelompok masyarakat yang paling bawah sekalipun. Majalah era kini layaknya Koran yang menjadi santapan pagi bagi masyarakat.

Dengan demikian, Maka majalah merupakan sarana yang cukup efektif untuk penyebaran pesan-pesan dakwah Islam, kendati daya jangkauannya tidak secepat dan seluas Koran (harian) sekarang ini. Akan tetapi daya tahan penyimpanan berita cukup bagus dan lebih lama.

2. Media Elektronik

Sebagaimana telah disinggung bahwa adanya media elektronika adalah merupakan bagian kemajuan dan perkembangan ilmu komunikasi. Media yang dimaksud antara lain adalah Radio, Televisi, dan Film.

a. Radio

Media ini dari segi sifatnya sering disebut dengan Audio, Karena hanya terdapat suaranya yang terdengar oleh halayak. Media ini termasuk media yang paling cepat penyebaran informasinya menjangkau halayak dan daya jangkauannya juga luas dan sangat efektif serta cepat mendapat tanggapan dari masyarakat. Hanya saja kelemahannya adalah bahwa berita atau informasi yang disampaikan daya simpannya di opini masyarakat kurang bertahan lama. Media ini sangat layak untuk dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam dan hal ini telah sering dilakukan oleh kalangan muballigh masa kini dan sangat diminati oleh masyarakat maupun juru

dakwahnya, hanya saja sarana ini sangat terbatas dan tenggang waktunya juga sangat terbatas.

b. Televisi

Karena sifatnya yang dapat didengar dan dilihat atau disaksikan, maka media ini sering disebut dengan Audio Visual. Artinya komunikator yang tengah berbicara (menyampaikan pesan) pada televisi tersebut dapat disaksikan langsung oleh audiensnya, hanya komunikator tidak mampu melihat komunikannya seperti halayaknya komunikasi tatap muka. Yang menjadi keunggulan media ini adalah daya jangkauannya luas dan daya pancarnya sangat cepat dan sangat diminati oleh masyarakat. Televisi memiliki daya hipnotis yang cukup tinggi kepada penontonnya, sehingga tidak jarang para produsen atau produk sangat antusias memanfaatkan sarana ini untuk memikat dan merayu halayak agar membeli produk yang mereka hasilkan dan ternyata media ini sangat ampuh untuk mempengaruhi opini yang ada dimasyarakat.

Demikian halnya dengan dakwah Islam akan berbeda nuansanya bila dikemas sedemikian rupa kemudian disampaikan melalui media ini. Akan memberikan dampak yang berbeda dari media lainnya yang dipergunakan oleh juru dakwah.

c. Film

Media ini dari segi sifatnya sama dengan media televisi, dan media ini termasuk media yang sangat digemari oleh masyarakat. Pengaruhnya terhadap masyarakat hampir sama dengan televisi, karena informasinya langsung dilihat dan didengar oleh masyarakat.

Media ini umumnya lebih bersifat hiburan karena ia dikemas dalam bentuk sinema atau cerita atau drama kehidupan yang seolah-olah benar-benar nyata dalam kehidupan sehari-hari seperti layak yang dialami oleh masyarakat. Dampak dari psikologis dari film ini sangat kuat dan mendorong sangat kuat pada kesadaran komunikasi penontonnya.

Film sangat efektif untuk dimanfaatkan sebagai media dakwah dan ini tergantung dari kualitas kemasan yang ditampilkan oleh produser film itu sendiri. Sehingga dapat detik hikmahnya oleh audiens dari isi cerita yang disajikan.

d. Telephon

Media elektronik ini termasuk dalam kategori audio, Karena informasinya hanya terdengar suaranya dan komunikasi langsung bisa berbicara dan mendengar bersama komunikatornya, sebetulnya media ini juga layak untuk dimanfaatkan oleh da'i, hanya saja media ini layaknya komunikasi tatap muka yang orang-perorang. Artinya secara langsung yang mendengar berita itu ialah yang menyambut suara telepon itu. Selain itu ialah mendengar informasi dari pihak kedua.

e. Internet

Internet merupakan media cetak yang memanfaatkan mesin otomatis, dimana juru dakwah bisa mengirimkan pesan dakwahnya kepada sasaran dalam tempo yang singkat, pemanfaatan sarana dengan menampilkan berita-berita aktual ini merupakan konsekuensi dari langkah maju dari teknologi informasi era kini. Sarana ini juga sangat besar perannya dalam membentuk opini masyarakat hanya saja sarana ini

masih tergolong kepada hal yang elit, artinya masih sangat sedikit masyarakat maupun juru dakwah yang menggunakan alat ini sebagai media dakwah Islam.

Media cetak maupun elektronika masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Misalnya pada media cetak, beritanya atau pesan yang dimuat dapat dibaca berulang-ulang dan kesannya lebih tajam diingatan audiens. Hanya saja masyarakat agak kurang peduli untuk membaca, disamping itu kadang-kadang keterlambatan terbitnya juga menjadi kendala sehingga informasi yang semetinya telah diterima dan ditanggapi masyarakat. Akan halnya dengan media elektronik, kendati berita (isi pesan) sangat cepat diterima oleh penonton, akan tetapi secepat itu pula hilang dari ingitan penontonya.

Dari masing-masing kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh media tersebut merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Oleh sebab itu kesemua media tersebut merupakan media yang cukup handal untuk dimanfaatkan oleh da'i dalam melaksanakan misi dakwah Islamiyah di era informasi global ini.

C. Hambatan-Hambatan Dalam Berkomunikasi

Tidak mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Ada beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasinya sukses.

Ketika anda sedang bercakap-cakap dengan orang lain di beranda rumah, anda tiba-tiba lewat kendaraan motor dengan suara knalpot yang bising, seketika pula anda menghentikan pembicaraan karena merasa terganggu.

Hal ini dalam dunia komunikasi disebut noise (gangguan komunikasi). Proses komunikasi tidak akan berjalan lancar jika terjadi gangguan dalam komunikasi. Gangguan atau hambatan itu secara umum dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal yaitu:

a. Hambatan Internal

Hambatan Internal adalah hambatan yang berasal dari dalam diri individu yang terkait kondisi fisik dan psikologis. Contohnya, jika seorang mengalami gangguan pendengaran maka ia akan mengalami hambatan komunikasi. Demikian pula seseorang yang sedang tertekan (depresi) tidak akan dapat melakukan komunikasi dengan baik.

b. Hambatan Eksternal

Hambatan Eksternal adalah hambatan yang berasal dari luar individu yang terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial budaya. Contohnya, suara gaduh dari lingkungan sekitar dapat menyebabkan komunikasi tidak berjalan lancar. Contoh lainnya, perbedaan latar belakang sosial budaya dapat menyebabkan salah pengertian.

Untuk diketahui juru dakwah sebagai hambatan komunikator sebelum ada hal-hal yang berkenaan dengan hambatan komunikasi yang juga menjadi penghambat dalam pelaksanaan dakwah. Meskipun demikian hambatan tersebut tidak begitu berarti pelaksanaan dakwah.

Sumanang Mengtakan : “ tidak menyebabkan komunikasi berhenti, tetapi ia menahan (menimbulkan kesulitan) pada aliran pesan itu. Beberapa pesan dibendung dan tidak dapat melampaui hambatan itu “. ³¹

Artinya proses penyampaian pesan terganggu oleh sesuatu sehingga pesan terlambat atau bahkan tidak sampai sehingga tidak mampu dipahami oleh komunikan. Hambatan ini bisa disebabkan dari pihak komunikator maupun komunikan sendiri dan juga oleh *channel* yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Terjadinya hambatan ini menjadi suatu penentu yang paling penting dalam mencapai tujuan komunikasi. Oleh karena itu hambatan tersebut harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh.

Menurut Onong: “ ada beberapa faktor yang menjadi penghambat jalannya komunikasi yakni, “ Hambatan Sosio-Antropoogis-psikologis, Hambatan Simantik, Hambatan Mikanis dan Hambatan Ekologis. ³²

1. Hambatan Sosio-Antropologos-Psikologis

³¹ Ibid ,hal 34

³² Onong , *Pengantar Komunikasi*, (Jakarta :Bina Aksara, 1992) .hal.11

Hambatan sosiologis adalah hambatan yang terjadi oleh faktor sosial kehidupan antara komunikator dengan komunikan dan juga antara komunikan yang satu dengan komunikan yang lainnya. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan dalam status sosial, agama, tingkat ekonomi, tingkat pendidikan dan sebagainya.

Seseorang Sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tonnies mengklafikasikan kehidup manusia dalam kemasyarakatan menjadi dua jenis pergaulan yakni : *Gemeinschaft* adalah pergaulan yang bersifat pribadi, statis dan tidak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga, sedangkan *Gesellschaft* adalah pergaulan yang bersifat non pribadi, dinamis dan rasional dengan berbagai struktur yang teratur, seperti pergaulan dikantor atau dalam organisasi.

Hambatan Antropologis lahir akibat dari adanya perbedaan komunikator dengan komunikan seperti warna kulit, postur tubuh, budaya dan sebagainya. Bila hal ini dapat diantisipasi oleh komunikator, maka jalannya komunikasi akan dapat berjalan dengan baik.

Hambatan Psikologis, terjadi karena adanya perbedaan kondisi kejiwaan pada komunikan, oleh Karena itu komunikator hendaknya mengkaji terlebih dahulu bagaimana kondisi dan situasi komunikannya.

2. Hambatan Simantik

Hambatan ini menyangkut masalah bahasa yang dipergunakan. Sebagai alat penyaluran pikiran dan perasaan kepada komunikan. Untuk mengantisipasi hambatan

ini, seorang komunikator harus mengungkapkan pernyataan dengan bahasa yang jelas, tegas dan dengan susunan kalimat yang logis.

3. Hambatan Mekanis

Hambatan ini terjadi karena alat yang dipergunakan mengalami kerusakan, mungkin saja layar monitor televisi menampilkan gambar dan suara yang kurang jelas. Jalan terbaiknya adalah menyiapkan peralatan yang baru dan lebih bagus.

4. Hambatan Ekologis

Perasangka (prejudice) artinya dugaan-dugaan buruk atau anggapan yang buruk yang ada dibenak komunikan tentang diri komunikator maupun isi pesan yang disampaikan.

Menyingkapi hal ini, maka kredibilitas juru dakwah menjadi pusat perhatian untuk dibicarakan. Oleh karena itu dituntut untuk memegang prinsip yang akan membangkitkan kepercayaan dihalangan halayak.

Abiding Dj. Ass : menjelaskan prinsip tersebut sebagai berikut :

1. Tulus artinya sikap ikhlas dalam menyampaikan dakwah, hal ini tercermin dalam hadits Nabi Saw berbunyi :

" أشكر الناس لله أشكرهم للناس "

Artinya : Manusia yang paling bersyukur kepada Allah adalah manusia yang paling bersyukur kepada manusia.

2. Ramah, Islam menganjurkan agar membina hubungan silaturrahi dengan sikap yang lemah lembut dan ramah serta senyum yang memberikan kebahagiaan dan rasa aman bagi manusia lainya. Sikap ini akan mampu melunakkan hati yang buas dan sedang marah dengan tujuan menimbulkan sikap simpatik dari komunikan.
3. Kesungguhan adalah kredibilitas yang mapan tercermin dalam melaksanakan kegiatan yang terpancar dalam bentuk kwaliitas dan bobot materi dan cara penyampaian yang tepat dan mantap.
4. Ketenangan adalah sikap yang tenang dan sikap yang tidak tergesa-gesa dalam mengerjakan segala sesuatu sebagai salah satu cerminan dari sikap mental yang dewasa menjadikannya kunci pembuka suksesnya seorang komunikator.³³ Hal ini disebutkan dalam al-Qur'an : 89 : 1059. Sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ﴿١٧﴾ أَرْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً ﴿١٨﴾ فَادْخُلِي فِي
عِبْدِي ﴿١٩﴾ وَادْخُلِي جَنَّتِي ﴿٢٠﴾

Artinya : hai jiwa yang tenang, kembalilah pada Tuhan-Mu dengan hati yang puas lagi diredhoi-Nya, dan masuklah ke dalam surga-Ku.³⁴

³³ Abbidin, Ass Djamaluddin, *Komunikasi dan Bahas Dakwah*,(Jakarta:PT.GemaInsani Pers,1996) .hal.24

³⁴ Abbidin ass , *Komunikasi dan Bahas Dakwah*, (Jakarta: PT. Gema Insani Pers, 1996) .hal.5

- 1) Percaya diri artinya harus yakin bahwa ia mampu berkomunikasi dengan layak sehingga tidak timbul sikap keragu-raguan. Dan mampu memukau dan menyakinkan audiensnya. Percaya diri tidak boleh diinterpretasikan dengan sikap menyombongkan diri.

Menurut Prof. Onong U. E, Ada 4 jenis hambatan komunikasi, yaitu:

- a. Gangguan, Ada 2 jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantic. Gangguan mekanik Gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sedangkan Gangguan semantik , Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantic tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantic dalam pesannya. Gangguan ini terjadi dalam salah pengertian.
- b. Kepentingan, Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.
- c. Motivasi terpendam, Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya.
- d. Prasangka, Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.³⁵

Beberapa ahli psikologi telah melakukan penyelidikan tentang hambatan-hambatan apa saja dalam proses komunikasi, antara lain menurut Millard, J. Bienvenue, yang dikutip oleh Arifin, Sebagai berikut :

³⁵Prof. Onong U. E, *Ilmu Dkawah*, (Yogyakarta: Bumi Aksara,1967).hal.7

1. Hal yang menyangkut semantik yaitu pengertian kata-kata yang sering kali mengandung arti berbeda dari yang dimaksudkan oleh penyampai atau juru penerang. Bilamana kedua belah pihak baik si penyampai pesan maupun yang penerima pesan (pendengar) tidak memahami terminology yang sama, maka komunikasi sulit diperoleh secara efektif. Dalam keadaan demikian maka terjadilah *communication breakdown*.
2. Hal-hal yang menyangkut pengalaman yakni pengalaman yang telah lalu sering kali menjadi penghambat terhadap komunikasi yang efektif. Dalam keadaan demikian seseorang sering menafsirkan berbeda terhadap sesuatu keterangan akibat pengalaman yang berbeda.
3. Struktur sosial dari mana si pemberi pesan atau juru penerang dan si penerima pesan atau keterangan berasal juga sering menimbulkan *communication breakdown*.
4. Self-image yang bertahan atau tertutup kepada perubahan. Dalam keadaan demikian orang kadang-kadang dalam menerima keterangan dari orang lain tetap cenderung untuk mempertahankan pendirian atau pendapatnya, bahkan keterangan tersebut dirasakan sebagai ancaman, terutama bilamana seseorang berada dalam lingkungan yang tidak aman dan kecurigaan terhadap orang lainpun timbul.³⁶

Menurut Leonard R.S. dan George Strauss dalam Stoner James, A.F dan Charles Wankel sebagaimana, ada beberapa hambatan terhadap komunikasi yang efektif, yaitu :

1. Mendengar. Biasanya kita mendengar apa yang ingin kita dengar. Banyak hal atau informasi yang ada di sekeliling kita, namun tidak semua yang kita dengar dan tanggap. Informasi yang menarik bagi kita, itulah yang ingin kita dengar.
2. Mengabaikan informasi yang bertentangan dengan apa yang kita ketahui.
3. Menilai sumber. Kita cenderung menilai siapa yang memberikan informasi. Jika ada anak kecil yang memberikan informasi tentang suatu hal, kita cenderung mengabaikannya.
4. Persepsi yang berbeda. Komunikasi tidak akan berjalan efektif, jika persepsi si pengirim pesan tidak sama dengan si penerima pesan. Perbedaan ini bahkan bisa menimbulkan pertengkaran, diantara pengirim dan penerima pesan.

³⁶H.M Arifin, *Psikologi Dakwah*, Jakarta PT, Bumi Aksa, 1997. Hal.3

5. Kata yang berarti lain bagi orang yang berbeda. Kita sering mendengar kata yang artinya tidak sesuai dengan pemahaman kita. Seseorang menyebut akan datang sebentar lagi, mempunyai arti yang berbeda bagi orang yang menanggapinya. Sebentar lagi bisa berarti satu menit, lima menit, setengah jam atau satu jam kemudian.
6. Sinyal nonverbal yang tidak konsisten. Gerak-gerik kita ketika berkomunikasi tidak melihat kepada lawan bicara, tetap dengan aktivitas kita pada saat ada yang berkomunikasi dengan kita, mempengaruhi proses komunikasi yang berlangsung.
7. Pengaruh emosi. Pada keadaan marah, seseorang akan kesulitan untuk menerima informasi. apapun berita atau informasi yang diberikan, tidak akan diterima dan ditanggapinya.
8. Gangguan. Gangguan ini bisa berupa suara yang bising pada saat kita berkomunikasi, jarak yang jauh, dan lain sebagainya.³⁷

Widjaja. A.W. dalam bukunya *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*.

hambatan-hambatan dalam komunikasi antara lain yaitu :

a. Hambatan bahasa (*language factor*)

Pesan akan disalah artikan sehingga tidak mencapai apa yang diinginkan, jika bahasa yang kita gunakan tidak dipahami oleh komunikan termasuk dalam pengertian ialah pengguna istilah-istilah yang mungkin dapat diartikan berbeda.

b. Hambatan teknis (*noise factor*)

Pesan dapat tidak utuh diterima komunikan karena gangguan teknis misalnya suara tak sampai karena pengeras suara rusak, kebisingan, lalu lintas dan sebagainya. Gangguan teknis ini sering terjadi pada komunikasi yang menggunakan media.

c. Hambatan Bola Salju (*snow ball effect*)

³⁷ Leonard R, *komunikasi* ,(Jakarta:Bumi Aksara.1993) .hal 6

Pesan menjadi membesar sampai jauh, yakni pesan ditanggapi sesuai dengan selera komunikan-komunikator, akibatnya semakin jauh menyimpang dari pesan semula, hal ini timbul karena :

- 1) Daya mampu manusia menerima dan menghayati pesan terbatas
- 2) Pengaruh kepribadian dari yang bersangkutan³⁸

Dengan mengetahui hambatan-hambatan komunikasi bagi komunikator sebelum menyampaikan pesan adalah suatu hal yang sangat penting karena komunikator akan menyiapkan cara apa yang harus diambil dalam menanggulangi hambatan tersebut yang mungkin terjadi dalam pelaksanaan dakwah.

Dari uraian di atas dapatlah disimpulkan bahwa perencanaan dan persiapan sebelum melakukan kegiatan dakwah sangat tepat diterapkan dan akan menjadi penunjang dalam melaksanakan kegiatan dakwah, tanpa mengalami hambatan yang berarti.

Menurut widjaja A.W. : mengatakan bahwa “ dari segi objeknya komunikasi dapat dibagi kedalam tiga bentuk yakni :

- a. Komunikasi Persona
- b. Komunikasi Kelompok
- c. Komunikasi Massa³⁹

³⁸ Widjaja. A.W , *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta :Bina Aksara, 1993).hal.6

³⁹ Ibid, hal.19

Lebih lanjut akan dijelaskan apa yang dimaksud dengan ketiga komunikasi tersebut sebagai berikut :

1. Komunikasi Persona

Komunikasi yang ditujukan kepada sasaran tunggal, bentuk ini berupa, anjangan, tukar pikiran dan sebagainya. Komunikasi persona aktivitasnya paling tinggi karena komunikasinya timbal balik dan terkonsentrasi, hanya kurang efisien dibandingkan bentuk lainnya.

2. Komunikasi kelompok

Komunikasi ini ditujukan kepada kelompok yang tertentu. Kelompok adalah suatu kumpulan manusia yang mempunyai antar hubungan sosial yang nyata dan memperlihatkan struktur yang nyata pula. Bentuk komunikasi seperti ini adalah : ceramah, *briefing*, indoktrinasi, penyuluhan dan sebagainya. Komunikasi kelompok lebih efektif dalam pembentukan sikap persona dari pada komunikasi massa, namun kurang efisien.

3. Komunikasi Massa

Komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa disini adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu. Komunikasi sangat efisien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan pendengar yang praktis tak terbatas.

Sehubungan dengan ini, maka dalam suatu kegiatan dakwah akan lebih efektif dan efisien, apabila pelaksanaannya dengan memperhatikan ketiga bentuk

komunikasi diatas. Kemudian pesan dakwah dapat diterapkan dengan cara tertentu yang lebih baik dan tepat.

Selanjutnya didalam komunikasi, kegiatan penyampaian ada yang kenal dengan istilah, beberapa pendekatan (*approach*), menurut Widja. “ pendekatan dapat dilakukan dengan cara Informatif, Persuasive dan Coersif “. ⁴⁰

1) Informatif

Pendekatan ini ditekankan pada penyajian keterangan-keterangan dan fakta-fakta pada halayak dan mereka bisa memilih sendiri keputusannya setelah mengerti dan memahami fakta-fakta yang telah disampaikan kepadanya.

2) Persuasif

Menurut Amar : Pengertian persuasif adalah suatu tindakan yang berdasarkan segi-segi psikologi yang dapat memotivasi kesadaran individu, persuasif artinya membujuk komunikan untuk dapat merubah sikapnya sesuai dengan keinginan komunikator, pendeknya yakni pada pengaruh psikologi. ⁴¹

3) Coersif

Yakni suatu pendekatan berupa tindakan yang bersifat agak memaksa, metode ini jarang sekali dipakai oleh para juru dakwah kecuali dalam situasi yang benar-benar kurang memungkinkan menghindarinya. Pemaksaan ini adalah alternatif terakhir untuk dilakukan, hanya saja walaupun dilakukan juga tetap dibolehkan sepanjang tetap pada aturan yang berlaku menurut Islam.

⁴⁰ Ibid, hal. 14

⁴¹ Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, Terj. Farid Ma'ruf, (Jakarta: Bulan Bintang, 1975).hal 4

Pada metode persuasif, dakwah Islam bukan membujuk tanpa ada alasan yang logis atau sekedar memberikan harapan hampa, tetapi diyakini bahwa tindakan tersebut benar-benar disertai dengan argumentasi yang logis dan tepat yang mampu mendorong komunikan, menguatkan kesadaran dirinya untuk bertindak atas pengertian dan kesadaran yang tidak terpaksa. Artinya dengan menggunakan pendekatan persuasif diharapkan komunikan dapat bertindak sesuai dengan pemikirannya setelah memahami fakta yang disajikan oleh komunikator.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari keterangan dan uraian pada bab-bab yang terdahulu, maka dapatlah dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Hubungan ilmu komunikasi dengan dakwah itu memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan, ini dapat dipahami dari konteks dua ilmu tersebut. Dimana dakwah didefinisikan sebagai upaya mengajak manusia supaya masuk ke dalam jalan Allah secara menyeluruh (kaffah), baik dengan lisan, tulisan maupun perbuatan. Sementara itu, komunikasi adalah aktivitas pengiriman dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, dan berlangsung dalam sebuah konteks, dan mengharapkan adanya efek. Komunikasi juga merupakan suatu transaksi, proses simbolik yang memungkinkan setiap individu berhubungan satu sama lain dan saling mengatur lingkungannya.

Peranan Ilmu Komunikasi terhadap Dakwah Islam dapat terlihat dari segi metodologi dan pemanfaatan media yang digunakan. Keduanya merupakan sarana penunjang dan metode pendukung kelancaran pelaksanaan proses dakwah Islam.

Proses komunikasi tidak akan berjalan lancar jika terjadi gangguan atau hambatan dalam berkomunikasi. Hambatan-hambatan dalam Berkomunikasi itu antara lain :

Pertama, Hambatan Sosio-Antropologos-psikologis, Kedua, Hambatan Simantik, Ketiga, Hambatan mekanis dan Keempat, Hambatan Ekologis, dan sebagainya.

B. Saran-Saran .

Setelah menyelesaikan penelitian ini, ada beberapa saran yang akan diberikan antara lain yaitu :

- a. Untuk praktisis dakwah (da'i) hendaknya memaksimalkan media cetak atau media elektronik seperti radio, televisi dan sebagainya untuk sarana berdakwah. Karena saat ini media cetak atau media elektronik sangat efisien untuk menyampaikan nilai-nilai dakwah.
- b. Untuk fakultas dakwah dan komunikasi, hendaknya menggunakan media cetak seperti majalah, buku, Koran, tabloid, pamphlet, bulletin, dan sebagainya digunakan untuk menyebar luaskan nilai-nilai dakwah kepada mahasiswa.
- c. Hendaknya umat Islam secara umum dan pada secara khusus, agar upaya segera bebenah diri mengantisipasi perubahan tatanan hidup yang ditimbulkan oleh teknologi informasi sekarang ini. Dengan adanya perubahan yang ditimbulkan oleh teknologi, kita harus tetap kuat untuk menyebar luaskan ajaran Islam yang telah disebar luaskan oleh Rosulullah Saw.

Karena Dakwah Islam merupakan kegiatan dalam menyampaikan pesan yang dilakukan secara berkesinambungan yang bermuara pada keinginan mengubah perilaku sasaran (mad'u) berdasarkan tolak ukur nilai-nilai ajaran Islam.

Melaksanakan dakwah Islam secara professional bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, tentunya kita dihadapkan kepada banyak hal yang akan menghambat kelancaran pelaksanaan dakwah yang kita lakukan. Oleh karena itu da'i dituntut untuk terus mempersiapkan dirinya dengan berbagai bekal ilmu dan keterampilan serta segera meninggalkan kejumutan hati untuk memperluas wawasan berpikir seiring dengan kemajuan teknologi informasi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbidin Ass. Djamaluddin, *Komunikasi dan Bahas Dakwah*, PT. Gema Insani Pers, Jakarta, 1996.
- Abu Zahrah, *Dakwah Islamiyah*, diterjemahkan oleh Ahmad Subanda, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1974.
- Al- Maraghi, Ahmad Mustafa, *Tafsir Al-Maraghi Jilid II*, Terj. Anwar Rasydi, et. AL, CV. Toha Putra, Semarang, 1992.
- Ali. Mahfuzd, *Hidayatul Mursyidin*, diterjemahkan oleh Chodijah Nasution, Tiga A, Jakarta, 1975.
- Amin, Ahmad, Prof. Dr, *Etika (Ilmu Akhlak)*, Terj. Farid Ma'ruf, Bulan Bintang, Jakarta, 1975.
- Arifin, HM, *Psikologi Dakwah*, PT, Bumi Aksa, Jakarta, 1997.
- Astrid S, Phild, Susanto, *Komunikasi dalam teori Dan Praktek*, PT. Bina Cipta, Bandung, 1974.
- Assegaff, Dja'far, *Jurnalistik Masa Kini*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta, 1980.
- A.W. Wijaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bina Aksara, Jakarta, 1993
- A.W. Wijaya, *Pengantar Komunikasi*, Bina Aksara, Jakarta. 1988.

Aubrey, Fisher. B, *Teori-teori Komunikasi*, Diterjemahkan Soejono Trimo, Gema Insan Press, Jakarta, 1989.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta, 1984.

Edy, Abdullah, *Intizar*, Balai Penelitian IAIN Raden Fatah, Palembang.

Effendi, Onong Uchayana, *Dinamika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakrya, Bandung, 2000.

Effendi, Onong Uchayana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakrya, Bandung, 2001.

Hasjmy, H. *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Bulan Bintang, Jakarta, 1974.

Helmi, Masdar, *Problematika Dakwah Islam dan Pedoman Mubaligh*, CV. Thoha Putra, Semarang, tt.

(<http://paradigmakaumpedalaman.blogspot.com/2011/07/paradigma-dakwah-kaumpedalaman.html>).

(<http://paradigmakaumpedalaman.blogspot.com/2011/07/paradigma-dakwah-kaumpedalaman.html>).

Isror, MH, *Retorika dan Dakwah Islam Era Modern*, CV. Firdaus, Jakarta, 1993.

Jumantoro, T, *Psikologi Dakwah*, PT. Amzah, Malang, 1997.

Kafei, Jamaluddin, *Psikologi Dakwah*, CV. Indah Opset Jaya, Surabaya, 1993.

- Kuntowijoyo, Dr, *Paradigma Islam, Interpretasi untuk Aksi*, Mizan, Bandung, 1991.
- Liliweri, Alo, *Memahami Pesan Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, PN. Citra Aditya Abadi, Bandung, 1991.
- Liliweri, Alo, *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, PN. Citra Aditya Abadi, Bandung, 1994.
- Lubis, M Sholeh, *Umat Islam dalam Globalisasi*, Gema Insan Press, Jakarta, 1997.
- Latief. Rousdi, *Dasar-dasar Retorika Komunikasi*, Bina Cifta, Jakarta, 1985.
- Malik, Dedy Djamiluddin, *Komunikasi Persuasif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1994.
- Mahfuz, Ali, *Hidayatul Mursyidin*, terj. Chodijah N, PT. Tiga A, Yogyakarta, 1977.
- Mahtarom, Zain, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Al-Amin dan IFKA, Yogyakarta. 1996.
- Mulyana, Dedy dan Rahmat, Jalaluddin, *Komunikasi antar Budaya*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1996.
- Nasution, Zukarnaen, *Komunikasi Politik*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta, 1989.
- Rahmat, jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998.
- Rahmat, jalaluddin, *Rthorika Modern*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.

- Rahmat, jalaluddin, *Islam Alternatif*, Mizan, Bandung, 1991.
- Rais, Amin, *Islam Aktual*, Mizan, Bandung, 1996.
- Reksohadiprodjo, Sukanto, *Dasar-dasar Manajemen*, BPFE UGM, Yogyakarta, 1992.
- Sanusi, Shalahuddin, *Pembahasan Sekitar Prinsip-Prinsip Dakwah Islam*, CV. Ramadhani, Semarang, 1984.
- Shaleh, Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, Bulan Bintang, Jakarta, 1993.
- Singarimbun, Muhammad, *Islam sebagai Aqidah dan Syari'ah (1)*, Terj. Bustami, A Ghani, B. Hamdani, Bulan Bintang, Jakarta, 1967.
- Shophiaan, A. Rafiq, *Tantangan Media Informasi Islam*, PT. Risalah Gusti, Surabaya, 1993.
- Susanto, S, *Komunikasi antar Pribadi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, tt.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, PT. Gaya Media Pratama, Jakarta, 1997.
- Thoah Yahya Umar, Ilmu Dkwah, Wijaya, Yogyakarta, 1967.
- Panuju, Redi, *Komunikasi Organisasi*, PT. Pustaka Pelajar, Surabaya, 2002.
- Qutb, Sayyid, *Fiqhud Dakwah*, Pustaka Amin, Jakarta, 1993.
- Yakan, Fathi, *Kunci Sukses Petugas Dakwah*, CV. Bina Usaha, Yogyakarta, 1984.

Yatim , Badri, *Sejarah, Peradaban Islam*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1993.

Zahra, Abu, *Dakwah Islamiyah*, Terj. Ahmad Subandi, PT. Remaja Rosdakrya, Bandung, 1994.

Zainal, Ahmad, Intizar, *Format Dakwah dalam menghadapi Arus Informasi global*, BP. IAIN Raden fatah, Palembang, 1996.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI :

- Komunikasi dan Penyiaran Islam
- Pendidikan Agama Islam
- Ahwal Syakhshiyah
- Ekonomi Islam

STATUS TERAKREDITASI SK. BAN. PT

- No. 045/BAN-PT/Ak-XV/S1/XII/2012
- No. 003/SK/BAN-PT/Ak-XV/S/I/2013
- No. 029/BAN-PT/Ak-XI/S1/2008
- No. 003/SK/BAN-PT/Ak-XV/S1/2013

Jl. Jenderal A. Yani/Tl. Banten Kampus B UMP 13 Ulu Palembang Kode Pos 30263 Telp. (0711) 513386 Fax. (0711) 513078

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Nomor : *154* /KPTS/FAI UMP/XU/2013

Tentang

**PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
JURUSAN TARBİYAH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang

- MEMPERHATIKAN :**
1. Surat Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang No.145/C-13/Kpts/UMP/X/1996 tanggal 18 Jum.Akhir 1417 H/01 Oktober 1996.
 2. Surat Permohonan Mahasiswa Nama : **AKROM** , tanggal **08 Nopember 2013** Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang Perihal judul skripsi.
- MENIMBANG :**
- a. bahwa untuk pelaksanaan tugas pembimbing terhadap penyelesaian skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang memenuhi persyaratan masing-masing menjadi Pembimbing I dan II.
 - b. bahwa sehubungan dengan butir a tersebut di atas perlu menerbitkan Surat Keputusan sebagai pedoman dan landasan hukumnya.
- MENGINGAT :**
- 1 Undang-Undang No.20 Tahun 2003, tentang Sisdiknas;
 - 2 Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2007, tentang Standar Pendidikan Nasional;
 - 3 Keputusan Menteri Agama RI No.90 Tahun 2007, tentang Pendirian FAI UMP;
 - 4 Keputusan PP Muhammadiyah No.19/SK-PP/III.4.a/1999 tentang Qaidah PTM;
 - 5 Keputusan PP Muhammadiyah No.132/KEP/I.O/D/2011, tentang Pengangkatan Rektor UMP periode 2011-2015;
 - 6 SK. PP Muhammadiyah Majelis Dikti No.186/KEP/I.3/D/2011, tentang Pengangkatan Dekan FAI UMP;
 - 7 SK. BAN/PT. No.029/BAN-PT/Ak-XI/S-1/2008, tentang Hasil dan Akreditasi Program Studi untuk Program Sarjana di Perguruan Tinggi;

MEMUTUSKAN

- MENETAPKAN PERTAMA :**
- Menunjuk Saudara/Saudari :
1. **Drs. ABU HANIFAH, M.Hum** Pembimbing I
 2. **PURMANSYAH ARIADI, S.Ag.,M.Hum** Pembimbing II
- berturut-turut sebagai Pembimbing I dan II Skripsi Mahasiswa :
- Nama : **AKROM**
 NIM : **612010001**
 Jurusan/Prog. Study : **Tarbiyah / Pendidikan Agama Islam**
 Judul Skripsi : **"PERANAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP DAKWAH ISLAM".**
- KEDUA :** Segala biaya yang timbul akibat dari diterbitkannya Keputusan ini dibebankan kepada Anggaran Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang dan/atau dana khusus yang disediakan untuk itu.
- KETIGA :** Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir pada tanggal **08 Mei 2014** dan dapat diperpanjang kembali selama 6 (enam) bulan berikutnya. Jika tidak selesai setelah masa perpanjangan ini, maka judul diganti baru dan SK ini dinyatakan tidak berlaku.

Ditetapkan di : PALEMBANG
 Pada Tanggal : 04 Muharram 1435 H
 08 Nopember 2013 M

Tembusan Yth. :

1. Bapak BPH UMP
2. Bapak Rektor UMP
3. Yang bersangkutan
4. Arsip.

Drs. Abu Hanifah, M. Hum
 NBM : 618325



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS AGAMA ISLAM

JURUSAN :
 1. DAKWAH
 2. TARBİYAH
 3. SYARI'AH

PROGRAM STUDI :
 KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
 PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
 AHWAL SYAKSIYAH

STATUS "TERAKREDITASI" SK.BAN/PT.NO. 021 / Ak-IV/VII/2000

Jl. Jenderal A. Yani / Tl. Banten Kampus "B" UMP 13 Ulu Palembang Kode Pos 30263 Telp (0711) 513386

**DAFTAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI
 MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UMP**

NAMA MAHASISWA : **AKROM**
 NIM : **61.2010.001**
 JURUSAN/PROG. STUDI : **Dakwah**
 PEMBIMBING : **Drs. Abul Hanifah, M.Hum.**

NO.	HARI / TANGGAL	MASALAH	PARAF	KETERANGAN
	Febru 26/2013	Proposal	Ø	
		mas I perbaikan	Ø	
	Jumlat 20/12 2013	mas II acc	Ø	
	16/1 2014.	mas III acc	Ø	
	10/2 2014	mas IV acc	Ø	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS AGAMA ISLAM

JURUSAN :
 1. DAKWAH
 2. TARBIYAH
 3. SYARI'AH

PROGRAM STUDI :
 KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
 PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
 AHWAL SYAKSIYAH

STATUS "TERAKREDITASI" SK.BAN/PT.NO. 021 / Ak-IV/VII/2000

Jl. Jenderal A. Yani / Tl. Banten Kampus "B" UMP 13 Ulu Palembang Kode Pos 30263 Telp (0711) 513386

**DAFTAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI
 MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UMP**

NAMA MAHASISWA : AKROM
 NIM : 01.2010.001
 JURUSAN/PROG. STUDI : DAKWAH
 PEMBIMBING : Puji M. Ansyah, Ariadi, S. Aq. M. Hum.

NO.	HARI / TANGGAL	MASALAH	PARAF	KETERANGAN
	Selasa, 4 Nov 13	Penyusunan proposal Lamp ke Bab I	<i>[Signature]</i>	
	Sen 25/11/13	Ace bab I Lamp ke Bab II Bab II	<i>[Signature]</i>	
	Rabu 04/12/13	- Perbaiki Tulisan - Perbaiki Sesuai Sam	<i>[Signature]</i>	
	Kemis 05/12/13	- Ace bab II lamp ke bab III	<i>[Signature]</i>	
	Kamis 19/12/13	- Perbaiki Cara penulisan - Cara pengetikan Selain Swin - Bab IV	<i>[Signature]</i>	
	15/2014 /1	- Perbaiki ke pul - tambahkan alternatif Jawab	<i>[Signature]</i>	
	06/2014 /2	- Ace lamp diujik	<i>[Signature]</i>	

[Handwritten signature]