

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Pola

###### a. Pengertian Pola

Pola menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai bentuk yang tetap. Sedangkan dalam Kamus Ilmiah Populer “pola” diartikan sebagai model, contoh, pedoman.<sup>1</sup> Pola merupakan bentuk atau model yang biasa di gunakan untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang di timbulkan cukup mencapai suatu sejenis untuk pola dasar yang dapat di tunjukan atau terlihat. Pola dapat diartikan juga sebagai model, yaitu cara yang menunjukkan sebuah obyek yang berisi kompleks proses didalamnya dan hubungan antara unsur-unsur pendukungnya.<sup>2</sup>

##### 2. Komunikasi

###### a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi menurut kata aslinya berasal dari kata latin “*Communicare* “ yang artinya memberitahu. Sedangkan menurut istilah komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan symbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lainnya.<sup>3</sup> Komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang berarti membagi. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi, seperti dalam bentuk percakapan maka komunikasi dapat terjadi ataupun berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Percakapan kedua orang tersebut bisa dikatakan komunikatif apabila keduanya faham akan bahasa dan maknanya. Komunikasi berperan penting bagi kehidupan sosial, pendidikan, budaya, dakwah, dan politik.

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), cet. Ke 3, 585.

<sup>2</sup> Puis A. Partanto dan M. Dahlan Al-barty, *Kamus Besar Bahasa Ilmiah Popular*, (Surabaya: Arkola, 1994), 605.

<sup>3</sup> Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), 19.

Komunikasi juga merupakan hubungan langsung maupun tidak langsung antar manusia, baik individu maupun kelompok.

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi merupakan bagian dari kehidupan ini, karena manusia melakukan komunikasi dalam hal apa saja di kehidupan ini.<sup>4</sup> Komunikasi juga merupakan kebutuhan pokok manusia. Fungsi dari komunikasi adalah sebagai komunikasi sosial dapat memberitahukan bahwa komunikasi itu sangat penting untuk membangun rencana dalam diri, untuk mengaktualisasikan diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari ketegangan dan tekanan antara lain dengan melakukan komunikasi yang menghibur, juga untuk membangun hubungan yang luas dengan orang lain.<sup>5</sup> Nurudin dalam bukunya yang berjudul “Sistem Komunikasi Indonesia” menjelaskan bahwa pada dasarnya komunikasi merupakan sebuah proses ide, lambing, dan gagasan sehingga terdapat pola-pola tertentu sebagai wujud perilaku manusia dalam berkomunikasi.<sup>6</sup> Menurut James, komunikasi diartikan sebagai perbuatan, penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain.<sup>7</sup>

Alo Liliwari menyebutkan beberapa definisi komunikasi seperti, komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif, komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis atau lisan melalui percakapan atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner, komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya, komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seseorang kepada orang lain, pertukaran makna antara individu dengan menggunakan system symbol yang sama,

---

<sup>4</sup> H. A. W. Widjaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rienaka Cipta, 2000) cet. Ke 2, 26.

<sup>5</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), 41.

<sup>6</sup> Nurudin, *Sistem Komunukasi Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 26

<sup>7</sup> James G. Robbins, *Komunikasi yang Efektif*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1992), Cet. Ke 4, 1.

komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu, komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis.<sup>8</sup>

Menurut Everett M. Rogers mendefinisikan komunikasi merupakan proses dimana suatu informasi disampaikan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku orang-orang yang ikut serta dalam proses komunikasi.

Rogers dan Lawrence Kincaid mengemukakan bahwa komunikasi ialah suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan atau membentuk pertukaran informasi antara satu dengan yang lainnya yang selanjutnya terjadi saling pengertian yang mendalam.<sup>9</sup>

Menurut Allo Liliweri, komunikasi ialah tindakan atau aktivitas untuk menyampaikan situasi. Komunikasi ini dapat berbentuk perlakuan, diskusi, kantor pos, saluran, dan koneksi antara komunikasi dan kegiatan transmisi pesan yang lainnya.

Menurut Stewart L. Tubbs mengemukakan bahwa komunikasi di definisikan sebagai berbagi pengalaman dan membagikan pengalaman yang diperoleh dan dialami oleh pihak yang melakukan komunikasi dan saling mempengaruhi. Komunikasi bisa membantu seseorang untuk bertindak lebih efektif dengan cara membagikan pengalaman hidupnya terhadap orang lain dan membuat orang tersebut bisa terpengaruh olehnya dan mengikuti apa yang telah disampaikan oleh informan tersebut.<sup>10</sup>

Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, ketrampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol kata-kata, gambar, grafik, dan sebagainya.

Menurut Theodore M. Newcomb komunikasi adalah setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu

---

<sup>8</sup> Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi antarbudaya*, Cet.IV, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 8.

<sup>9</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi komunikasi*, (Jakarta: PT Rajawali pers, 2018), 35-36.

<sup>10</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 6-7.

transmisi informasi, terdiri, dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

Menurut Carl I. Hovland komunikasi merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh seorang komunikator dengan komunikasi dengan didasari sebuah niat untuk mempengaruhi perilaku penerima (komunikasikan).

Menurut Gerrald R. Miller komunikasi terjadi saat tersampainya sebuah pesan oleh suatu sumber (komunikator) kepada penerima dengan didasari sebuah niat untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Menurut Raymond S. Ross komunikasi (*intensional*) merupakan sebuah proses menyortir, memilih serta mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga dapat membantu pendengar untuk membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.<sup>11</sup>

Proses komunikasi pada dasarnya merupakan penyampaian pesan, pikiran, perasaan oleh seseorang komunikator dengan komunikasi. Setiap makhluk sosial memiliki kecenderungan berinteraksi guna membangun proses komunikasi yang baik antara satu dengan yang lainnya terkait kepentingan individu ataupun kelompok. Semakin baik hubungan yang tercipta semakin positif interaksi yang terjadi. Dengan membangun hubungan komunikasi dan jaringan sosial satu sama yang lainnya. Komunikasi berperan penting bagi pembentukan, ekspresi, dan pengembangan pribadi.<sup>12</sup>

Berdasarkan pengertian komunikasi diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu hubungan antar sesama manusia baik secara langsung atau tidak langsung yang mempunyai visi yang sama dan menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari.

#### **b. Jenis-jenis Komunikasi**

Adapun jenis-jenis komunikasi yaitu, komunikasi diri sendiri yang menurut Hafied Changara terjadi proses komunikasi ini karena adanya seseorang yang menginterprestasikan sebuah objek yang dipikirkan.

---

<sup>11</sup> Ahmad Sultra Rustran dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2017), 39-40.

<sup>12</sup> Suryanto, *Membangun Citra Dengan Public Relations*, (Bandung: CV Arfino Raya, 2013), 96.

Komunikasi antar pribadi yaitu suatu proses komunikasi secara langsung yang dilakukan antara dua orang atau lebih. Komunikasi kelompok komunikasi ini disampaikan dihadapan khalayak ramai atau dengan jumlah yang banyak. Komunikasi berlangsung secara continue. Pesan yang disampaikan terencana dan terarah. Komunikasi massa, yaitu proses komunikasi yang proses produksi dan penyebar luasan kepada publik atau masyarakat dilakukan oleh sebuah institusi atau lembaga media. seiring perkembangannya, komunikasi jenis ini memiliki kekuatan sosial yang cukup besar untuk merubah pemahaman dan persepsi masyarakat. Dalam tahap tertentu, pesan-pesan atau propaganda yang disampaikan di dalam komunikasi massa mampu merubah kehidupan sosial serta budaya masyarakat yang menjadi komunikan.

Adapun jenis-jenis komunikasi dilihat dari mediana meliputi film, televisi, radio dan lain sebagainya. Di era digital, komunikasi dengan menggunakan media elektronik menjadi sebuah trend fenomena baru yang di pakai oleh berbagai komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi melalui berbagai mediana.

Selain itu ada bentuk bentuk komunikasi yaitu

1) Bentuk verbal

Komunikasi secara verbal dalam penyampaian informasinya menggunakan Bahasa. Bahasa merupakan sebuah kata yang tersusun seacara terstruktur hingga menjadi sebuah kalimat yang memiliki arti. Bahasa memiliki banyak fungsi, namun yang paling erat hubungannya dengan kehidupan bermasyarakat dalam menyampaikan suatu informasi ada tiga. Yang pertama untuk mempelajari dunia yang berada di sekeliling kita, Bahasa menjadi sebuah alat yang sangat penting dalam mempelajari lingkungan. Dengan adanya Bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku suatu bangsa.<sup>13</sup> Yang kedua, bahasa mengembangkan pengetahuan kita. Bahasa begitu penting dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Selanjutnya, Bahasa sebagai alat pengikat dan perekat dalam kehidupan bermasyarakat. Bahasa

---

<sup>13</sup> Tri Indah Kusumawati, “Komunikasi Verbal dan Nonverbal,” *Jurnal Al-Irsyad*, Vol VI No.2 (2016): 141.

dapat membantu kita dalam menyusun pengetahuan yang mudah dipahami dan diterima oleh orang lain.

- 2) Komunikasi secara nonverbal, selain menggunakan komunikasi secara verbal juga memakai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal biasanya disebut Bahasa isyarat. Dimana bentuk komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang tidak berupa sebuah kalimat. Dalam bentuk komunikasi ini tidak menggunakan bentuk komunikasi verbal seperti kata-kata. Namun, komunikasi nonverbal dapat berdampingan dengan komunikasi verbal. Dimana manfaat komunikasi nonverbal dapat dilihat ketika tidak mampu mengungkapkan komunikasi verbal secara jelas.<sup>14</sup>

**c. Tujuan Komunikasi**

Komunikasi mempunyai tujuan yaitu bagaimana mempengaruhi orang atau pihak lain. Menurut Berlo ada dua hal yang perlu dijawab yaitu : mempengaruhi siapa dan bagaimana. Jadi, menurutnya ada dua dimensi mengenai tujuan yaitu siapa yang dipengaruhi dan bagaimana mempengaruhi. Setiap situasi komunikasi meliputi pembuatan pesan oleh seseorang. Seperti halnya jika seseorang menulis, akan ada seseorang yang membacanya dan apabila seseorang berbicara, akan ada seseorang yang mendengarkannya. Setiap analisis tentang tujuan komunikasi memerlukan bertanya dan menjawab pertanyaan, untuk siapa hal ini dimaksudkan. Misalnya kita sering berkomunikasi dengan diri sendiri, maka kita menciptakan pesan dan menerima pesan yang sama. Komunikasi mempunyai peran yang penting dalam kehidupan manusia, karena itu kita harus dapat memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi.

Tujuan di dalam komunikasi adalah sebagai berikut :

- 1) Perubahan sikap (*Attitude Change*). Sikap atau *attitude* merupakan karakter yang mendasar serta melekat dalam diri pihak yang berkomunikasi, komunikasi dalam berbagai bentuknya. Secara tidak langsung, sikap sebenarnya sudah merupakan pesan yang tersampaikan kepada pihak yang dituju. Secara umum,

---

<sup>14</sup> Tri Indah Kusumawati, “*Komunikasi Verbal dan Nonverbal*,”145

perubahan sikap sebagai tujuan komunikasi dapat terpenuhi apabila memenuhi beberapa unsur. Di antaranya adalah kualitas dari pesan yang akan disampaikan, isi atau substansi pesan tersebut, bagaimana pesan disampaikan, media penyampaian pesan dan lain sebagainya.

- 2) Perubahan pendapat (*Opinion Change*), komunikasi juga dapat menyebabkan seseorang merubah pemahaman atau persepsinya terhadap obyek tertentu, baik bersifat abstrak maupun konkret. Komunikasi dalam berbagai bentuk dan mediana dapat menjadi jalur propaganda terhadap sebuah obyek tertentu. Hal ini yang menyebabkan komunikasi mampu merubah persepsi, pemahaman atau pendapat yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
- 3) Perubahan perilaku (*Behavior Change*), setelah terjadi perubahan persepsi dan pendapat serta pemahaman sebagai tujuan dari komunikasi, efek selanjutnya adalah adanya perubahan perilaku oleh komunikan yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.
- 4) Perubahan sosial (*Social Changer*), tahap akhir dari tujuan yang diharapkan dari komunikasi adalah adanya perubahan sosial-budaya dari masyarakat atau komunikan. Tahap ini adalah tertinggi dimana, komunikasi dalam berbagai aspek, bentuk serta mediana mampu merubah perilaku individu dengan individu dalam masyarakat.<sup>15</sup>

Menurut Harold D. Lasswell komunikasi memiliki beberapa fungsi diantaranya manusia dapat mengontrol lingkungannya, dapat beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, dapat melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

Joseph A. Devito menjelaskan bahwa terdapat empat tujuan dari seseorang berkomunikasi antara lain:<sup>16</sup>

- 1) *Menemukan*, semakin sering seseorang berkomunikasi dengan orang lain maka akan membuat seseorang lebih mengetahui tentang siapa dirinya dan tau apa yang harus dilakukannya. Karena dengan berkomunikasi

---

<sup>15</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 33-34.

<sup>16</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, 103-113.

seseorang akan memperoleh hal baru ataupun pengalaman-pengalaman yang sebelumnya belum dia dapatkan serta menjadikan seseorang lebih mudah untuk menghargai dan dapat menerima sebuah perbedaan sehingga nantinya dapat membuat seseorang lebih mudah menempatkan diri dimana dia berada. Berkomunikasi tidak hanya dapat menemukan tentang siapa diri kita tetapi juga dapat menemukan dunia luar, apalagi dengan kemajuan zaman sekarang yang mana komunikasi sudah dapat dilakukan dengan menggunakan media massa (cetak maupun elektronik) ataupun media digital (internet) sehingga komunikasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan cepat.

- 2) *Berhubungan*, diantara motivasi dalam melakukan komunikasi salah satunya yaitu agar dapat berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain). terkadang seseorang menghabiskan waktu yang cukup lama untuk mengobrol dengan orang lain dalam rangka agar dapat memelihara hubungan dengan orang lain dan secara sosial.
- 3) *Meyakinkan*, seseorang perlu meyakinkan seseorang terlebih dahulu agar orang lain dapat mengikuti pesan-pesan yang disampaikannya. Agar lebih meyakinkannya terkadang pesan tersebut juga dilengkapi dengan data-data yang konkrit atau dengan gaya bahasa yang menggebu-gebu. Itu semua agar komunikator (khalayak) akan lebih mudah percaya dengan apa yang kita sampaikan.
- 4) *Bermain*, ketika seseorang melakukan komunikasi dengan orang lain tidak selalu membahas tentang sesuatu yang serius, terkadang seseorang juga menambahkan lelucon sebagai pemanis pembicaraan. hal itu dilakukan agar dapat menarik perhatian meskipun tak jarang hiburan tadi menjadi tujuan akhir dari komunikasi yang dilakukan.

Selain dari empat tujuan yang telah dijelaskan diatas terdapat juga tujuan komunikasi yang lain yaitu, membentuk citra dan mempersuasi. Terkadang secara disengaja maupun tidak seseorang mencoba untuk

mengomunikasikan dirinya kepada orang lain tentang siapa dirinya. Dalam ilmu komunikasi itu bisa disebut dengan citra diri, yaitu bagaimana seorang membangun *personal branding*, ingin dipersepsikan seperti apa oleh orang lain yang merupakan bagian dari membentuk citra diri. Citra diri dianggap penting karena citra diri mencerminkan bagaimana orang memberlakukan kita. Sedangkan mempersuasi memiliki hubungan dengan tujuan komunikasi yang lain yaitu meyakinkan. Biasanya setelah kita meyakinkan seseorang maka selanjutnya dilakukan mempersuasi (membujuk) orang tersebut agar mengikuti ajakannya.

**d. Hambatan Komunikasi**

Dalam proses komunikasi juga biasanya terdapat hambatan. Hal ini mengakibatkan proses penyampaian pesan tidak berjalan dengan lancar. Sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak diterima dengan baik. Hambatan yang ada dalam proses komunikasi biasanya mengakibatkan timbulnya salah pengertian antara komunikator dan komunikan. Menurut Effendi menjelaskan tentang hambatan-hambatan yang mungkin muncul dalam proses komunikasi. hambatan-hambatan tersebut meliputi hambatan sosiologi, yang merupakan hambatan yang terjadi menyangkut status sosial atau hubungan seseorang. Hambatan antropologis yang merupakan hambatan yang terjadi karena budaya yang dibawa seseorang saat berkomunikasi dengan orang lain berbeda dengan budaya yang dibawanya. Kemudian ada hambatan psikologis yaitu hambatan yang sering terjadi dalam proses komunikasi. karena komunikasi sangat sulit untuk berhasil apabila komunikator sedang sedih, bingung, marah, kecewa dan kondisi psikologis lainnya.

Dan juga hambatan lainnya seperti hambatan semantik yaitu hambatan yang berhubungan dengan bahasa yang digunakan oleh komunikator sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Kemudian ada hambatan mekanis yaitu hambatan yang sering dijumpai pada media yang digunakan dalam melancarkan komunikasi. yang terakhir yaitu hambatan ekologis merupakan hambatan yang disebabkan oleh

gangguan lingkungan terhadap prsose berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.<sup>17</sup>

Sedangkan pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang melihat kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen yang lainnya.<sup>18</sup> Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapan dipahami. Menurut Tubbs dan Mss menjelaskan bahwa pola komunikasi dapat dicirikan oleh komplementaris dan simetris.

Hubungan komplementaris adalah diwujudkan dengan bentuk perilaku dominan dari satu partisipan yang dapat mendatangkan perilaku tunduk, patuh, dan lainnya. Sedangkan hubungan simetris yaitu berhubungan tingkatan sejauh mana orang berinteraksi atas dasar kesamaan satu sama lain.<sup>19</sup>

**e. Unsur-unsur Komunikasi**

Dalam proses berkomunikasi terdapat beberapa unsur, yaitu :

- 1) *Sumber (Komunikator)*, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encorder*. Sebagai penyampai atau pengirim pesan maka komunikator juga dapat sekaligus sebagai penggagas atau disebut sebagai narasumber. Komunikator apabila dilihat dari jumlahnya terdiri dari, satu orang, banyak orang, massa.

---

<sup>17</sup> I Gusti Ngurah Rai Ari Yudha, “*Hambatan Komunikasi Pada Mahasiswa Perantauan Asal Bali di Kota Yogyakarta*”, (Surakarta: Universitas Sebel Maret, 2019) , 5.

<sup>18</sup> Agoes Soejanto, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: remaja Rodsakarya, 2001), 27.

<sup>19</sup> “Pengertian Pola Komunikasi”, diakses pada 27 Oktobr 2020, <http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-pola-komunikasi-menurut-ahli.html?m>

Sedangkan komunikator yang dengan banyak orang di pecah lagi menjadi tiga bagian. *Pertama*, kelompok kecil, yaitu merupakan kelompok homogen dengan jumlah tertentu yang mana satu sama lain saling mengenal dan memiliki ikatan emosional yang kuat. *Kedua*, Kelompok kecil, yaitu merupakan kelompok homogen dengan jumlah tertentu yang mana satu sama lain saling mengenal dan memiliki ikatan emosional yang kuat. *Ketiga*, Organisasi, yaitu sebuah kelompok dengan anggota yang cukup banyak dan didalamnya terdapat sebuah tujuan bersama yang secara jelas dan terdapat pula pembagian kerja secara jelas. Kelompok organisasi ini masih dapat di bagi lagi menjadi motif ideal seperti yayasan LSM nonprofit dan motif komersial (perseroan terbatas).

- 2) *Pesan* , pesan dapat didefinisikan sabagai segala sesuatu (baik dalam bentuk verbal maupun non verbal) yang di sampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Pesan bisa berupa informasi, pengetahuan, hiburan atau nasehat. Pesan dapat disampaikan dengan cara bertatap muka secara langsung maupun melalui sebuah media komunikasi. Beberapa lambang komunikasi juga turut diciptakan seperti bahasa lisan, bahasa tulisan, suara gerak-gerik dan lainnya. Penciptaan itu semua semata-mata apabiala pesan yang disampaikan oleh komunikator masih bersifat abstrak nantinya dengan menggunakan lambanga-lambang tersebut akan lebih mudah untuk dimengerti serta dipahami oleh komunikan. jika dilihat dari segi makna pesan dapat dibagi menjadi dua, yaitu konotatif dan denotatif.<sup>20</sup> Konotatif, yaitu sebuah pesan yang maknanya berupa sebuah makna kiasan atau bukan sebenarnya. Sedangkan Denotatif, adalah merupakan kebalikan dari konotatif yaitu pesan dengan makna sebenarnya.
- 3) *Media*, Media yaitu sarana ataupun alat yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (khalayak). Media dapat digolongkan menjadi empat bagian, antara lain:

---

<sup>20</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, 46-47.

- a) Media antarpribadi, dalam media antarpribadi ini media yang sering digunakan biasanya dengan mengutus seorang kurir (utusan) yang diutus untuk memberikan sebuah surat yang didalam surat tersebut terdapat pesan yang ingin disampaikan kepada seorang komunikan (khalayak).
  - b) Media kelompok, komunikasi kelompok yaitu suatu komunikasi yang melibatkan lebih dari 15 orang, komunikasi kelompok biasanya dilakukan pada saat rapat seminar ataupun konferensi. Komunikasi kelompok tujuannya adalah membahas mengenai suatu persoalan maupun gagasan yang dipimpin oleh seorang pembicara baik itu seorang ketua kelompok maupun seorang pakar yang menguasai topik yang sedang dibahas, kemudian meminta pendapat kepada para peserta yang hadir. Media kelompok banyak di gunakan pada organisasi profesi, organisasi olahraga, arisan dan yang lainnya.
  - c) Media publik, media publik biasa digunakan untuk suatu aktivitas komunikasi yang melibatkan lebih dari 200-an orang. Khalayak yang terlibat biasanya berasal dari berbagai macam bentuk akan tetapi masih mempunyai homogenitas, seperti kesamaan partai, kesamaan agama dan lain-lain.
  - d) Media massa, merupakan suatu alat komunikasi yang mekanis yang digunakan oleh seorang sumber informasi (komunikator) untuk menyampaikan pesan kepada khalayak (komunikan). alat komunikasi yang mekanis dapat berupa televisi, radio, film, surat kabar, internet, media sosial dan lain-lain.
- 4) *Komunikan*, istilah lain dari komunikan yaitu penerima, khalayak, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience*, *decoder*. Komunikan atau penerima dapat berbentuk individu, kelompok ataupun masyarakat. Berhasil atau tidaknya suatu proses komunikasi juga bisa ditentukan oleh komunikan, oleh karena itu unsur komunikan tidak boleh diabaikan begitu saja. Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh seorang komunikator agar dapat

menunjang keberhasilan dalam melakukan proses komunikasi. diantara aspek tersebut yaitu aspek sosiodemografik, aspek profil psikologis, dan aspek karakteristik perilaku khalayak.

- 5) *Pengaruh* merupakan sebuah elemen dalam komunikasi yang cukup penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi sesuai dengan yang diinginkan. Dalam sebuah proses komunikasi yang dilakukan secara terencana pastinya terdapat sebuah tujuan untuk mempengaruhi penerima pesan. Pengaruh yaitu sebuah perbedaan yang terjadi pada penerima pesan baik dalam bentuk pikiran, perasaan, tindakan, persepsi maupun pendapat pada saat sebelum dan sesudah menerima pesan.
- 6) *Umpan balik* dapat merupakan sebuah bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, sebenarnya umpan balik dapat juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meskipun pesan belum sampai pada penerima.
- 7) *Lingkungan* juga memiliki peran dalam mempengaruhi sebuah proses komunikasi. jenis lingkungan dapat digolongkan menjadi 4 yaitu :
  - a) lingkungan fisik, lingkungan fisik yaitu merupakan faktor disekitar kita yang bisa diindera. Misal sekelompok mahasiswa belajar dalam ruangan sempit, tentu tidak nyaman dibanding ruangan yang longgar.
  - b) sosial budaya, kesamaan bahasa, adat istiadat yang sama akan mempermudah proses komunikasi, sebaliknya perbedaan bahasa yang digunakan ataupun adat istiadat yang berbeda tentunya akan menciptakan sebuah hambatan dalam suatu proses komunikasi.
  - c) psikologis, merupakan sebuah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalkan seseorang yang pernah trauma terhadap kekerasan yang dilakukan oleh keluarga tentu akan berbeda dalam menanggapi pesan kasus kekerasan dalam keluarga yang disiarkan dalam televisi.
  - d) dimensi waktu, yaitu merupakan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Misalnya

seorang guru mengajar pada pagi hari dan siang hari maka pesan yang diterima oleh mahasiswa yang diajar pada pagi hari dengan mahasiswa yang di ajar pada siang hari akan berbeda dalam penerimaan pesan. Mahasiswa yang kuliah pagi biasanya akan lebih berkonsentrasi dibanding yang kuliah di siang hari. Karena bisa saja habis makan siang, kemudian mahasiswa dikelas banyak yang mengantuk.<sup>21</sup>

Pada pola komunikasi ditekankan kepada umpan balik pesan yang mengarah kepada fungsi dan perannya dimana keduanya saling beralih kedudukan antara komunikan dan komunikator. Dalam diskursus etnografi pola komunikasi diartikan sebagai model interaksi penggunaan bahasa yang didasarkan pada hubungan yang khas dan berulang antarkomponen tutur yang dipengaruhi oleh aspek bahasa, interaksi sosial, dan budaya.<sup>22</sup>

### 3. Pola Komunikasi

#### a. Pengertian Pola Komunikasi

Dari pengertian pola dan komunikasi yang sudah teruraikan tersebut, jadi suatu pola komunikasi adalah bentuk hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses mengkaitkan dua komponen yaitu gambaran atau rencana yang menjadi langkah-langkah pada suatu aktifitas dengan komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan atau organisasi maupun manusia. Pola komunikasi yaitu bentuk, rancangan atau gambaran dari proses komunikasi antara satu dengan orang lainnya agar dapat berjalan dengan lancar dengan tujuan mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikan atau seseorang yang diajak komunikasi baik secara langsung atau tidak langsung, antar kelompok maupun individu.

Menurut Effendy, pola komunikasi terdiri dari pola komunikasi satu arah, yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik menggunakan media maupun tidak, tanpa ada umpan balik dari komunikan dalam hal ini komunikan bertindak sebagai pendengar saja.

---

<sup>21</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 34-35.

<sup>22</sup> Ahmad Haryono, *Etnografi Komunikasi: Konsep, Metode, dan Contoh Penelitian Pola Komunikasi*, (Jember: UPT Penerbitan UNEJ, 2005), 18.

Pola komunikasi dua arah, yaitu komunikator dan komunikan menjadi saling tukar fungsi. Pola komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.<sup>23</sup>

Sedangkan menurut Dedy Mulyana, pola komunikasi terdiri dari pola komunikasi primer, yaitu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media baik secara verbal maupun non verbal. Proses komunikasi primer menggunakan lambang bahasa, yaitu proses komunikasi yang paling banyak digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator kepada komunikan secara baik.<sup>24</sup> Pola komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media utama. Komunikator menggunakan media ini dikarenakan komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya, atau keduanya. Komunikasi dalam proses ini, makin lama makin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang sangat canggih, yang ditupang pula oleh teknologi yang bukan teknologi komunikasi. Pola komunikasi linear, yaitu pola komunikasi yang bermakna lurus. Jadi proses penyampaiannya berjalan dari satu titik ketitik yang lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linear ini berlangsung dengan baik dalam situasi komunikasi langsung maupun melalui media.<sup>25</sup> Pola komunikasi sikular, yaitu pola penyampaian secara bulat, bundar dan keliling sebagai lawan dari pola komunikasi linear. Dalam konteks komunikasi yang dimaksud adalah dengan pola komunikasi silkular adalah terjadinya umpan balik, yaitu

---

<sup>23</sup> “Jenis Komunikasi”, diakses pada 27 Oktober 2020, <http://eyberions.blogspot/2009/01/pola-komunikasi-antar-pribadijenis-komunikasi-dibagi-tugas-html>

<sup>24</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosidakarya, 1993), 30.

<sup>25</sup> Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, 260-261.

terjadi arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya timbal balik tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu merupakan tanggapan terhadap pesan yang diterima. Sedangkan pola komunikasi dakwah adalah pola yang digunakan untuk berkomunikasi dalam berdakwah.

#### 4. Konsep Dakwah

##### a. Pengertian Dakwah

Keberhasilan penyebaran agama Islam sejak masa Nabi Muhammad SAW sampai dengan saat ini adalah salah satu bagian dari kegiatan berdakwah oleh para penyebar agama Islam. Islam bahkan mampu merubah tatanan dunia lama menjadi tatanan dunia baru.<sup>26</sup> Keberhasilan tersebut juga merupakan bentuk kebijaksanaan para penyebar agama Islam dalam merespons kontekstualisasi dimana agama Islam tersebut disebarluaskan. Meminjam teori Ilmu Islam Terapan, Agama adalah tunggal bersifat mutlak dan tidak akan mengalami penambahan atau pengurangan. Sedangkan keberagamaan adalah aktualisasi atau praktik dari substansi ajaran agama tersebut sesuai dengan konteks ruang waktu.<sup>27</sup>

Dakwah sendiri adalah sebagai sebuah ajaran agama Islam. Hal ini dengan jelas tercantum di dalam al-Qur'an yang juga merupakan sumber dari agama Islam disamping Sunnah, *ijma* dan *qiyas*. Di dalam surah an-Nahl ayat 125 dengan jelas dan tegas menyatakan kegiatan berdakwah sebagai sebuah seruan menuju ke jalan Tuhan. Di dalam sebuah hadits *shahih* Nabi SAW, juga diperintahkan untuk menyampaikan walaupun hanya satu ayat.

Dengan demikian, jelaslah bahwa dakwah adalah bagian dari ajaran agama Islam yang harus dipraktikan dan diaktualisasikan sesuai dengan konsteks ruang waktunya sendiri sesuai dengan teori agama dan keberagamaan tersebut di atas.

Dakwah secara bahasa adalah ajakan atau seruan. Secara istilah dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan

---

<sup>26</sup> Lohtrop Stoddard, *Dunia Baru Islam*, (Jakarta, Panitia Penerbit, 1966), 11.

<sup>27</sup> Muslim Kadir, *Ilmu Islam terapan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2002), 55.

dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.<sup>28</sup> Hamzah Ya'qub berpendapat dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah dan bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.<sup>29</sup>

Arti dakwah juga berarti mengajak seseorang kepada agama Islam, penutup seluruh *kalamullah*, serta agama yang paling sempurna. Dakwah wajib diarahkan kepada semua umat manusia sebagai *mad'u*. apabila *mad'u* beriman kepada Allah tetapi tidak tunduk atau tidak memiliki komitmen dengan apa yang disyariatkan, maka hal yang sesuai untuknya adalah mengajaknya mengenal ajaran agama Islam, baik dalam segi ibadah, muamalah, maupun akhlak Islam. Apabila *mad'u* itu muslim dan mukmin tetapi ia melakukan beberapa kemaksiatan, dakwah yang sesuai baginya adalah mengajarkan taat dan memiliki komitmen kepada semua ketaatan yang dibawa ajaran agama Islam.<sup>30</sup>

Dalam al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke Allah dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula. Allah berfirman :

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

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”(QS. An-Nahl: 125).<sup>31</sup>

<sup>28</sup> Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pertama, 1997), 31.

<sup>29</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung : Diponegoro, 1992 ), 3.

<sup>30</sup> Ali Abdul Halim Mahmud, *Jalan Dakwah Muslim*, (Solo: Intermedia, 2007), 8.

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya* , 421.

Sedangkan Dakwah menurut bahasa Arab yaitu *da'a-yad'u-da'watan*, yang artinya mengajak, menyeru, memanggil.<sup>32</sup> Sedangkan dakwah secara terminologi mengandung beberapa arti yang berbeda. Banyak ahli ilmu dakwah yang memberi pengertian yang berbeda. Hal itu tergantung pada sudut pandang mereka didalam memberikan pengertian dari dakwah itu sendiri. Menurut Hamzah Ya'kub dalam bukunya *Publistik Islam* menjelaskan arti dari dakwah Islam itu sendiri adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.<sup>33</sup>

Menurut Syaikh Ali Makhfudz definisi dakwah yaitu “ mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru agar mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, agar mendapatkan kebahagiaan dunia maupun akhirat.<sup>34</sup> Nasarudin latif menyatakan, bahwa dakwah merupakan setiap usaha atau aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang mengajak, menyeru, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan taat kepada Allah SWT, sesuai dengan garis-garis akidah, syariah, dan akhlak islamiah. Menurut Asmuni Syukir dakwah Islam merupakan suatu proses atau usaha yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana guna mengajak manusia ke jalan allah SWT, untuk memperbaiki kea rah yang lebih baik untuk mencapai tujuan tertentu, ialah hidup bahagia di dunia dan akhirat.

Menurut Ali Aziz, ada 10 macam arti yang terkandung dalam kata dakwah yaitu, mengajak, do'a, menganggap tidak baik, mengadu, panggilan, meminta, mengundang, menyeru, panggilan nama atau gelar, anak angkat.<sup>35</sup> Menurut Syaikh Ali Mahfudz, dakwah merupakan motivasi manusia untuk berbuat baik, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan, dan mencegah kemungkaran, agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Menurut Prof. A. Hasjmy, dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan

---

<sup>32</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah,2009), 1.

<sup>33</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 19.

<sup>34</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 2.

<sup>35</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 6-9.

mengamalkan aqidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah.<sup>36</sup> Secara sempit dakwah islam identik dengan mengajak. Secara luas dakwah Islam merupakan usaha orang beriman untuk mengajak atau mempengaruhi orang lain dengan cara yang baik.<sup>37</sup> Alqur'an menyampaikan bahwa dakwah adalah sebagai perintah menyeru manusia ke jalan Allah dengan cara hikmah dan mempelajarinya dengan berbagai metode dan pendekatan yang baik.

Pengertian-pengertian dakwah diatas menunjukkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan yang bertujuan merubah manusia menjadi positif yang mengarah pada tingkat keimanannya, karena tujuannya yang baik, maka secara tidak disadari kegiatan tersebut baik pula. Ukuran baik buruknya sesuatu yang terangkum dalam syariat Islam yang bermaklud dalam Al-Qur'an dan Hadits.<sup>38</sup> Dengan ini, dapat dijelaskan bahwa dakwah adalah suatu ajakan, seruan ataupun panggilan yang mengarah pada perubahan yang baik. Pada dasarnya, dakwah adalah suatu kegiatan atau proses nuncapai tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksudkan untuk memberi pedoman dalam proses kegiatan dakwah. Sebab, tanpa tujuan yang jelas, seluruh kegiatan dakwah akan sia-sia.

Adapun tujuan dakwah menurut M. Natsir dibagi menjadi tiga yaitu :

- 1) Memanggil kita kepada syari'at, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perorangan atau rumah tangga, masyarakat, suku bangsa, Negara maupun antar Negara. Yaitu memanggil manusia kembali kepada syari'at atau hukum agama agar dapat mengatur diri sesuai dengan agama. Menurutnya agama tidak sekedar satu system kepercayaan saja, tetapi di dalamnya terdapat multisystem untuk mengatur kehidupan manusia, baik dalam garis vertical dengan Allah SWT maupun horizontal dengan manusia dan lingkungan. Hal ini sebagaimana diakuinya, agama seharusnya menjadi pemimpin dan penuntun bagi orang-orang untuk mencapai perkembangan setinggi mungkin dalam kemampuan rohaniah, akhlaq, intelektual, dan fisik. Selanjutnya fungsi agama adalah

---

<sup>36</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 3.

<sup>37</sup> Rodani, H, *Komunikasi dan Dakwah*, (Jakarta: Azhikra, 2010), 1

<sup>38</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 19.

menetapkan, memelihara, dan menyelaraskan hubungan antar Tuhan dan insan dan juga antar manusia dengan manusia.

- 2) Memanggil kita kepada fungsi hidup sebagai seorang hamba, Allah diatas dunia, berisikan manusia-manusia yang berbagai jenis, bermacam pola pendirian, dan kepercayaan, yakni fungsi sebagai ayuhada ‘ala an-nas, menjadi pelopor dan pengawas bagi manusia. Tujuan dakwah Islam adalah mempertegas fungsi hidup manusia sebagai hamba Allah di muka bumi ini, yaitu mengabdikan kepada Allah. Dengan demikian semua bakat potensi yang ada dalam fitrah kejadian manusia dapat berkembang maju menurut fungsinya masing-masing, berkembang dalam keseimbangan, dari satu tingkat ke tingkat yang lebih tinggi.
- 3) Memanggil kita kepada tujuan hidup yang hakiki, yaitu menyembah Allah. Tujuan hakiki adalah keridhaan illahi, keridhaan yang memungkinkan tercapainya “hidup yang sebenarnya hidup” yang lebih tinggi mutunya daripada hidup manusia, hidup immaterial sebagai lanjutan dari hidup materiil. Hidup yang ukhrowi, yang puncak kebahagiaannya terletak dalam pertemuan dengan Allah SWT. Itulah menyembah sebagai tujuan hidup.<sup>39</sup>

**b. Unsur-unsur Dakwah**

Dalam dakwah ada beberapa unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah dalam pembahasan ini adalah bagian-bagian yang terkait atau merupakan satu kesatuan dalam setiap kegiatan dakwah, diantaranya :

- 1) Subjek Dakwah (Da’i) merupakan seseorang yang melaksanakan tugas-tugas dakwah, biasa disebut dengan da’I atau mubaligh. Subjek dakwah dalam aktivitasnya dapat melakukan secara individu ataupun bersama-sama. Pada hal ini tergantung kecil besarnya skala penyelenggaraan dakwah dan permasalahan dakwah yang akan dilakukan. Da’I merupakan kunci sebagai penentu keberhasilan serta kegagalan dakwah. Oleh karena itu, dalam hal ini terdapat ciri-ciri dan

---

<sup>39</sup> Mubasyaroh, Juli – Desember 2013, “ *M. Natsir dan Pandangannya Tentang Dakwah dalam Buku Fiqhud Dakwah*”, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 1, No. 2, <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=tujuan+dakwah+menurut+m+natsir+pdf> ,7 Januari 2023

persyaratan jasmani maupun rohani bagi pelaksana yang menjadi penentu dan pengendali sasaran atau penerima dakwah.<sup>40</sup>

- 2) Objek Dakwah (Mad'u) merupakan individu ataupun kelompok yang menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah. Biasa disebut dengan mad'u. mad'u merupakan unsur penting dalam kegiatan dakwah dan mempelajarinya merupakan suatu keniscayaan dalam keberhasilan suatu dakwah. Adapun seorang da'I harus mampu memberikan contoh teladan yang baik kepada orang lain sesuai dengan fungsinya sebagai pemimpin.
- 3) Materi Dakwah merupakan isi pesan yang disampaikan oleh da'I kepada mad'u, yaitu ajaran agama Islam sebagaimana tersebut dalam Al-Qur'an dan Hadits. Untuk mempermudah dalam mengambil dari sebuah pesan yang disampaikan.

Muhammad Munir dalam bukunya Manajemen Dakwah mengemukakan pesan dakwah dikategorikan menjadi tiga yaitu, Aqidah, Syari'ah, dan Akhlaq. Adapun aqidah dalam agama Islam bersifat I'tiqad bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Masalah yang dibahas bukan hanya tentang masalah yang wajib diimani, tetapi juga masalah yang dilarang oleh Allah SWT. Sebagai umat mausia hendaknya menjalankan apa yang diperintah oleh Allah SWT dan meninggalkan hal yang dilarang-Nya. Adapun syari'ah berhubungan dengan amal nyata (lahir) dalam menaati peraturan atau hukum Allah SWT untuk mengatur hubungan antara manusia dengan tuhanNya, yaitu berkaitan dengan ibadah. Dan juga mengatur hubungan antar sesama manusia, misalnya berumahtangga, hukum jual beli, warisan, kepemimpinan, bertetangga, dan amalan-amalan lainnya. Sedangkan akhlaq yaitu untuk melengkapi keislaman dan keimanan seseorang. Meskipun akhlaq berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlaq kurang penting dibandingkan keislaman dan keimanan. Tetapi akhlaq sebagai penyempurna keislaman dan keimanan.

---

<sup>40</sup> Muhabsyarah, *Dakwah Kolaborasi*, (Kudus: Idea Press, 2011), 48.

### c. Metode Dakwah

Adapun metode dakwah yang digunakan dalam berdakwah antara lain:

- 1) Hikmah yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dari kondisi secara dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaran islam, mereka tidak lagi merasa terpaksa dan keberatan, akan budi yang baik, berlapang dada, hati yang bersih, dan menarik perhatian terhadap agama dan Tuhan.
- 2) Maudzaah Hasanah, secara terminologi sangat populer terdiri dari dua kata yaitu Maudzah dan Hasanah. Kata Maudzah berarti nasehat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sedangkan Hasanah berarti kebaikan. Maudzah hasanah yaitu berdakwah dengan memberikan nasehat atau menyampaikan ajaran Islam yang disampaikan dapat mmenyentuh hati mereka.
- 3) Mujadalah, berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang baik dengan tidak memberikan tekanan kepada sasaran dakwah.<sup>41</sup>

Sedangkan metode dakwah Rasulullah menurut Wahyu Ilahi dapat diaplikasikan dalam enam metode, yaitu :

- 1) Metode personal, metode dengan cara ini terjadi dengan cara individual yaitu antara dai dan mad'u langsung bertatapmuka sehingga materi yang disampaikan langsung dapat diterima dan biasanya reaksi yang ditimbulkan oleh mad'u akan langsung terlihat.
- 2) Metode pendidikan, pada masa Rasulullah dakwah lewat pendidikan dilakukan beriringan dengan masuknya Islam kepada para kalangan sahabat. Begitu juga dimasa sekarang, kita dapat menemukan metode pendidikan teraplikasi dalam lembaga pendidikan pesantren, yayasan yang bercorak Islam atau Perguruan Tinggi yang terdapat materi keislaman.
- 3) Metode diskusi, metode ini sering dilakukan di masa sekarang lewat berbagai diskusi keagamaan, da'I berperan sebagai narasumber, sedangkan mad'u berperan sebagai audiens. Diskusi ini bertujuan untuk

---

<sup>41</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 21.

membahas dan menemukan pemecagan semua masalah yang berkaitan dengan dakwah sehingga apa yang menjadi permasalahan dapat ditemukan jalan keluarnya.

- 4) Metode penawaran, salah satu falsafah metode yang dilakukan nabi adalah ajakan untuk beriman kepada Allah tanpa menyekutukanNya dengan cara lain. Cara ini dilakukan Nabi dengan metode yang tepat tanpa paksaan sehingga mad'u ketika meresponnya tidak dalam keadaan tertekan bahkan ia melakukannya dengan niat yang timbul dengan hati yang paling dalam. Cara ini harus dilakukan oleh para da'I dalam mengajak mad'unya.
- 5) Metode Misi, metode misi ini bermaksud mengirim tenaga da'i ke daerah-daerah luar ditempat domisili. Kita bisa mencermati untuk masa sekarang ini ada banyak organisasi yang bergerak dibidang dakwah mengirimkan da'i mereka untuk disebarakan kedaerah yang minim para da'inya.
- 6) Metode korespondensi, yaitu merupakan sarana komunikasi tertulis untuk menyampaikan informasi, pernyataan, atau pesan kepada pihak lain. Dengan demikian korespondensi membawa informasi, pernyataan, atau pesan kepada seseorang.<sup>42</sup>

Selain metode dakwah dalam berdakwah juga terdapat media dakwah, diantaranya media dakwah yaitu Lisan, yaitu menggunakan lidah dan suara. Tulisan, yaitu menggunakan buku, majalah, surat kabar, spanduk dan sebagainya. Lukisan, yaitu menggunakan gambaran. Audiovisual, yaitu menggunakan televisi, film, internet dan sebagainya. Akhlaq, yaitu dengan menggunakan perbuatan yang nyata yang menggambarkan ajaran islam.

Sedangkan dakwah virtual adalah dakwah yang dilakukan menggunakan media massa seperti facebook, instagram, youtube dan lainnya. Menurut sejarah, dakwah virtual dimulai sejak tahun 1945 ketika radio Republik Indonesia mulai siaran. Mad'u disuguhi berbagai acara dakwah bulan Ramadhan. Sejak perkembangan televisi maka mad'u beralih ke televise. Melihat peluang, beberapa televise membuat berbagai program dakwah

---

<sup>42</sup> Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), 194.

ramadhan antara lain program Semesta Bertasbih di SCTV, Gema Ramadhah islam itu Indah di Trans TV, Semesta Bertasbih MNCTV, Mamah dan AA beraksi Indosiar, Cahaya ramadhan di Kompas TV dan lainnya. Kemudian sejak 2016 perubahan dakwah virtual beralih ke media internet. Berbagai media yang digunakan untuk berdakwah yaitu youtube, facebook, instagram, whatsapp, dan lainnya sangat diminati terutama oleh kaum muslim milenial. Karena mereka tahu tentang teknologi. Trend media dakwah ini melahirkan dai-dai yang inovatif dan energik dalam berdakwah. Selain itu banyak juga bermunculan channel youtube yang kontennya berisi tentang dakwah Islam seperti channel youtube Yufid TV.

## 5. Youtube Yufid TV

### a. Profil Youtube Yufid TV

Youtube merupakan situs web yang dibuat oleh 3 mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini digunakan untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini bertempat di San Bruno, California. Youtube menggunakan teknologi Adobe Flash video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video. Pada November 2006, Youtube. LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google.

Channel youtube Yufid TV merupakan channel youtube dengan kajian Islami. Kata yufid terinspirasi dari kata kerja bahasa arab yang berarti memberikan faedah atau memberikan manfaat. Sama dengan lembaga pada umumnya Yufid juga memiliki visi dan misi. Yufid memiliki 4 visi yaitu, Tersebar nya dakwah Islam sesuai dengan pemahaman Rasulullah dan para sahabat. Mengubah paradigma dan stigma negative tentang Islam. Tersebar luasnya media belajar Islam (digital dan tradisional). Menjadi perusahaan pengembang konten dakwah kelas dunia. Sedangkan misi Yufid adalah, Mengembangkan konten untuk di publikasikan di berbagai media digital dan tradisional. Mengembangkan website untuk berbagai segmen dan tujuan dakwah. Memproduksi aplikasi pendidikan Islam yang dapat diakses berbagai perangkat mobile. Membangun dan mengembangkan pasar online sesuai syariat.

Yufid terbentuk pada tahun 2009 bulan Juni adalah awal adanya ide dan rencana pembentukan Tim Kreatif Yufid. Tidak hanya berisi tentang ilmu agama Islam, channel juga menampilkan sketsa-sketsa lucu yang penuh ilmu dan video pendek yang mampu menjawab setiap pertanyaan kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama islam. Bagusnya lagi, channel youtube ini menyediakan video inspiratif untuk anak-anak dalam playlist Yufid Kids.<sup>43</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Tujuan dicantumkannya penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan bahan perbandingan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu dan sebagai bahan referensi. Maka peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu, yaitu:

*Pertama*, penelitian Arfiko Yori, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2018, dengan judul “*Pengaruh Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Yufid TV terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam.*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja pengaruh pesan dakwah pada channel youtube Yufid TV pada motivasi belajar ilmu agama Islam. *Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa pengaruh pesan dakwah channel youtube Yufid TV terhadap motivasi belajar ilmu agama Islam sedangkan pada penelitian yang saya lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang digunakan dalam dakwah virtual channel youtube Yufid TV.*

*Kedua*, penelitian Bambang Saiful Ma’arif, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Bandung, 2009, dengan judul “*Pola Komunikasi Dakwah K.H Abdullah Gymnastiar dan K.H Jalaluddin Rahmat.*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi dakwah seorang penda’I yaitu KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rahmad. *Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini membahas tentang pola komunikasi dakwah seorang tokoh pendakwah (da’i) sedangkan peneliti yang*

---

<sup>43</sup> “Profil Yufid TV” diakses pada 13 Oktober 2020, [www.yufid.com](http://www.yufid.com).

*saya lakukan membahas tentang pola komunikasi dakwah virtual dalam channel youtube Islam yaitu channel youtube Yufid TV.*

*Ketiga, penelitian Ahmad Pakri M. , Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Allaudin Makassar, 2017, dengan judul ” Penggunaan Fitur Vidgram sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kuanlitatif Pada Akun Yufid TV di Instagram”.* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan fitur vidgram sebagai trend media dakwah oleh Yufid.Tv. *Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah subyek penelitiannya yaitu Yufid TV. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan peneliti adalah tujuannya. Penelitian ini bertujuan meneliti fitur vidgram yang digunakan Yufid.Tv sedangkan penelitian yang saya lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang digunakan Yufid.Tv.*

**C. Kerangka Berpikir**



Kerangka berpikir di dalam kegiatan penelitian adalah sebuah gambaran, deskripsi atau pola yang menjelaskan bagaimana hubungan antar variabel, konsep dan teori yang digunakan sebagai alat analisis. Secara garis besar kerangka berpikir terdiri bagaimana alur logis di dalam kegiatan penelitian dan seperti apa serta bagaimana hubungan antar variabel. Dalam hal ini yaitu tentang pola komunikasi dakwah youtube Yufid TV. Pola komunikasi yang digunakan Youtube Yufid TV adalah pola komunikasi teori Effendi yaitu pola komunikasi satu arah, pola

komunikasi dua arah, dan pola komunikasi multi arah. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data-data yang sudah terkumpulkan nantinya digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Kemudian dianalisis dan disimpulkan untuk menemukan pola komunikasi dakwah channel youTube yufid TV.

