

BAB II KERANGKA TEORI

A. Kerangka Teori

1. Dakwah Islam

a. Pengertian Dakwah Islam

Dakwah wajib bagi setiap muslim, tua ataupun muda tidak memandang golongan tertentu untuk dapat berbuat baik mengajak kebaikan dan mencegah keburukan. Dakwah merupakan amal yang terbaik atau *Ahsanul A'mal*, ketika mengajak kebaikan dan dapat diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Amal kebaikan akan mengalir menjadi ladang pahala untuk setiap umat hingga wafat. Mengkaji dari aspek bahasa, dakwah bersumber dari bahasa Arab "*da'wah*" memiliki tiga huruf yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Menurut Ahmad Warson Munawwir dalam Moh. Ali Aziz Dakwah mempunyai beberapa makna dan kata, yaitu mendatangi, memanggil, minta tolong, memohon, meminta, mendorong, menamakan, menyuruh datang, menyebabkan, mendoakan, meratapi, menangisi.¹ Dakwah tidak hanya dalam suatu majelis saja, berdakwah dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa individu sadari. Sehingga melakukan hal kecil akan berdampak besar setiap firman Allah SWT yang kita sampaikan dapat diamalkan. Karena dakwah meneruskan tugas mulia nabi dan rasul tercinta dalam menyebarkan agama Islam.

Berikut ini, adalah pengertian mengenai dakwah yang diungkapkan oleh para ahli:²

- 1) Toha yahya omar, dakwah secara umum adalah suatu kepandaian pengetahuan yang bermakna mengenai metode atau tuntunan dengan cara apa seharusnya memikat perhatian umat manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu persepsi gagasan, ilham atau pekerjaan tertentu. Sudut pandang Islam dalam definisi Islam adalah mengajak anak adam dengan cara yang bijak dengan jalan yang benar sesuai petunjuk Tuhan untuk kemaslahatan dan keselamatan mereka di dunia dan di akhirat.

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2004), 5.

² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),

- 2) Ali Mafudz, memotivasi umat manusia untuk melakukan kebajikan dan menganut petunjuk serta memerintah mereka berbuat ma'ruf dan mencegah dari tindakan mungkar agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.
- 3) Al-Khuli'I, dakwah adalah "memindahkan umat dari kondisi ke situasi yang lain.

Dakwah dan Komunikasi merupakan aktivitas yang sama, namun yang membedakan ialah pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan dari komunikasi berdasar pada partisipasi dari komunikasi atas gagasan atau pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dapat tercapainya pesan yang telah disampaikan dan terjadi perubahan sikap dan tingkah laku.³ Dakwah serta demikian, seorang da'i sebagai komunikator menggantungkan adanya partisipasi dari pihak komunikan dan supaya isi pesan dan sikap dapat tersampaikan. Keunikan yang membedakan ialah pada pendekatannya yang dikerjakan secara persuasif, dan bertujuan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Sebagai umat beragama, kehidupan keagamaan juga banyak diisi dengan kegiatan komunikasi, terutama dalam hal hubungan makhluk dengan sang khaliq. Do'a merupakan penyampaian pesan manusia kepada Tuhan. Melalui doa, mengkomunikasikan hajatnya kepada tuhan. Ketika menghadapi kesulitan dan ketidaknyamanan, manusia semakin banyak berkomunikasi berdoa kepada Tuhan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu proses komunikasi, namun tidak semua proses komunikasi merupakan proses dakwah. Suatu bentuk komunikasi yang khusus dapat dibedakan dari bentuk komunikasi lainnya, yakni siapakah pelakunya (*komunikator*), apakah pesan-pesannya (*message*), bagaimanakah caranya (*approach*), apakah tujuannya (*destination*), dan siapa penerimanya (*komunikan*).

- 1) Da'i sebagai komunikator

Setiap umat muslim yang sudah dewasa (mukallaf) berperan sebagai mubaligh/da'i, seorang komunikator yang mempunyai kewajiban untuk menyampaikan dakwah ajaran Islam kepada seluruh umat beragama.

³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 145.

Proses dakwah komunikasi tidak hanya bersifat oral maupun tertulis, dalam semua aktivitas serta sarana dijadikan pondasi untuk berdakwah sesuai kemampuan komunikator. Seorang umat muslim mempunyai keahlian dalam menulis dapat menyampaikan pesan-pesan lewat media sosial memberikan kata-kata mutiara untuk berdakwah. Seorang ahli teknologi dapat membuat aplikasi untuk membantu mensiarkan kebaikan dan mencegah keburukan. Setiap mukmin merupakan seorang juru bicara dan komunikator untuk mempengaruhi jamaah agar tercapai dakwah yang disiarkan. Sedangkan secara spesifik, manusia yang mempunyai peran sebagai da'i lebih intens yaitu umat yang mempunyai profesi menyampaikan kepada orang lain dan bertafakur dalam menggali mutiara-mutiara ilmu serta dapat mempengaruhi tindakan dan tingkah laku komunikan. Kalam Allah Alquran, sosok tersebut dijuluki dengan sebutan *liyataqqahu fiddin*.⁴

Kalangan yang ditunjukan oleh kalam Allah Alquran merupakan umat yang memilih pengkhususan (*mutakashish*) di dalam sudut pandang ajaran Islam untuk memberikan ilmunya tersebut dalam paham pencerahan, edukasi serta peringatan-peringatan dengan tujuan supaya anak Adam yang menerima pesan-pesan (komunikan) dapat berbuat atau bertingkah laku sesuai dengan pedoman-pedoman yang diharapkan oleh Alquran dan Sunnah. Komunikasi dakwah berperan sebagai da'i (komunikator) secara umum ialah setiap muslim atau muslimah yang *mukallaf* (dewasa) bagi mereka kewajiban dakwah adalah suatu yang melekat tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah sampaikanlah walaupun hanya satu ayat. Secara khusus, umat Islam yang mengambil keahlian khusus (*mutakhasish*) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.

2) Message Dakwah

Pesan dari kegiatan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u dalam proses dakwah merupakan pesan-pesan suci. Isi pesan dakwah ialah pernyataan yang bersumberkan Alquran dan Sunnah

⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009),146.

baik secara tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah). Moh. Natsir dalam Fiqh Ad-Dakwah, membagi mengenai risalah-risalah Allah ini dalam tiga bagian pokok, yaitu

- a) Menyempurnakan hubungan manusia dengan Khaliq-Nya, *habl minallah* atau *mu'amalah ma'al Khaliq*.
- b) Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia, *habl minannas* atau *mu'amalah ma'al khalqi*.
- c) Mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara keduanya dan mengaktifkan kedua-duanya sejalan dan terjalin.

Tujuan dari komunikasi dakwah ialah pesan-pesan dakwah hendaknya mencapai sasaran utama dari kesempurnaan hubungan antara manusia (*khalqi*) dengan penciptanya (Khaliq serta mengatur keseimbangan diantara dua hubungan (*tawazun*). Sedangkan pesan-pesan dakwah dalam Al Quran adalah berupa pernyataan maupun pesan (*risalah*) Alquran dan Sunnah. Karena Alquran dan Sunnah diyakini sebagai *All encompassing the way of life* bagi setiap tindakan kehidupan muslim, sehingga pesan-pesan dakwah juga meliputi kehidupan dan akhirat.

3) Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang da'i untuk mencapai satu tujuan tertentu atas dasar *hikmah* dan *kasih sayang*. Definisi dakwah menurut Said bin Ali al-Qathhani Uslub (metode) dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.⁵ Dalam kamus Ilmiah Populer, metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk melaksanakan sesuatu atau cara kerja.⁶ Metode dakwah merupakan cara-cara terstruktur yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan.

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2004), 306.

⁶ Plus A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 2001), 461.

b. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang menjadi penghubung penyampaian nasihat atau pesan dakwah kepada mad'u. Seorang pendakwah menyampaikan pesan dakwah untuk disabilitas Tuli memanfaatkan teknologi media komunikasi yaitu aplikasi *speech recognition* yang mengubah suara menjadi teks. Media dakwah bermakna alat dakwah, yang bersifat alat komunikasi. Jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media konvensional, atau media modern dengan teknologi komunikasi.

1) Media Auditif (*al-sam'*)

Media auditif merupakan sarana untuk indra pendengaran yang menunjukkan objek yang didengar hanya satu, yaitu suara.⁷ Orang yang buta dapat menerima informasi dan pengetahuan daripada orang yang Tuli. Namun dalam berkembangnya teknologi komunikasi Teman Tuli bisa memahami komunikator dengan indra penglihatan menggunakan bahasa isyarat atau menggunakan aplikasi berbasis *speech recognition*.

- a) Radio, media dakwah radio memiliki daya tarik memiliki beberapa kelebihan yaitu bersifat langsung, siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan, mampu menjangkau tempat-tempat terpencil, tidak terkendala oleh kemampuan baca tulis, dan biayanya relatif murah.
- b) Cassette/Tape Recorder, media berkembang dengan pesat yang mampu merekam suara komunikator tidak menggunakan kaset, namun sekarang cukup merekam pesan-pesan dakwah menggunakan MP3. Dakwah harus dipersiapkan dengan baik dari isi pesan maupun intonasi suara.

2) Media Visual (*al-abshar*)

Sarana yang diketahui dengan indra penglihatan oleh mata manusia.⁸

- a) Pers adalah media massa cetak misalnya majalah, tabloid, dan surat kabar. Media massa elektronik yaitu radio dan televisi. Media pers sangat berpengaruh untuk media dakwah yang menjadi pembentuk opini masyarakat menyebarkan informasi

⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), 352-353.

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), 354-365.

dan mengikuti perkembangan dunia. Dakwah melalui media pers berbentuk artikel keislaman, berita, konsultasi keagamaan. Fungsi inti dari media pers adalah *to inform* yang berarti memberitahukan kepada pembaca secara faktual mengenai apa yang terjadi dalam suatu organisasi, komunitas, negara dan dunia, *to comment* yang berarti mengkritik berita yang dikirimkan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita, *to provide* yang berarti menyediakan keperluan pesan informasi oleh pembaca yang membutuhkan jasa dan benda melalui promosi di media.

- b) Buku terbuat dari bahan yang dijilid menjadi satu yang berisi kumpulan kertas, gambar dan tulisan. Buku elektronik atau *e-book* adalah salah satu perkembangan dalam bidang informasi yang diakses melalui internet. Dakwah menggunakan buku adalah permodalan ilmu untuk masa depan, jika penulis wafat maka ilmu yang tertulis di buku dapat mengalir dari generasi dan mendapatkan pahala.
- c) Internet berasal dari kepanjangan *international connection networking international* yang berarti global atau seluruh dunia, *connection* berarti hubungan komunikasi, dan *networking* berarti jaringan. Internet merupakan suatu sistem jaringan komunikasi yang terhubung di seluruh dunia.
- d) SMS (Short Message Service) merupakan sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah ponsel cerdas untuk mengirim dan menerima informasi pesan-pesan singkat. Menyebarkan dakwah melalui SMS yang berupa pesan harian, Al Quran seluler, solusi agama, doa-doa, dan sebagainya. Pendakwah dapat mengirim pesan undangan untuk mengikuti dakwah.
- e) Brosur, diterbitkan secara tidak berkala yang terdapat dalam satu kali terbitan dan tidak dijilid keras. Brosur dakwah biasanya disebar di masjid, keunggulan media dakwah melalui brosur adalah pemaparan suatu topik secara singkat. Brosur sebagai media dakwah ini efektif dalam mengajak massa untuk tujuan tertentu.

3) Media Audiovisual

Media dengar pandang, yang berarti bisa didengar juga dipandang.⁹

- a) Televisi, merupakan sebuah media penangkap siaran bergambar dan bersuara. Kata televisi berasal dari kata *tele* memiliki arti masing-masing jauh dan *vision* mempunyai arti tampak. Televisi adalah dapat melihat atau tampak dari jarak jauh, yang memiliki fungsi memberikan informasi, menghibur dan persuasi. Dakwah melalui televisi mempunyai daya tarik yang kuat, adanya unsur kata-kata, lantunan ayat suci, musik, *sound effect* dan memiliki visual berupa gambar. Program dakwah seperti azan magrib atau acara-acara khusus yang disiarkan pada bulan Ramadhan, hari besar seperti Idul Fitri dan Idul Adha.
- b) Film, gambar hidup yang berbentuk seni, biasa disebut dengan *movie*. Keunikan film sebagai media dakwah memberikan pesan moral dalam kehidupan misalnya pengajaran shalat, wudhu tayamum, shalat jenazah, film untuk anak jaman sekarang yang memerlukan edukasi mengenai batas antara laki-laki dan perempuan yang lebih mudah untuk dimengerti jika diajarkan melalui media video.

2. Komunikasi

Komunikasi memvisualkan bagaimana seseorang menyampaikan sesuatu melalui bahasa atau simbol-simbol tertentu kepada orang lain. Istilah *Communication* berarti komunikasi, secara etimologi berasal dari kata latin *communicato*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama atau berbagi.¹⁰ Komunikasi mengandung berbagi, kebersamaan atau pemahaman, dan pesan. Arti dari sama adalah sama pengertiannya, adanya proses komunikasi terjadi jika pesan dibagi antara dua manusia atau lebih yang bertujuan mencapai kebersamaan dalam pemahaman. Jika terdapat sekelompok berkomunikasi dalam bentuk dialog, maka komunikasi akan berlangsung atau terjadi selama ada kesamaan makna mengenai

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: KENCANA, 2004), 363-365.

¹⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), 18.

apa yang dibicarakan.¹¹ Komunikasi manusia merupakan proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat membuat dan menggunakan informasi untuk berhubungan satu sama lain saling mempengaruhi. Tidak terbatas pada bahasa verbal, namun juga dalam hal mimik wajah, lukisan, seni, dan teknologi. Dari penjelasan komunikasi yang telah dijabarkan, maka jelas bahwa hubungan antarmanusia dapat terjadi, jika ada individu yang menyampaikan informasi pesan kepada orang lain dengan intensi tertentu, artinya komunikasi hanya dapat terjadi jika dijunjung dengan adanya sumber, pesan, media, komunikan, pengaruh, umpan balik, lingkungan. Unsur-unsur disebut dengan elemen komunikasi atau komponen.

a. Komunikator

Komunikator adalah satu individu atau massa sebagai pengirim pesan, pembuat, sumber, pengirim informasi. Sebagai peran utama dalam proses komunikasi, sumber menuntun peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Seorang komunikator harus cakap berkomunikasi dan kaya kreativitas serta kaya ide. Untuk mencapai komunikasi yang sesuai dengan tujuan, seorang komunikator selain mengenal dirinya, komunikator harus memiliki kepercayaan, daya tarik, kekuatan, serta *homophily*.¹²

b. Pesan

Pesan adalah segala sesuatu berbentuk verbal dan nonverbal yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan. Pesan memiliki kata lain *message*, *content*, informasi atau isi yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan.

c. Media

Dalam berkomunikasi, alat bantu bisa disebut dengan saluran komunikasi atau media. Media dapat berupa indera manusia, telepon, surat, telegram, media massa, internet, rumah ibadah dan alat bantu lainnya dalam menyebarkan komunikasi. Dengan demikian, media adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada penerima pesan. Jadi dalam berkomunikasi manusia bisa

¹¹ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 8.

¹² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), 81.

tanpa menggunakan media yang dilakukan tatap muka ataupun dengan komunikasi media.¹³

d. Komunikasikan

Komunikasikan merupakan individu berperan sebagai sasaran pesan yang dikirim. Komunikasikan memiliki ciri yang disebut dengan khalayak, sasaran, audience, dan receiver. Komunikasikan identic dengan massa dalam saluran komunikasi massa yaitu pendengar, pemirsa, pembaca, dan penonton.

e. Pengaruh

Efek atau pengaruh salah satu unsur terpenting dalam komunikasi untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang diinginkan. Pengaruh merupakan perbedaan antara apa yang dipersepsikan, dirasakan dan tindakan oleh penerima sebelum dan sesudah pesan. Segala aktivitas komunikasi yang dilakukan secara tersusun memiliki tujuan, yaitu mempengaruhi komunikasikan atau khalayak. Efek dapat terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pengaruh berperan jika perubahan (P) yang berjalan pada komunikasikan sama dengan tujuan (T) yang terjalin oleh komunikasikan (P=T), maupun yang dibuat oleh jamias, yakni pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media, dan penerima (P=S/P/M/P).¹⁴

f. Umpan balik

Feedback atau umpan balik berasal dari penerima atau pesan. Umpan balik memiliki beberapa bentuk diantaranya adalah¹⁵

1) Berdasar asal

- a) External feedback, umpan balik yang diterima langsung komunikasikan dari komunikasikan.
- b) Internal feedback, umpan balik yang diterima oleh komunikasikan bukan dari komunikasikan, akan tetapi datang dari komunikasikan itu sendiri. Misalnya, ketika ustaz menyampaikan pesan kepada mad'u namun ustaz sadar bahwa melakukan kesalahan, kemudian meminta maaf dan berinisiatif untuk memperbaiki.

¹³ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 47–48.

¹⁴ Cangara, *Pengantar Ilmu Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), 147.

¹⁵ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 53–56.

- 2) Berdasar kecepatan
 - a) *Immediated feedback*, umpan balik langsung berarti tanpa perantara. Terlihat dalam komunikasi tatap muka dua orang atau komunikasi kelompok kecil dalam sebuah ruangan
 - b) *Delayed feedback*, umpan balik tertunda yang bersifat tidak langsung adalah feedback yang datang dari komunikator setelah melewati rentang waktu (jangka waktu).
 - 3) Berdasar penerimaan pesan
 - a) *Positive feedback*, Jika dosen menjelaskan materi saat bimbingan skripsi kepada mahasiswa, kemudian dosen menyuruh mahasiswa mengulang penjelasan. Jika mahasiswa mengulang dengan inti yang sama, maka disebut sebagai feedback positif.
 - b) *Negative feedback*, Respon komunikasi merugikan komunikator, sehingga berdampak tentangan oleh komunikator
 - 4) Berdasar Relevansitas
 - a) *Neutral Feedback*, umpan balik netral dapat diartikan mengalihkan pembicaraan sehingga tidak sesuai dengan harapan komunikator atau kemampuan komunikasi.
 - b) *Zero feedback*, umpan balik yang dikirim oleh komunikasi kepada komunikator tidak bisa dipahami, pesan yang dikirimkan komunikator kepada komunikasi tidak dipahami sehingga umpan balik tidak relevan. Misalnya komunikator bertanya “coba deskripsikan buah durian? Komunikasi justru memberikan penjelasan buah naga, sehingga umpan balik ini tidak dipahami komunikator.
- g. Lingkungan

Lingkungan yang bising karena lalu lintas yang ramai, suara hiruk pikuk atau orang lalu-lalang dapat mempengaruhi dalam proses komunikasi. Setiap individu terkadang lebih menyukai tempat yang tidak berisik saat berdiskusi bersifat serius, hal ini karena lingkungan yang berisik dapat mengganggu kontemplasi dalam berkomunikasi. Ragam lingkungan dapat dikategorikan ke dalam lingkungan sosial, fisik, budaya, psikologis, dimensi

waktu. Lingkungan fisik merupakan keadaan dalam diri sendiri yang menggunakan indera.¹⁶ Lingkungan sosial juga dapat menjadi hambatan berkomunikasi. Misalnya kesamaan bahasa adat istiadat atau status sosial. Seseorang yang menggunakan bahasa isyarat tentu mempengaruhi proses komunikasi.

a. Proses Komunikasi

Munculnya proses sosial yang bermula personal, kelompok, dan masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi sehingga menghasilkan sistem-sistem sosial dan pranata sosial serta segala aspek kebudayaan. Dinamika sosial yang terjadi mengalami perubahan sosial bergerak secara simultan bergerak dalam sistem sosial yang lebih pesat, sehingga proses sosial terjalin perubahan sosial secara universal. Aktivitas sosial dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi diawali oleh sumber (*source*) baik personal maupun kelompok yang berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain. Proses komunikasi merupakan sebuah proses perpaduan makna dari lambang-lambang komunikasi yang dituturkan komunikator dan komunikan. Proses komunikasi mengaitkan banyak aspek atau komponen yang ada di dalamnya, yakni pelaksana atau pelaku, pesan yang meliputi (bentuk, isi, dan cara penyampaian), saluran media untuk digunakan sebagai mengirimkan pesan, kondisi, tempat, waktu, kejadian yang terjadi, kendala yang nampak, serta situasi saat berlangsungnya proses komunikasi.¹⁷

Sebagaimana langkah-langkah komunikasi dikemukakan oleh Sendjaja dalam Burhan Bungin.¹⁸ Langkah pertama proses komunikasi yang dilakukan sumber adalah *ideation*, yakni penemuan satu konten atau pemilihan seperangkat pesan untuk disampaikan. Langkah kedua dalam penemuan suatu informasi adalah encoding, yaitu sumber menjelaskan pesan dalam bentuk kata-kata, simbol, atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan gagasan dan diharapkan memiliki pengaruh terhadap orang lain. Pesan merupakan alat-

¹⁶ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 57.

¹⁷ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 203.

¹⁸ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 259–260.

alat di mana sumber mengekspresikan gagasannya dalam bentuk lisan, bahasa tertulis maupun perilaku nonverbal, seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah, atau gambar-gambar. Langkah ketiga dalam proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan informasi kepada penerima dengan cara berbicara, menggambar, menulis, maupun dengan suatu tindakan tertentu. Pada langkah ketiga ini, mengenal istilah *channel* atau saluran, yaitu alat-alat untuk mengirim suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, podcast, dan telepon. Sedangkan saluran untuk komunikasi tertulis meliputi setiap materi tertulis maupun sebuah saluran yang dapat menciptakan kalimat tertulis, misalnya: LCD, televisi, *overhead projector*. Komunikator berusaha untuk mengendalikan media komunikasi dari hambatan, sehingga informasi bisa terkirim oleh komunikan seperti yang diinginkan. Langkah keempat, ketertarikan dialihkan kepada pemeroleh pesan atau komunikan. Jika pesan itu bersifat tertulis, maka penerima perlu menjadi pembaca yang baik, informasi akan hilang jika penerima tidak mengamati. Proses komunikasi bagian kelima tahap decoding, yakni menyampaikan kognisi terkait informasi yang dikirimkan. Pemahaman (*understanding*) adalah pola pikir penerima yang membuktikan paham tidaknya pesan yang telah disampaikan, hal ini menjadi kunci untuk memberikan tanggapan pada komunikator. Tahap terakhir pada proses komunikasi ialah umpan balik atau *feedback* yang menjadi hidup tidaknya sebuah proses komunikasi. Tanggapan oleh penerima terhadap pesan yang dikirimkan kepada komunikator berupa kalimat maupun menyimpannya.

Hal-hal yang terdiri dalam komunikasi mencakup komunikasi yang berupa dinamis, proses komunikasi dapat terhenti kapan saja, pesan komunikasi tidak perlu diterima, komponen yang berdampak pada efektivitas dalam proses komunikasi kerap terganggu oleh adanya berbagai gangguan, aksi komunikasi adalah indikasi komunikasi, komunikasi terkadang mengalami gangguan sehingga proses komunikasi tidak seperti yang diharapkan. Proses komunikasi dapat dipengaruhi dalam beberapa hal, yakni:¹⁹

¹⁹ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 205.

- 1) Latar belakang budaya, interpretasi suatu pesan akan terbentuk dari sudut pandang individu melalui kesehariannya sehingga semakin sama latar belakang budaya dengan komunikator dan komunikan, komunikasi semakin lancar.
- 2) Hubungan dengan kelompok atau grup, kuantitas yang diikuti oleh suatu sekelompok orang dapat mempengaruhi cara pandang dan berpikir mengenai pesan.
- 3) Harapan berdampak dengan penerimaan pesan sehingga dapat menerima pesan sesuai dengan yang diinginkan.
- 4) Pendidikan yang semakin tinggi dapat semakin universal persepsi dalam menyikapi isi informasi atau pesan yang disampaikan.
- 5) Situasi, individu bersikap dipengaruhi oleh lingkungan atau situasi (ekologis, arsitektural, temporal, teknologi, sosial, psikososial, dan stimuli yang mendorong perilaku).

Kegiatan atau proses komunikasi berjalan dengan baik jika adanya *overlapping of interest* (pertautan minat dan kepentingan) di antara komunikator dan penerima pesan. *Overlapping of interest* dapat terjadi apabila terdapat persamaan tingkatan yang relatif atau *frame of reference* dari kedua pelaku sumber dan penerima. Kerangka referensi bersumber pada tingkat pengetahuan, latar belakang budaya, kepentingan dan orientasi. Semakin besar level persamaan dalam kerangka referensi dapat menarik minat dan kepentingan sehingga proses komunikasi berlangsung semakin mudah.

Aktivitas memahami informasi yang disampaikan oleh komunikator dan pemaknaan komunikan bersifat *subjektif* dan *kontekstual*. Subjektif yang berarti komunikator dan komunikan memiliki daya tampung memahami informasi yang disampaikan atau diterimanya, berdasarkan kedua pihak yang dapat meyakini dan memahami informasi. Sedangkan kontekstual adalah kedua belah pihak berada pada situasi tempat dan kondisi waktu informasi. Sebuah proses komunikasi dengan demikian, mempunyai aspek yang besar dalam pemaknaannya karena adanya subjek dan objek yang majemuk serta latar belakang sosial yang beraneka ragam.²⁰

²⁰ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, 58.

b. Media komunikasi

Media dengan bentuk jamak yakni “medium” dari bahasa Latin memiliki istilah “medius” yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. Sedangkan pada Bahasa Indonesia mempunyai makna sedang. *Association For Education And Communication Technology* (AECT) menjelaskan bahwa media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi.²¹ Media adalah yang mengarah pada sesuatu yang menghubungkan atau menyampaikan informasi dari sumber pemberi informasi kepada penerima informasi. Sehingga diasumsikan bahwa media merupakan perantara dari proses komunikasi seperti ketika seorang ingin berkeluh kesah dapat menulis di buku.

Menurut Fifit Fitriansyah dan Aryadillah, media komunikasi merupakan sebuah sarana yang dipergunakan untuk mempublikasi, mereproduksi, menyampaikan dan menyebarkan informasi.²² Media komunikasi adalah sebuah layanan atau metode dilakukan untuk berkomunikasi individu dengan individu lain, diartikan juga sebagai sarana atau alat berbentuk cetakan atau elektronik yang digunakan menghantarkan pesan dari komunikator kepada publik. Media dalam ilmu komunikasi dapat diklasifikasi menjadi tiga yaitu:

- 1) Media terucap (*the spoken words*) adalah sarana yang dapat menghasilkan suara seperti telepon, radio, dan sebagainya.
- 2) Media tertulis (*the printed writing*) merupakan media berbentuk tulisan atau terbitan misalnya surat kabar, majalah, lukisan, pamphlet, brosur, gambar dan sejenisnya.
- 3) Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang memuat gambar hidup yang dapat didengar dan dilihat, yaitu film, video, televisi dan sejenisnya.

Penggunaan media komunikasi menampilkan aktivitas setiap individu anggota dapat menggunakan dan memanfaatkan berbagai jenis media komunikasi yang

²¹ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 39.

²² Fifit Fitriansyah dan Aryadillah -, “Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online,” *Cakrawala - Jurnal Humaniora* 20, no. 2 (September 16, 2020): 112, <https://doi.org/10.31294/jc.v20i2.8935>.

bertujuan untuk memenuhi kebutuhan.²³ Konsep-konsep dalam komunikasi bermedia internet, terdapat tiga fasilitas dalam internet, yaitu web browser, *e-mail*, dan IRC yang menjadi unsur komunikasi dengan pattern prosedur yang hampir sama, namun fasilitas tersebut memiliki perbedaan yakni, bentuk proses komunikasinya atau sifat komunikasi yang berlangsung. Berikut adalah tiga unsur-unsur komunikasi fasilitas internet.²⁴

1) Konsep komunikasi dalam fasilitas Web browser

Fasilitas *web browser* adalah sarana atau ruang untuk mengirimkan berbagai pesan dan informasi (*exposure*) bagi suatu perseorangan ataupun institusi. *Web* merupakan tempat menampilkan informasi bersifat maya secara *on line* yang mempunyai kaitan (*link*) informasi tidak terbatas. Jenis website dibagi menjadi dua jenis, yaitu official web dikoordinir dengan lembaga yang sah mempunyai otoritas terhadap website yang ditanggung dan jenis kedua unofficial web dikelola secara pribadi. Informasi dalam website secara umum dapat dikategorikan menjadi tiga macam, yaitu berita informasi pelayanan umum, website khusus mengenai informasi lembaga, dan informasi komersial.

2) Konsep-konsep Komunikasi dalam E-mail

E-mail secara istilah adalah proses komunikasi bermedia internet, jenis e-mail berbentuk komunikasi asinkron maknanya pengirim pesan dan penerima pesan tidak berada pada lokasi dan waktu yang bertepatan. Proses komunikasi melewati jeda (*paused*) dalam *feedback* serta dalam penerimaan. Tingkatan interaktif dalam proses komunikasi melalui e-mail termasuk rendah. Pesan yang dikirim melalui *e-mail* seperti surat, sehingga alur bahasa yang digunakan bersifat formal. Pemahaman pada recipient tergantung pada keterbacaan pengertian kalimat dalam satu tujuan dan pilihan kata. Kesalahan pemahaman dan pengiriman makna pada pesan menjadi kendala pada proses komunikasi, pada konteks verbal atau

²³ Hasyim Ali Imran, "Pola Penggunaan Media Komunikasi," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 17, no. 1 (2013): 4, <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170101>.

²⁴ Mukhtar Effendi, "Peranan Internet Sebagai Media Komunikasi," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 3, no. 2 (January 1, 1970): 130–42, <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2.143>.

pemahaman bahasa setiap individu mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Hambatan pada proses komunikasi menggunakan *e-mail* adalah ketidaktepatan waktu pengiriman pesan, serta hambatan sistem internet yang berupa *disconnect* atau *server down* internet tidak tersambung pada komputer.

3) Konsep-konsep komunikasi dalam fasilitas *Internet Relay Chat*

Internet Relay Chat atau IRC merupakan program layanan chatting di internet sebagai suatu bentuk komunikasi yang diciptakan dan digunakan untuk komunikasi dua orang bertukar informasi, komunikasi kelompok sebagai saluran (*channel*), serta dapat dimanfaatkan untuk komunikasi jalur individu. Pengguna IRC yang bergabung pada saluran secara personal dapat mengirim informasi teks secara real time. Aktivitas ini menggunakan *software* yang dijuluki *IRC client*, dalam sebuah pertemuan chatting pengguna saling berinteraksi secara kelompok atau pribadi dalam suatu *room chat* membahas mengenai subjek atau topik tertentu. Semakin canggih kecepatan dalam internet, sehingga aplikasi chat dapat dikembangkan dengan hanya tulisan juga mampu melalui suara, dan gambar dan suara.²⁵

B. Teori penggunaan dan kepuasan

Teori paling populer Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam bidang komunikasi massa yang dikenalkan pada tahun 1974 dengan teori penggunaan kepuasan atau *uses-and-gratifications*.²⁶ Teori ini memberikan pengertian bahwa perbedaan individu menyebabkan pengunjung mencari, memanfaatkan dan memberikan tanggapan terhadap inti media secara berbeda-beda yang disebabkan adanya faktor sosial dan psikologi yang berbeda diantara individu audiensi. Teori mengevaluasi bahwa pengunjung menggunakan media menyesuaikan pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Penggunaan media (*media using*) oleh pribadi sendiri, menurut teori

²⁵ Anne Maryani, "Karakteristik 'Hyperpersonal Communication' dalam 'Internet Relay Chat' sebagai Bagian dari 'Computer Mediated Communication,'" *Mediator: Jurnal Komunikasi* 7, no. 1 (June 19, 2006): 98, <https://doi.org/10.29313/mediator.v7i1.1216>.

²⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2013), 508.

mass media uses and gratification bertumpu pada kebutuhan individu yang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya.²⁷

Teori penggunaan dan kepuasan memaparkan mengenai kapan dan bagaimana pengguna sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam keperluan media dan dampak atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Teori penggunaan dan kepuasan dalam sudut pandang bahwa audiensi membuktikan sebagai peserta yang aktif dalam proses komunikasi, akan tetapi kualitas keaktifan setiap pribadi tidaklah sama. Teori Penggunaan dan kepuasan menjelaskan perihal kapan dan bagaimana pengunjung sebagai pengguna media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam memanfaatkan media dan efek atau risiko dari penggunaan media. Penggunaan teori ini dapat terjadi dalam kasus selektivitas aplikasi, ada berbagai aplikasi yang memiliki kegunaan yang berbeda-beda. Kita menggunakan aplikasi sesuai dengan apa yang diinginkan, misalnya untuk hiburan, mencari informasi, atau kepuasan batin. Schramm dan Porter dalam Nurudin memberikan kiat untuk menjelaskan proses kerjanya dalam teori ini.²⁸

Imbalan berarti memuaskan khalayak, imbalan yang terjadi dapat diterima (segera) atau imbalan yang tertunda. Misalnya, seseorang pengguna aplikasi berita online sebagai pencari informasi ataupun hiburan, media komunikasi tersebut menyediakan atau memuaskan pengguna akan kebutuhan. Upaya yang digunakan untuk mengabdikan kebutuhan sangat bergantung pada tersuguh atau tidaknya sarana dan kelengkapan memanfaatkannya. Ketika membagi janji imbalan dengan upaya yang dibutuhkan, individu dapat memperoleh probabilitas seleksi dari media massa. Menginterpretasikan interaksi personal dengan sarana melalui pemanfaatan media oleh pengguna (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Ciri-ciri kepuasan umum pada teori ini adalah pelarian dari rasa resah, perbedaan rasa ketenangan, dukungan emosional, kontak sosial dan perolehan informasi.²⁹

Asumsi teori, dalam hal ini terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana dikemukakan Katz, Blumler dan Gurevitch yang

²⁷ Hasyim Ali Imran, Pola Penggunaan Media Komunikasi, *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 17, No. 1, 2013, 2 <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170101>.

²⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 193.

²⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 193.

mengembangkan teori menyatakan lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan yaitu:

- a) pengguna aktif dan berorientasi pada target ketika menggunakan media.
- b) Inisiatif untuk memperoleh kepuasan media ditentukan pengungjung.
- c) Media sejajar dengan sumber kepuasan lain.
- d) Pengujung sadar separuhnya terhadap daya tarik, pendapat, dan penggunaan media.
- e) Penilaian isi media ditentukan oleh pengguna.

Asumsi dasar pendekatan teori uses and gratifications adalah bahwa konsumen media berperan aktif, pengguna memanfaatkan media karena memiliki tujuan tertentu dan mempunyai sumber-sumber lain untuk memenuhi keperluan. Penggunaan media dapat memenuhi berbagai keperluan walaupun isi media tidak dapat dilakukan untuk memprediksi pola gratifikasi secara akurat. Pengguna yang aktif dibuktikan dengan pilihan-pilihan yang dilakukan masyarakat yang mempunyai latar belakang oleh alasan yang berbeda. Argumentasi yang dimaksud misalnya ketika alasan untuk memecahkan masalah atau aktivitas rutin (escape), menggali informasi (information seeking), membentuk identitas personal (personal identity), menjalin hubungan sosial (social relationship), dan mencari hiburan (entertainment).³⁰ Munculnya media internet yang terus digunakan dalam berbagai ruang lingkup sosial, politik, ekonomi yang menjadi aktivitas kehidupan masyarakat.

C. Aplikasi Berbasis website dan ponsel cerdas

Aplikasi secara umum dapat dibedakan menjadi dua kategori yang perkembangannya berselisih. Pertama, kategori aplikasi berbasis web yang dapat diakses gratis di beberapa situs dan digunakan melalui Personal Komputer atau laptop. Kedua, aplikasi berbasis ponsel cerdas sebagai halnya banyak ditemukan di *Playstore* untuk *Android* serta *AppStore* untuk *iOS*, yang mampu diunduh dan kemudian dimanfaatkan melalui *smartphone*. Kehadiran aplikasi terkhususnya aplikasi Islam berbasis ponsel cerdas dipengaruhi oleh pembaruan

³⁰ Karman Karman, "Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 17, no. 1 (2013): 94, <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>.

prasarana telepon seluler yang dimodalkan dengan kecakapan untuk mengakses internet.³¹

Aplikasi pesan tidak hanya menyajikan ruang untuk komunikasi dengan menghubungkan dua individu, akan tetapi fasilitasnya dapat melibatkan jumlah yang banyak dan berlangsung.³² Aplikasi Islam berbasis website semakin hari semakin menyusut, baik dari kuantitas maupun komunitasnya. Peristiwa tersebut tidak hanya menyediakan situs software islami, namun juga menampilkan diri sebagai *Islamic resources*, meliputi software, dokumen, dan beberapa fungsional lainnya. Sementara itu, aplikasi berbasis ponsel cerdas yang masyarakat mayoritas sudah digunakan dalam kesehariannya. Jumlah dalam aplikasi-aplikasi Islam terbilang lebih spesifik, hal ini pada umumnya digunakan dengan tidak diunduh melalui situs tertentu.

Aplikasi Smartphone ini melalui provider, seperti Apple Store atau Play Store. Para pengembang aplikasi menciptakan dan mengelaborasi aplikasi tertentu dan menyimpannya di Playstore supaya dapat diunduh oleh individu yang membutuhkan. Aplikasi berbasis android di provider ataupun website dalam situs, pada dasarnya kedua kategori tersebut untuk menyebarkan aplikasi-aplikasi yang dapat mempermudah individu Islam pada media sebagai bagian media-literate dan techno-liter.³³

Layanan lain yang juga memiliki populasi yang tinggi adalah chat online, yaitu fasilitas yang memungkinkan para pengguna internet melakukan obrolan baik berbasis teks maupun video conference dengan sesama pengguna lain dalam sebuah chat room. Meski chat dapat dilakukan aplikasi, seperti Skype, Discord, Line, WhatsApp, seperti MSN Messenger, Yahoo Messenger, Facebook Messenger, dan sebagainya, namun chat semacam ini dipandang masih bersifat umum. Chat room adalah sebuah ruang tertentu, di mana individu dan sekelompok orang berkumpul untuk berbincang diperantarai oleh teknologi dengan internet. Chat Islam merupakan fitur chat berbasis web memperbincangkan tema-tema keislaman yang khusus berbagi informasi secara real-time.³⁴

³¹ Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 212–213.

³² Rulli Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2014), 32.

³³ Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 214.

³⁴ Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 210.

Kehadiran media baru dapat memerankan sebuah alternatif lain bagi Teman Tuli untuk menampakkan bahwa Teman Tuli mempunyai kesetaraan komunikasi yang lebih efektif adanya media baru. Misalnya media baru aplikasi Alquran dan link Muslim Or.id mengakses ilmu agama Islam untuk Teman Tuli. Pada aplikasi alquran dan link Muslim Or.id Teman Tuli merasa puas dengan adanya fasilitas untuk mengetahui ajaran Islam. Namun terdapat hambatan dalam pemahaman komunikasi, karena catatan menggunakan bahasa arab.³⁵ Contoh lain dalam kegiatan kajian atau pertemuan Teman Tuli menggunakan *Google Transcribe* untuk memahami pesan dari komunikator dalam bentuk suara atau *speech recognition*. *Speech recognition* ialah sebuah teknologi yang menggunakan perangkat seperti microphone yang dapat mendeteksi inputan suara untuk terhubung dengan komputer. Teknologi ini tidak sebanding dengan menggali suara yang dibuat *voice recognition* sebagai pengenalan keamanan. Noertjahyana dalam Dhimas Sena memaparkan bahwa ditemukan dua cara atau mode pada *speech recognition*, yakni mode *command and control* dan *mode diktasi*.³⁶

Kalimat atau kata yang dapat diuraikan terlebih dahulu pada database disebut dengan *command and control*. Bentuk ini adalah *speaker independent* karena pengguna tidak harus melakukan penataran pada sistem dan total kata yang diketahui biasanya terbatas. Sedangkan mode diktasi, kuantitas kata yang dapat diketahui oleh jumlah kata yang diperoleh pada database. Identifikasi mode diktasi ini adalah *speaker dependent*. Kebenaran dan keakuratan mode ini tergantung dengan akses pembicara dan akses prototipe suara serta uji coba yang sudah dikerjakan. Teknologi *Speech Recognition* meningkat dengan pesat, dapat digunakan untuk menciptakan teknologi komunikasi bagi para penyandang Tuli.

D. Ketulian

Disabilitas atau *disability* dijuluki dengan istilah orang berkelainan, secara umum dijelaskan sebagai ketidakmampuan pada individu untuk mengerjakan sesuatu tidak pada umumnya. Penyandang disabilitas dapat dikategorikan sebagai manusia yang

³⁵ Erna Kurniawati, "Media Baru Sebagai Media Literasi Agama Bagi Mahasiswa Tuli di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta," *Al-MUNZIR* 14, no. 1 (May 25, 2021): 85, <https://doi.org/10.31332/am.v14i1.2548>.

³⁶ Dhimas Sena Rahmantara, Kartina Diah Kesuma Wardhani, and Maksum Ro'is Adin Saf, "Aplikasi Pengenalan Nama Surah pada Juz ke 30 Kitab Suci Al-Qur'an Menggunakan *Speech Recognition*," *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)* 2, no. 1 (April 17, 2018): 345–53, <https://doi.org/10.29207/resti.v2i1.285>.

mengalami keterbatasan fisik, mental, intelektual, dan sensorik dalam rentang waktu yang lama. Kata cacat dalam kamus bahasa Indonesia yang mempunyai beberapa arti, yakni: (1) kekurangan yang mengakibatkan mutu atau tingkatan kurang sempurna (yang terdapat pada batin, akhlak, badan, atau benda); (2) lecet (noda, kerusakan) yang menimbulkan kondisi menjadi kurang ideal atau tidak sempurna; (3) cela atau aib; (4) tidak atau kurang sempurna.³⁷ *World Health Organization (WHO)* menjelaskan bahwa ada tiga definisi berhubungan dengan kecacatan, yaitu *impairment*, *disability*, dan *handicap*. *Impairment* merupakan kehilangan atau ketidaknormalan fungsi fisiologis, psikologis, atau anatomis. *Disability* ialah suatu keterbatasan atau kehilangan kemampuan sebagai akibat *impairment* untuk melaksanakan suatu aktivitas dengan kebiasaan atau batas-batas yang dipandang lazim bagi manusia. *Handicap* adalah suatu kerugian bagi individu tertentu, sebagai dampak dari suatu *impairment* atau *disability*, yang menghalangi terlaksananya kedudukan yang normal. Namun hal ini juga terkait pada umur, jenis kelamin juga unsur-unsur budaya atau sosial.³⁸

Definisi ini menunjukkan bahwa *disability* adalah kecacatan pada tingkatan organ tubuh dan level keberdayaan setiap individu. Misalnya, manusia yang kehilangan pendengaran atau Tuli (*impairment*) tidak mampu mendengar kajian dakwah, namun dia dapat mengatasi keterbatasannya menggunakan teknologi *speech to text* yang mengubah suara komunikator kedalam teks. Sehingga disabilitas Tuli paham mengenai kajian dakwah yang telah dijelaskan oleh da'i. Tuli adalah individu yang mengalami kehilangan kemampuan mendengar dalam sebagian atau seluruh indra pendengarannya (*audition*). Dalam istilah tuna yang berarti rusak, cacat dan rungu yang berarti pendengaran. Tuli yang dapat mengakibatkan terhambatnya proses penerimaan informasi sebagai alat komunikasi, sehingga berpengaruh dalam kehidupan sosial. Kata tunarungu dalam kehidupan sosial sebagai kata tidak sopan bagi orang yang mengalami kehilangan indera pendengaran, ternyata mereka lebih menyukai dengan panggilan Tuli (dengan penulisan huruf "T" kapital). Hal ini kata Tuli identik dengan sebuah personalitas kebudayaan yang menggunakan bahasa isyarat sementara kata tunarungu serupa dengan istilah kedokteran yang

³⁷ Dendy Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 249.

³⁸ Sholeh, Akhmad, "Islam dan Penyandang Disabilitas: Telaah Hak Aksesibilitas Penyandang Disabilitas dalam Sistem Pendidikan di Indonesia." *PALASTREN Jurnal Studi Gender* Vol. 8, no. 2 (2016): 297-298

berpendapat kecacatan pendengaran individu.³⁹ Teman Tuli yang mengalami kesulitan pendengaran namun dapat mempunyai sisa indra pendengaran sehingga bisa memproses pesan komunikator melalui pendengaran dengan menggunakan alat bantu dengar (ABD) disebut dengan *Hard of hearing*. Teman Tuli pada umumnya orang normal nama panggilannya adalah Teman Dengar. Cara berkomunikasi dengan orang normal menggunakan bahasa isyarat, bahasa verbal, serta bahasa tubuh untuk berkomunikasi dengan ruang lingkup kehidupan.

Berdasarkan ketidakmampuan indera pendengaran dengan kecakapan berkomunikasi, dapat dikategorikan golongan batasan pendengaran disabilitas Tuli dan pengaruh pada komunikasi.⁴⁰ Lambang internasional yang digunakan untuk menyatakan intensitas satuan suara disebut dengan dB atau desibel. Golongan pertama, Teman Tuli dengan 16-25 dB dapat digolongkan *slight*, ketika Teman Tuli dalam memahami perbincangan dalam lingkungan yang sunyi tidak begitu susah, sebaliknya dalam keadaan bising akan sulit untuk memahami. Sehingga komunikator dengan intonasi rendah, Teman Tuli tidak mudah untuk memahami. Golongan kedua, *mild* dengan intensitas satuan suara 26-40 dB. Pengaruh pendengaran komunikasi ini, percakapan dalam aksen penuturan kata dengan jarak jauh tidak mudah untuk dipahami meskipun dalam keadaan sunyi, Teman Tuli cukup mudah untuk memahami dan mengenali suara komunikator dengan familiaritas tema dan kosa kata yang familiar dalam lingkungan yang hening, sepi dan jarak yang dekat. Golongan yang ketiga intensitas suara 41-55 dB, golongan ini adalah *Moderate*. Diskusi kelompok menjadi tantangan bagi Teman Tuli yang mempunyai golongan ini, karena Teman Tuli mampu mendengar komunikator pada kondisi sunyi dan jarak dekat. Golongan yang keempat adalah *Moderate-Severe* dengan intensitas suara 56-70 dB. Teman Tuli dapat mendengar komunikator dengan jelas dan keras, tuturan Teman Tuli tergolong masih sedikit mampu diperkirakan. Golongan kelima yakni *Severe* dengan intensitas suara 71-90 dB. Tutur kata Teman Tuli dikategorikan sulit dimengerti, Teman Tuli tidak mampu mendengar suara komunikator melainkan dengan volume intonasi yang sangat keras dan tidak mampu memahami

³⁹ Erna Kurniawati, "Media Baru Sebagai Media Literasi Agama Bagi Mahasiswa Tuli di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta," *Al-MUNZIR* 14, no. 1 (25 Mei, 2021): 73, <https://doi.org/10.31332/am.v14i1.2548>.

⁴⁰ Mohammad Syarif Hidayat, "Model Komunikasi Komunitas Tuli di SLB Negeri Jember," *Indonesian Journal of Islamic Communication* 4, no. 1 (June 17, 2021): 151, <https://doi.org/10.35719/ijic.v4i1.948>.

beberapa kosa kata. Teman Tuli dalam suara dan bunyi dari lingkungan mampu dideteksi dengan samar, tetapi belum tentu selalu bisa diidentifikasi. Golongan terakhir adalah *Profound* dengan intensitas suara 91 Db+. Teman Tuli dalam berinteraksi perkembangannya sangat sulit dipahami. Mungkin mampu mendengar dengan bunyi yang sangat keras sekali, namun tidak bisa mendengar suara percakapan sama sekali, oleh karena itu organ mata sebagai indra penglihatan menjadi keistimewaan pokok dalam berkomunikasi.

Penggolongan kemampuan daya indra pendengar di atas menampilkan bahwa Teman Tuli dengan disabilitas 90 db atau pendengarannya mampu dengan suara sangat keras namun tidak bisa mendengar suara perbincangan sama sekali, sehingga keistimewaan Teman Tuli adalah mata sebagai indra penglihatan dalam memahami gerak bibir dan bahasa isyarat. Teman Tuli dapat diperhatikan dari tingkat kepekaan terhadap suara yang menjadi hal utama untuk memilih cara berinteraksi dan berkomunikasi. Kepekaan terhadap suara mampu mengklasifikasi pilihan cara berinteraksi, misalnya penggunaan bahasa lisan (*oral language*), pembacaan bibir (*lips reading*), dan bahasa isyarat (*sign language*). Asal mula ketulian memberikan berbagai pilihan cara pilihan berinteraksi dan berkomunikasi.

E. Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini akan menjelaskan mengenai perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada sebagai bentuk perbandingan, penulis melakukan review kajian terdahulu terhadap beberapa jurnal

Pertama, jurnal dari Zahrotun Nufus dan Primi Rohimi, Institut Agama Islam Negeri Kudus yang berjudul “Al-qur’an braille sebagai media dakwah kepada penyandang DSN dan untuk meningkatkan literasi Islam”, 2021. Penelitian ini merupakan *field research* (penelitian lapangan) yang menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian jurnal ini berisi dakwah di kelompok DSN di Panti Pelayanan Sosial Disabilitas Sensorik Netra (PPDSN) dengan menggunakan Alquran braille sebagai media dakwah baca tulis. Hasil penelitian ini mempunyai faktor pendukung dan penghambat, yakni faktor pendukung sebagai media dakwah Al-Quran Braille tidak hanya bersuara namun juga dapat bersifat tactual (bisa disentuh, diraba) yang bertujuan sebagai media dakwah individu penyandang DSN mudah mempelajari karena memiliki kesamaan huruf latin braille. Faktor penghambat dari segi individu penyandang DSN

dalam proses pembelajaran memiliki tangan basah sehingga menjadi hambatan pembelajaran Al-Qur'an Braille dan membutuhkan waktu lama karena bentuknya terpisah antara per-juz yang membuat kurang efektif. Dibandingkan penelitian yang akan diteliti, sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan *field research* dan menggunakan media komunikasi. Perbedaan penelitian peneliti tertuju pada objek disabilitas Tuli memanfaatkan teknologi speech recognition yang mengubah suara menjadi teks sehingga dapat terjadinya proses komunikasi.⁴¹

Kedua, jurnal yang berjudul “Pola Komunikasi Kaum Tuli dalam Media Baru” yang disusun oleh Anisa Rahmawati, Hanny Hafiar, dan Siti Karlinah yang memaparkan mengenai kejadian komunikasi, komunikasi simbolik, dan keunikan dari komunikasi simbolik yang terjadi dalam peristiwa interaksi antara teman-teman Tuli dalam grup WhatsApp “Sunyi” dengan menggunakan metode etnografi virtual. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Anisa adalah sama-sama menggunakan subyek disabilitas Tuli dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini memfokuskan pada peristiwa komunikasi formal dan informal dalam via grup WhatsApp sedangkan penelitian peneliti akan membahas mengenai penggunaan aplikasi *MyCap* untuk dakwah dan komunikasi bagi di Komunitas Paguyuban Tuli Kudus (Patuku).⁴²

Penelitian yang ketiga berjudul “Pengembangan Perangkat Speech Recognition Bagi Penyandang Bisu Tuli Sebagai Sarana Komunikasi” yang disusun oleh Umrah Sahni, Udin Sidik Sidin, dan Muhammad Riska. Membahas mengenai sarana komunikasi untuk Teman Tuli dalam bentuk perangkat, dilakukan pengujian terhadap alat dengan speech recognition di SLB Negeri, Pembina Provinsi Sul-Sel, Jln Dg. Tata Parang Tambung, Makassar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Umrah adalah sama-sama menggunakan perangkat speech recognition menjadi sarana komunikasi yang mengubah suara ke dalam teks sehingga Teman Tuli dapat memahami diskusi kelompok. Sedangkan perbedaan penelitian Umrah, dkk menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan dari perangkat tersebut, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian

⁴¹ Zahrotun Nufus dan Primi Rohimi, “Al-qur'an Braille Sebagai Media Dakwah Kepada Penyandang DSN dan Untuk Meningkatkan Literasi Islam” 6, no. 1 (2021): 14.

⁴² Annisa Rahmawati, Hanny Hafiar, and Siti Karlinah, “Pola Komunikasi Kaum Tuli Dalam Media Baru,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 2 (2019): 16.

kualitatif menerapkan aplikasi atau website dengan komunikasi satu individu atau kelompok menggunakan *speech recognition*.⁴³

Keempat, jurnal Adang Badru Jaman dan Anggun Fergina yang berjudul “Implementasi Speech Recognition Berbasis Android dalam Optimalisasi Komunikasi bagi Penyandang Tunarungu”. Penelitian ini menggunakan metode SDLC (Sistem Development Life Cycle) digunakan untuk kegiatan pembelajaran pada lapisan kompetitif yang terawasi dengan metode survey. Sedangkan penelitian ini menggunakan observasi terlebih dahulu dan menggunakan teknik wawancara pada Teman Tuli dan Teman dengar.⁴⁴

Kelima, jurnal Erna Kurniawati yang berjudul “Literasi Media Baru Mahasiswa Tuli” menjelaskan mengenai mahasiswa Tuli di Pusat Layanan Difabel UIN Sunan Kalikaga yang memanfaatkan media baru sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman keagamaan. Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi serta menggunakan teori penggunaan dan kepuasan. Sedangkan perbedaan peneliti dan penelitian ini pada lokasi di Paguyuban Tuli Kudus dan peneliti menggunakan aplikasi *MyCap* sebagai media komunikasi untuk da’i mengubah suara dalam teks, namun penelitian ini menggunakan aplikasi umma, whatsapp, website muslim.or.id.⁴⁵

Kelima, skripsi Amiradhana Salsabila, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021 yang berjudul “Strategi Dakwah Yayasan Majelis Ta’lim Tuli Indonesia di Jagakarsa Jakarta Selatan”. Penelitian Amiradhana menggunakan pendekatan kualitatif yang model penelitiannya studi kasus. Penelitian terdahulu ini menggunakan teori interaksionisme simbolik yaitu membahas mengenai bagaimana kita mempelajari budaya dan bagaimana budaya membentuk pengalaman hidup kita sehari-hari. Teori ini menyatakan bahwa setiap individu

⁴³ Umrah - Sahni, Udin Sidik Sidin, dan Muhammad - Riska, “Pengembangan Perangkat Speech Recognition Bagi Penyandang Bisu Tuli Sebagai Sarana Komunikasi,” *Jurnal MediaTIK* 3, no. 1 (January 16, 2020): 49, <https://doi.org/10.26858/jmtik.v3i1.14388>.

⁴⁴ Adang Badru Jaman and Anggun Fergina, “Implementasi Speech Recognition Berbasis Android dalam Optimalisasi Komunikasi bagi Penyandang Tunarungu” 06 (2021): 6.

⁴⁵ Kurniawati, “Media Baru Sebagai Media Literasi Agama Bagi Mahasiswa Tuli di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Erna Kurniawati, “Media Baru Sebagai Media Literasi Agama Bagi Mahasiswa Tuli di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,” *Al-MUNZIR* 14, no. 1 (May 25, 2021): 77, <https://doi.org/10.31332/am.v14i1.2548>.

memberikan makna terhadap simbol-simbol dan arti tersebut bertujuan untuk mengontrol mereka. Hasil penelitian ini mengenai strategi tilawah pada yayasan ini dengan mengajarkan baca tulis Quran, sehingga jamaah Tuli dapat memahami dan patuh terhadap perintah agama. Teman Tuli mendapatkan kosakata baru dari interaksionisme simbolik yang menjadi teori dasar penelitian ini. Dibandingkan penelitian yang akan penulis teliti menggunakan teori *uses and gratification* adanya pengguna yang tertarik dan bisa digunakan oleh pengguna dengan membantu disabilitas Tuli untuk memahami lawan bicara menggunakan media komunikasi mengubah suara ke dalam teks, dengan metode penelitian kualitatif.⁴⁶

Keenam, skripsi Muhammad Syafaat, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018 yang berjudul “Aplikasi Komunikasi Penyandang Tunarungu dengan Metode *Speech Recognition* Teknologi Berbasis Android”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode pengumpulan data penelitian ini adalah observasi, studi literatur, wawancara pada penyandang disabilitas Tuli pada organisasi Pospera dan menggunakan teori pembuatan aplikasi yang mengambil sumber data dan referensi yang terkait dengan peneliti. Hasil penelitian ini adalah bahwa aplikasi ini mudah digunakan, memberikan cara berkomunikasi yang efektif bagi penyandang Tuli. Penelitian yang penulis teliti sama menggunakan pengumpulan data observasi, studi literatur, wawancara. Perbedaanya digunakan untuk media komunikasi dan dakwah pada Teman Tuli.⁴⁷

Ketujuh, skripsi Muhammad Alan Nur, Departemen Teknik Informatika dan Komputer, Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, 2021 yang berjudul “*Extreme Programming Methodology On Development Mobile Based Platform to Assist Hearing-Impaired in Group Discussion*”. Penelitian Alan menciptakan sebuah alat teknologi yang bernama *MyCap* untuk Teman Tuli. penelitian ini menggunakan *Agile Development* model *Extreme Programing* yang mengubah audio ke dalam teks menggunakan *speech engine* dari Google. Perencanaan hingga pengujian menghasilkan akurasi pengenalan suara 94% sehingga layak digunakan. Pada penelitian yang akan penulis teliti menggunakan aplikasi *MyCap* untuk dakwah

⁴⁶ Amiradhana Salsabila, Skripsi: “*Strategi Dakwah Yayasan Majelis Ta’lim Tuli Indonesia di Jagakarsa Jakarta Selatan*” (Jakarta: UIN, 2021) hal. 18.

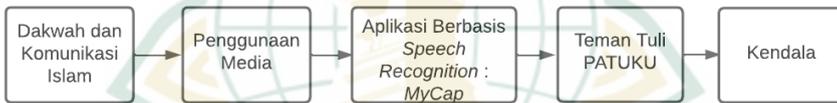
⁴⁷ Muhammad Syafaat, Skripsi: “*Aplikasi Komunikasi Penyandang Tunarungu dengan Metode Speech Recognition Teknologi Berbasis Android*” (Makassar: UIN, 2018) hal 60.

dan komunikasi Teman Tuli. Penelitian sebelumnya terdapat kendala karena tidak dapat melaksanakan percobaan langsung oleh Teman Tuli dikarenakan Pandemi *covid-19*. Penelitian peneliti akan terjun langsung dalam lapangan untuk observasi dan wawancara kepada Teman Tuli.⁴⁸

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menjadi sub bab yang bertujuan sebagai gambaran secara sekilas mengenai struktur dalam proses penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Sehingga arah penelitian akan dipahami oleh pembaca dengan hanya melihat kerangka berpikir dalam penelitian ini. Agar dapat dipahami lebih jelas dan terstruktur peneliti akan memberikan gambaran terkait alur dalam penelitian yang akan dilakukan dengan memberikan gambaran berupa bagan yang terstruktur terkait konsep dalam penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Bagan diatas memaparkan bahwa dakwah dan komunikasi dapat memanfaatkan penggunaan media sebagai sarana komunikasi. Kini perkembangan teknologi semakin canggih sehingga media komunikasi dapat dipergunakan oleh Teman Tuli. Salah satu aplikasi media komunikasi yaitu aplikasi *MyCap*. Aplikasi *MyCap* adalah sarana komunikasi untuk Teman Tuli di komunitas Patuku dalam memahami ucapan lawan bicara dengan menggunakan *speech recognition* yang menampilkan suara ke dalam teks. Aplikasi dan website dapat digunakan untuk dakwah dan komunikasi Teman Tuli. Biasanya media yang digunakan oleh Teman Tuli dengan menggunakan gerak bibir, alat bantu dengar, dan penerjemah bahasa isyarat untuk memahami komunikator dalam menyampaikan pesan serta tulisan. Penggunaan aplikasi *MyCap* Teman Tuli menggunakan indera penglihatan yakni membaca tulisan dari suara komunikator. Namun tidak semua Teman Tuli memahami tulisan dalam kalimat, karena memiliki tingkat yang berbeda-beda. Sehingga terdapat

⁴⁸ Muhammad Alan Nur, “*Extreme Programming Methodology on Development Mobile Based Platform to Assist Hearing-Imraired In Group Discussion*” (Surabaya, Politeknik Elektronika Negri Surabaya, 2021).

kendala dalam penggunaan aplikasi *MyCap* untuk dakwah dan komunikasi pada di Komunitas Paguyuban Tuli Kudus (Patuku).

Hal ini menjadikan teori *Uses and Gratification* tidak dengan pesan yang diberikan, namun memusatkan ketertarikan pengguna sebagai konsumen media massa. Pengguna dapat dinilai mengerti keperluan mereka dan bertanggung jawab mengenai opsi pilihan sarana yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna. Penjabaran kerangka berpikir dari penelitian ini adalah tertuju pada Teman Tuli untuk memudahkan dan memahami kajian dakwah dan komunikasi dari Teman Dengar yang akan terjadinya proses komunikasi dalam sarana komunikasi.

