

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Komunikasi Interpersonal

###### a. Pengertian dan Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal

Komunikasi menurut etimologi berasal dari bahasa latin yaitu *Communication* dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti samasama, maksudnya adalah sama maknanya. Jadi kalau ada dua orang atau lebih terlibat dalam komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Komunikasi dapat dikatakan komunikatif jika keduanya selain mengerti bahasa yang digunakan juga mengerti makna dari bahan yang dibicarakannya.

Menurut terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.<sup>1</sup> Dance mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha menimbulkan respon melalui lambing-lambang verbal. Lambang verbal yang dimaksud adalah media primer dalam proses komunikasi yang dapat berbentuk bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Komunikasi juga merupakan suatu proses interaksi pemindahan pesan dari seseorang kepada orang lain melalui lambang lambang yang dikehendaki komunikator serta dimengerti komunikan untuk menghasilkan pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan baik secara langsung maupun tidak langsung, tertulis ataupun tidak tertulis dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Komunikasi Interpersonal (interpersonal communication) juga bisa dikatakan sebagai komunikasi antara orang – orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara

---

<sup>1</sup> Onong Unchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya. 1993), 3.

langsung, baik verbal maupun non verbal. Komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan – pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Setelah melalui proses interpersonal tersebut, maka pesan – pesan disampaikan kepada orang lain, proses pertukaran informasi antara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan bertambahnya orang – orang yang terlibat dalam komunikasi menjadi bertambah komplekslah komunikasi tersebut.<sup>2</sup>

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan, begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekedar serangkaian rangsangan-tanggapan, stimulusrespon, akan tetapi serangkaian proses saling menerima, penyerapan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama. Pentingnya suatu komunikasi interpersonal berlangsung secara dialogis yang menunjukkan terjadinya interaksi, seseorang yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing – masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya pergantian bersama (mutual understanding) dan empati. Dari proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing – masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia. Dalam komunikasi Interpersonal terdapat 2 macam, yaitu:

1) Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi diadik adalah komunikasi antar pribadi yang berlangsung antara dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan yang

---

<sup>2</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005),159

seorang lagi komunikan yang menerima pesan. Oleh karena perilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan.

2) Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*)

Komunikasi triadik adalah komunikasi antar pribadi yang pelakunya tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Jika misalnya A menjadi komunikator, maka ia pertamamata menyampaikan kepada komunikan B kemudian kalau dijawab atau ditanggapi beralih pada komunikan C, juga secara berdialogis.

b. Dasar dan Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi merupakan dasar utama dalam mengungkapkan gagasan yang ada dalam pikiran manusia yang dilakukan secara langsung antara dua orang atau lebih dengan tujuan agar mereka bisa bertukar pikiran dan mendapatkan keuntungan dari apa yang mereka komunikasikan. Menurut Skinner sebagaimana dikutip Astrid S. Susanto, “komunikasi akan berlangsung selama orang merasa ada keuntungan yang dapat diperolehnya dari suatu komunikasi, baik keuntungan materi maupun non materi”.

Komunikasi interpersonal menurut Dedy Mulyana bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antar-pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi secara langsung baik itu secara verbal atau nonverbal sehingga komunikator dan komunikan dapat menerima dan memberikan umpan balik secara langsung yang dilakukan sekurang-kurangnya dua orang atau lebih, dilakukan secara tatap muka dan atau menggunakan media.<sup>3</sup>

Sunarto Aw mengungkapkan Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa diantaranya:

1) Mengungkapkan Perhatian Kepada Orang Lain

Salah satu tujuan komunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan

---

<sup>3</sup> Muhammad Awir Yamona, Dini Zulfiani dan Kadek Dristiana, “Komunikasi Interpersonal Karyawan *Frontliner* Dalam Menumbuhkan Kepuasan Konsumen Pt. J.Co Donuts & Coffee Cabang Giant Alaya Samarinda”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2018. 208.

badan, menanyakan kabar rekan komunikasi, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal banyak dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi tertutup, dingin dan acuh. Apabila diamati lagi, orang yang berkomunikasi dengan tujuan sekedar mengungkapkan perhatian kepada orang lain, bahkan terkesannya “hanya basa-basi”.

2) Menemukan Diri Sendiri

Seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain. Pribahasa mengatakan “Gajah dipelupuk mata tidak tampak”, artinya seseorang tidak mudah melihat kesalahan dan kekurangan pada diri sendiri, namun mudah menemukan pada orang lain. Bila seseorang terlibat komunikasi interpersonal dengan orang lain, maka terjadi proses belajar tentang diri maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk berbicara tentang apa yang disukai dan apa yang dibenci.

3) Menemukan Dunia Luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan actual. Misalnya komunikasi interpersonal dengan seorang dokter mengantarkan seseorang untuk mendapatkan informasi tentang penyakit dan penanganannya. Sehingga dengan komunikasi interpersonal diperoleh informasi. Informasi tersebut dapat dikenali dan ditemukan keadaan dunia luar yang sebelumnya belum diketahui.

4) Membangun dan Memelihara Hubungan yang Harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Manusia tidak dapat hidup sendiri, perlu bekerja sama dengan orang lain. Semakin banyak teman yang dapat diajak bekerjasama, maka semakin lancar pelaksanaan kegiatan dalam hidup sehari-hari. Sebaliknya apabila ada seorang saja sebagai musuh, kemungkinan akan menjadi kendala. Oleh karena itu setiap orang telah menggunakan banyak

waktu untuk komunikasi interpersonal yang diabdikan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain.

5) Mempengaruhi Sikap dan Tingkah Laku

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media) dalam prinsip komunikasi, setiap pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab komunikasi pada dasarnya adalah sebuah fenomena atau sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan member makna tertentu terhadap kemungkinan terjadi perubahan sikap.

6) Mencari Kesenangan atau sekedar Menghabiskan Waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal hanya sekedar mencari kesenangan atau hiburan. Berbicara dengan teman mengenai acara perayaan ulang tahun, berdiskusi mengenai olahraga, bertukar cerita-cerita lucu merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan waktu. Disamping itu juga dapat mendatangkan kesenangan.

7) Menghilangkan Kerugian Akibat Salah Komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (mis Communication) dan salah interpretasi yang terjadi antara sumber dan penerima pesan.

8) Memberi Bantuan (konseling)

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesi mereka untuk mengarahkan kliennya. Dalam kehidupan sehari-hari, dikalangan masyarakat dengan mudah diperoleh contoh yang menunjukkan fakta bahwa komunikasi interpersonal dapat dipakai sebagai pemberian bantuan bagi orang lain yang memerlukan.

c. Unsur-unsur Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal akan berjalan dengan lancar apabila terdapat unsur-unsur atau persyaratan tertentu. Menurut Harold Laswell, ada lima komponen yang



merupakan persyaratan terjadinya komunikasi, yaitu: “komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek”<sup>4</sup>

- 1) Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan. Komunikator yang dimaksud disini adalah ustadz yang membimbing santri dalam membaca Al-Qur'an.
- 2) Pesan merupakan suatu pernyataan tentang pikiran dan perasaan seseorang yang disampaikan kepada orang lain. Pesan yang disampaikan oleh ustadz hendaknya bukan hanya pesan *verbal* saja, tetapi juga pesan *non verbal* karena selain mendengarkan bimbingan ustadz, santri akan mencontoh segala tingkah laku ustadz tersebut.
- 3) Media merupakan alat yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan. Dalam komunikasi interpersonal antara ustadz dengan santri ini, media yang digunakan adalah media langsung (bahasa lisan), karena santri dapat langsung mendapatkan bimbingan dan pengarahan dari ustadz sehingga apabila ada yang kurang dipahami dapat langsung ditanyakan kepada ustadz.
- 4) Komunikan merupakan orang yang menerima pesan dari komunikator. Dalam penulisan ini yang disebut komunikan adalah santri TPA yang belajar ilmu-ilmu agama di TPA Al-Luqmaniyyah Umbulharjo Yogyakarta. Dalam proses membaca Al-Qur'an, kepercayaan yang diberikan oleh santri kepada ustadz sangat membantu dalam berhasilnya komunikasi yang dilakukan. Selain itu, pengetahuan ustadz tentang ilmu-ilmu keagamaan juga sangat mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang mereka lakukan. Solomon E. Asch sebagaimana dikutip Jalaluddin Rakhmat juga menyatakan bahwa, “kepercayaan dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan dan kepentingan”.
- 5) Efek merupakan dampak yang dihasilkan dari pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dampak yang ustadz inginkan adalah dampak *behavioral*, yakni dampak yang timbul pada

---

<sup>4</sup> Onong Unchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, 10

diri santri dalam bentuk perilaku, tindakan dan kegiatannya sehari-hari agar sesuai dengan nilai-nilai Islam yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-harinya.

d. Proses Komunikasi Interpersonal

Komunikasi sebagai proses pengoperan atau penyampaian pesan secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk proses, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Mengenai kedua proses komunikasi ini telah dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut: “Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang di sini berupa bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya”. Proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Berkaitan dengan dua bentuk komunikasi di atas, maka komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk proses komunikasi primer, karena komunikasi interpersonal berlangsung secara *face to face* (tatap muka) dalam suatu percakapan dengan menggunakan bahasa lisan. Hubungan yang baik antara komunikator dengan komunikan dalam komunikasi interpersonal juga harus dijaga dengan baik, karena berhasil tidaknya komunikasi tergantung pada hubungan yang baik diantara mereka.

Menurut Jalaluddin Rakhmat ada dua tahap hubungan, tahap pertama disebut tahap pengenalan, hendaknya komunikator memberikan kesan pertama yang bagus seperti penampilan yang menarik dan sikap yang baik. Tahap kedua yaitu peneguhan hubungan, ada empat faktor penting dalam memelihara hubungan, yaitu: faktor keakraban pemenuhan kebutuhan rasa kasih sayang, faktor kontrol (kedua belah pihak saling mengontrol), faktor ketetapan respon yang merupakan pemberian respon sesuai dengan stimulus yang diterima, faktor keserasian suasana emosional ketika berlangsungnya komunikasi.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), 126.

Menurut David Berlo dalam *The Proses Of Communication* menekankan bahwa diantara komunikator dengan komunikan harus terdapat hubungan interdependensi. Interdependensi adalah kedua belah pihak terdapat hubungan saling mempengaruhi menurut Nuruddin, interdependensi artinya komponen-komponen itu saling berkaitan, berinteraksi dan berinterdependensi secara keseluruhan. Oleh sebab itu, seorang ustadz dalam berkomunikasi tidak boleh melihat pada kepentingannya sendiri tapi juga harus melihat pada kepentingan dan kebutuhan santrinya dengan memperhatikan pengalaman, kepentingan dan pendapatnya serta menciptakan hubungan yang akrab. Komunikasi interpersonal harus memiliki tahapan-tahapan yang dilakukan, karena tanpa adanya tahapan-tahapan tersebut suatu komunikasi tidak akan bisa berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan.

e. Fungsi dan Sifat Komunikasi Interpersonal

Fungsi komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal adalah berusaha menumbuhkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.<sup>6</sup> Komunikasi interpersonal, dapat menumbuhkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Melalui komunikasi interpersonal juga dapat berusaha membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang terjadi. Adapun fungsi lain dari komunikasi interpersonal adalah: Mengenal diri sendiri dan orang lain. Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk mengetahui lingkungan kita secara baik.

f. Pengertian Efektivitas Komunikasi

Suatu proses komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan komunikator dapat sampai diterima oleh komunikan. Jadi, untuk mengukur efektivitas komunikasi maka penelitian ini menggunakan teori Joseph A. Devito yang terdiri dari lima indikator yaitu:

---

<sup>6</sup> H. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), 33



1) Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan adalah sikap yang dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Hal ini tidaklah berarti bahwa orang harus segera membukakan semua riwayat hidupnya, tetapi rela membuka diri ketika orang lain menginginkan informasi yang diketahuinya. Dengan kata lain, keterbukaan adalah kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri informasi ini tidak bertentangan dengan asas kepatuhan.

Sikap keterbukaan ditandai adanya kejujuran dalam merespon segala stimulus komunikasi. Tidak berkata bohong dan tidak menyembunyikan informasi yang sebenarnya. Dalam proses komunikasi interpersonal, keterbukaan menjadi salah satu sikap yang positif. Hal ini disebabkan dengan keterbukaan, maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah dan dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.

2) Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain melalui kacamata orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka.

Empati akan menjadi filter agar kita tidak mudah menyalahkan orang lain. Namun kita dibiasakan untuk dapat memahami esensi setiap keadaan tidak semata berdasarkan cara pandang kita sendiri, melainkan juga menggunakan sudut pandang orang lain. Hakikat empati adalah usaha masing-masing pihak untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain dan dapat memahami pendapat, sikap dan perilaku orang lain.

3) Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan antar pribadi yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*Supportiveness*). Artinya masing-masing pihak yang

berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Oleh karena itu respon yang relevan adalah respon yang bersifat spontan dan lugas, bukan respon bertahan dan berkelit. Pemaparan gagasan bersifat deskriptif-naratif, bukan bersifat evaluatif. Sedangkan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif, bukan intervensi yang disebabkan tata percaya diri yang terlalu berlebihan.

4) Sikap Positif (*Positiveness*)

Sikap positif (*positiveness*) ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap, maksudnya adalah bahwa pihak- pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku, artinya bahwa tindakan yang dipilih adalah yang relevan dengan tujuan komunikasi antar pribadi atau interpersonal, yaitu secara nyata melakukan aktifitas untuk terjalannya kerjasama. Misalnya secara nyata membantu partner komunikasi untuk memahami pesan komunikasi, yaitu kita memberikan penjelasan memadai sesuai dengan karakteristik mereka.

Sikap positif dapat ditunjukkan dengan berbagai macam perilaku dan sikap, seperti menghargai orang lain, berpikiran positif terhadap orang lain, tidak menaruh curiga secara berlebihan dan sebagainya.

5) Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan (*equality*) adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga dan saling memerlukan. Memang secara alamiah ketika dua orang berkomunikasi antar pribadi tidak pernah tercapai suatu situasi yang menunjukkan kesetaraan atau kesamaan secara utuh diantara keduanya.

Kesetaraan yang dimaksud disini adalah berupa pengakuan atau kesadaran, serta kerelaan untuk menempatkan diri setara dengan partner komunikasi. Dengan demikian dapat dikemukakan indikator kesetaraan, meliputi adanya kepentingan yang berbeda, mengakui pentingnya kehadiran orang lain, tidak memaksakan kehendak, komunikasi dua arah,

saling memerlukan, suasana komunikasi terlihat akrab dan nyaman.

Dalam hal ini berarti efektivitas komunikasi santri dan ustadz adalah bagaimana cara ustadz dan santri dalam berkomunikasi ketika berada di kelas, sehingga komunikasi itu sama-sama tercapai tujuan dan maksudnya serta mampu memberikan perubahan yang baik.

g. Hambatan Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph De Vito ada empat jenis hambatan komunikasi serta contoh hambatan komunikasi antarpribadi, yaitu :

1. Physical noise

Hal ini bisa disebut juga dengan gangguan fisik. Physical noise adalah interferensi atau hambatan yang berada di luar komunikator dan komunikan. Gangguan ini menghalangi transmisi fisik dari sinyal atau pesan. Contoh gangguan fisik ini bisa berupa tulisan tangan yang tidak terbaca, ukuran huruf yang terlalu kecil sehingga sulit untuk dibaca, suara kendaraan yang terlalu bising, iklan pop-up, tata bahasa yang buruk, dan lain-lain. Gangguan fisik lainnya juga dapat berupa banyaknya informasi asing yang tidak diharapkan. Misalnya, spam pesan dalam email.

2. Physiological noise

Dalam bahasa Indonesia disebut dengan gangguan fisiologis. Gangguan atau hambatan fisiologis ini merupakan hambatan yang ada di dalam komunikator atau komunikan. Misalnya saja, pengirim atau penerima memiliki gangguan penglihatan seperti mata minus sehingga pandangan menjadi rabun, atau memiliki gangguan pendengaran. Selain itu bisa juga karena artikulasi saat berbicara tidak jelas atau hilang ingatan.

3. Psychological noise

Dengan kata lain gangguan psikologis. Gangguan ini adalah gangguan mental pada komunikator atau komunikan. Selain itu, gagasan yang sudah terbentuk, bias, prasangka, pikiran tertutup, dan emosi yang ekstrim merupakan wujud dari gangguan psikologis. Mungkin beberapa dari kita pernah merasakan berbicara dengan orang yang menolak mempercayai sesuatu yang baru. Hal ini karena ia memiliki pemikiran yang

tertutup. Ia tidak dapat menerima dengan mudah sesuatu yang belum ia percayai.

#### 4. Semantic noise

Gangguan semantik adalah gangguan yang terjadi ketika komunikator dan komunikan memiliki sistem makna yang berbeda. Misalnya saja ketika kedua pihak memiliki perbedaan bahasa atau dialektis, penggunaan jargon, istilah yang ambigu yang maknanya dapat disalahartikan. Contoh kasusnya ketika seorang anak suku Jawa menggunakan kata ganti Aku dan Kamu saat berbicara dengan teman sebaya yang baru dikenalnya. Ia menggunakan kata ganti Aku Kamu karena merasa itu adalah kata ganti yang sopan saat berbicara dengan orang yang baru dikenal. Namun, seorang anak dari suku Betawi akan merasa hal itu terlalu berlebihan. Mereka terbiasa menggunakan kata ganti Lo dan Gue.

Biasanya mereka menggunakan kata ganti Aku dan Kamu dengan orang-orang tertentu saja, misalnya pacar. Ketika keduanya anak ini berkomunikasi, timbul suatu hambatan karena mereka memiliki pemaknaan yang berbeda. Hambatan ini tentunya tidak terjadi pada semua suku Jawa dan Betawi. Sebagian dari mereka sudah saling mengerti dan memiliki wawasan yang luas akan makna kata-kata yang sering dipakai oleh keduanya.<sup>7</sup>

## 2. Ustadz dan Santri

### a. Pengertian Ustadz

Pengertian ustadz menurut J.S. Badudu dan Sutan Muhammad Zain adalah sebuah panggilan kepada seorang guru agama atau orang yang dihormati karena banyak pengetahuan agamanya. Berdasarkan pengertian istilah diatas maka yang dimaksud dengan pengertian ustadz dalam penulisan skripsi disini adalah orang yang mengajarkan ilmu-ilmu agama sekaligus sebagai Pembina dan pembimbing santri yang berada di TPA Al- Luqmaniyyah Umbulharjo Yogyakarta.

---

<sup>7</sup> Muskaf Al Firdaus *Analisis Hambatan Dan Strategi Komunikasi Antar Pribadi Anak Panti Asuhan Yatim Muhammadiyah Karanganyar*

## b. Pengertian Santri

Santri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang mendalami agama Islam, orang yang beribadah dengan sungguh-sungguh dan orang yang saleh. Sedangkan dalam istilah lain, santri berasal dari kata *cantrik* (dalam agama Hindu) yang berarti orang-orang yang ikut belajar dan mengembara dengan empu-empu ternama. Namun ketika diterapkan dalam agama Islam kata *cantrik* tersebut berubah menjadi santri berarti orang-orang yang belajar kepada para guru agama.<sup>8</sup>

Santri dapat diartikan sebagai kelompok *sosio religious*, yaitu hubungan mendasar antara masyarakat dengan agama. Bila hal ini terwujud, maka masyarakat akan terdorong ke dalam perhimpunan tersebut. Santri adalah murid yang belajar di pesantren. Seorang ulama bisa disebut sebagai kiai atau ustadz jika mengajar di sebuah pesantren atau memiliki pesantren dan santri yang tinggal untuk mendalami ilmu berdasarkan Al-Qur'an dan kitab kuning. Oleh karena itu, eksistensi kiai atau ustadz biasanya juga berkaitan dengan adanya santri di pesantrennya.

Santri terbagi menjadi dua yaitu santri mukim dan santri *kalong*. Santri mukim adalah murid yang berasal dari daerah yang jauh dan menetap di pesantren. Sedangkan santri *kalong* adalah murid yang tinggal tidak jauh dari lokasi berdirinya pesantren tersebut. Para santri *kalong* pergi ke pesantren ketika ada tugas belajar dan aktivitas pesantren lainnya. Sehingga dapat dipahami bahwa santri adalah murid yang belajar di pesantren dan didampingi oleh seorang kiai atau ustadz dengan tujuan untuk lebih mendalami ilmu agama Islam.

## 3. Religiusitas

### a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan, keyakinan, sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang

---

<sup>8</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), 20.



menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (being religious), dan bukan sekedar mengaku mempunyai agama (having religion). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial agama. Dalam islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan kata lain : iman, islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.

Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi di sini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.<sup>9</sup>

Religiusitas menurut islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an dalam surat Al-Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu”*.

Menurut Nasution religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut. Lebih lanjut, Ancok dan Nashori mengungkapkan religiusitas memiliki lima dimensi, pertama akidah, yaitu tingkat keyakinan seorang Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agama Islam. Kedua syariah, yaitu tingkat kepatuhan Muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan dalam agama Islam. Ketiga akhlak, yaitu tingkat perilaku seorang Muslim berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam, bagaimana

---

<sup>9</sup> Evi Aviyah, Muhammad Farid, “Religiusitas Kontrol Diri dan kenakalan Remaja”, *Jurnal Psikologi Indonesia* 2014, Vol. 3, No. 02, 126-129.

berealisasi dengan dunia beserta isinya. Keempat pengetahuan agama, yaitu tingkat pemahaman Muslim terhadap ajaran-ajaran agama Islam, sebagaimana termuat dalam al-Qur'an. Kelima penghayatan, yaitu mengalami perasaan-perasaan dalam menjalankan aktivitas beragama dalam agama Islam. Konsep dimensi-dimensi religisuitas yang diungkapkan Ancok dan Nashori, menggambarkan konsep religisuitas menurut agama Islam.

Delener dalam Esso dan Dibb menyatakan bahwa religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini didasari atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar keimanan mereka.<sup>10</sup> Secara definitif, menurut Harun Nasution agama adalah:

- 1) Pengakuan terhadap adanyahubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi.
  - 2) Pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia.
  - 3) Mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada diluar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia.
  - 4) Kepercayaan pada suatu kekuatan gaib yang menimbulkan cara hidup tertentu.
  - 5) Suatu sistem tingkah laku yang berasal dari suatu kekuatan gaib.
  - 6) Pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada kekuatan gaib.
  - 7) Pemujaan terhadap kekuatan gaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan terhadap kekuatan misterius yang terdapat dalam alam sekitar manusia.
  - 8) Ajaran-ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang rasul.
- b. Komponen-komponen Religiusitas

Seperti telah disinggung pada bagian sebelumnya, rasa takut manusia terhadap fenomena alam, pada suara guruh yang menggetarkan, atau dengan luasnya bentangan laut dan ombak yang menggulung serta gejala-gejala alamiah lainnya,

---

<sup>10</sup> Muhammad Nasrullah, Islamic Branding, "Religisuitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk", *Jurnal Hukum Islam* Vol. 13 No. 2, Desember 2015, 82.

pada hakikatnya dapat dikatakan sebagai akibat sekaligus produk dari rasa takut itu sendiri. Pandangan tentang rasa takut ini tentunya sejalan dengan ungkapan Lucretius, seorang filsuf Yunani, yang menyebutkan bahwa nenek moyang pertama para dewa ialah Dewa Ketakutan.

Konsep Koentjaraningrat mengenai dasar-dasar agama sebagai produk rasa takut ini, digambarkannya dalam 4 (empat) komponen yang sekaligus merupakan sistem dari tiap-tiap religiusitas, yaitu:

- 1) Emosi keagamaan yang menyebabkan manusia itu bersifat religius.
- 2) Sistem keyakinan yang mengandung segala keyakinan dan bayangan manusia tentang sifat-sifat Tuhan, tentang wujud dari alam Ghaib, serta segala nilai, norma dan ajaran dari religi yang bersangkutan.
- 3) Sistem ritus dan upacara yang merupakan usaha manusia untuk mencari hubungan dengan Tuhan, dewa dewa dan makhluk-makhluk halus yang mendiami alam Ghaib.
- 4) Umat atau kesatuan sosial yang menganut sistem keyakinan tersebut dan melaksanakan sistem ritus dan upacara tersebut.<sup>11</sup>

Keempat komponen tersebut sudah barang tentu terjalin erat satu dengan yang lain menjadi suatu sistem yang terintegrasi secara bulat. Emosi keagamaan merupakan suatu getaran yang menggerakkan jiwa manusia. Karena getaran jiwa yang disebut emosi keagamaan tadi bisa juga dirasakan seseorang individu dalam keadaan sendiri, maka suatu aktifitas religius dapat dilakukan seorang diri dalam keadaan sunyi senyap, sehingga dia membayangkan Tuhan, Dewa atau lainnya. Wujud dari bayangan tadi akan dipengaruhi oleh kepercayaan-kepercayaan yang lazim hidup dalam masyarakat dan kebudayaannya.

Sistem keyakinan dalam suatu religi dijiwai oleh emosi keagamaan, tetapi sebaliknya emosi keagamaan juga bisa dikobarkan oleh sistem kepercayaan. Seseorang pemeluk Islam yang mencium batu Hajar aswad, bisa merasakan emosi dalam dirinya. Padahal orang lain yang bukan Islam mencium hajar aswad tidak merasakannya. Dengan demikian, suatu

---

<sup>11</sup> Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentaliet dan Pembangunan* (Jakarta: PT. Gramedia, 1974), 138.

keyakinan akan menyebabkan timbulnya emosi keagamaan dalam jiwa individu.

c. Faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas seseorang terwujud melalui komitmen seseorang tersebut setia terhadap agamanya. Dalam agama terkandung ikatan yang harus dipatuhi dan harus dilaksanakan oleh setiap manusia. Oleh karena itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan yang meliputi:<sup>12</sup>

- 1) Pengaruh pendidikan dan berbagai tekanan sosial, Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orangtua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.
- 2) Faktor Pengalaman, berkaitan dengan pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.
- 3) Faktor Kehidupan, berkaitan dengan kebutuhan keselamatan, cinta kasih, harga diri dan kebutuhan akan adanya ancaman kematian.
- 4) Faktor Intelektual, berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

d. Dimensi-dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Strak dalam bukunya Djamaludin Ancok menyebutkan ada lima macam dimensi keberagamaan yaitu:

- 1) Dimensi Keyakinan (Ideologis)
  - a) Keyakinan kepada Allah
  - b) Keyakinan kepada malaikat
  - c) Keyakinan kepada rasul/nabi
  - d) Keyakinan kepada kitab Allah
  - e) Keyakinan kepada surga dan neraka
  - f) Keyakinan kepada qodho dan qodar
- g) Dimensi ibadah/ praktik agama (ritualistik)
  1. Melaksanakan shalat, puasa, dan haji (bila berkemampuan)
  2. Membaca Al-Qur'an
  - 3) Menganjurkan doa
3. Dimensi penghayatan (eksperiensial)
  - (a) Merasa dekat dan dicintai Allah

---

<sup>12</sup> Sayyidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapat dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswa Darushalihat*, Jurnal pendidikan dan Ekonomi, Vol.7, Nomor 3 (2018). 25.

- (b) Merasa doanya sering dikalbulkan
- (c) Merasa tenang dan bahagia karena menuhankan Allah
- (d) Dimensi pengetahuan agama (intelektual)

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan penulis.

1. Penelitian yang dilakukan Muhammad Tahzinus Showwam tahun 2005, “Efektifitas Komunikasi Ustadz dan Santri Pondok Modern As-salam Kranggan Temanggung”. Penelitian membahas tentang proses komunikasi yang dilakukan seorang ustadz atau wali santri dengan santrinya, pandangan santri terhadap wali kelasnya serta pandangan wali kelas terhadap santrinya di Pondok Modern “As-salam” Kranggan Temanggung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitiannya yang pertama adalah komunikasi yang terjadi antara wali kelas dan santri telah mampu berjalan dengan baik dan menciptakan perkembangan dari segala sesuatunya. Kemudian yang kedua adalah santri mempunyai pandangan yang baik pada wali kelas, diketahui dari kepercayaan yang cukup baik dari segi keahliannya dalam menangani kelas serta dalam mengajar. Skripsi ini hampir sama dengan skripsi penulis yaitu sama-sama membahas tentang efektivitas komunikasi santri dengan ustadznya, akan tetapi dalam skripsi penulis membahas efektivitas komunikasi interpersonal ustadz dan santri dalam menumbuhkan minat membaca Al-Qur’an.<sup>13</sup>
2. Penelitian yang dilakukan Sri Hartatik tahun 2006, “Efektifitas Komunikasi Dakwah Bil Lisan di Majelis Ta’lim Jama’ah Hajin Ar Rohmah Purworejo”. Penelitian ini membahas tentang efek komunikasi yang dilakukan seorang da’i terhadap jama’ahnya di Majelis Ta’lim Jama’ah Haji Ar Rohmah Purworejo. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yang pertama adalah proses komunikasi yang berjalan dalam pelaksanaan dakwah bil lisan di Majelis Ta’lim

---

<sup>13</sup> Muhammad Tahzinus Showwam, “Efektifitas Komunikasi Ustadz dan Santri Pondok Modern As-salam Kranggan Temanggung”. 2005.



Jama'ah Haji Ar Rohmah Purworejo menunjukkan berfungsinya prinsip-prinsip komunikasi sehingga dapat berjalan secara efektif. Kemudian yang kedua adalah respon positif mad'u terhadap proses komunikasi dakwah bil lisan dalam pengajian tersebut ditandai dengan tingginya antusias para jama'ah untuk menghadiri pengajian tersebut. Penelitian ini sangat berkaitan dengan Penelitian yang akan disusun teliti, akan tetapi objeknya berbeda yaitu berkaitan dengan efektivitas komunikasi interpersonal ustadz dan santri di TPQ Hidayatus Shibyan Jekulo Kudus.

3. Penelitian yang dilakukan Amin Bachtiar Rizqi 2013<sup>14</sup>, "Efektifitas Komunikasi Santri melalui Media Facebook Tentang Ilmu Keagamaan di Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif yakni menguraikan dan menggambarkan seberapa jauh efektifitas komunikasi yang terjadi pada media facebook yang dilakukan oleh santri di Pondok Pesantren Al luqmaniyyah Yogyakarta dengan cara mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan angket. Hasil penelitian tersebut menunjukkan proses komunikasi santri tentang ilmu keagamaan dalam facebook di Pondok Pesantren Al luqmaniyyah Yogyakarta, telah menunjukkan berlangsungnya prinsip-prinsip komunikasi sehingga dapat berjalan secara efektif. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama- sama meneliti efektifitas komunikasi. Perbedaan jenis penelitian tersebut terdapat dua penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif, sedangkan jenis penelitian peneliti hanya penelitian kualitatif.

---

<sup>14</sup> Amin Bachtiar Rizqi, "Efektifitas Komunikasi Santri melalui Media Facebook Tentang Ilmu Keagamaan di Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah". UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir dapat digunakan sebagai acuan atau pedoman agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

