

EFEKTIFITAS KOMUNIKASI PERSUASIF PENYULUH AGAMA ISLAM DALAM PEMBINAAN MAJELIS TAKLIM KOTA LANGSA

Ahmad Thamrin Sikumbang¹, Erwan Effendy², Ulfa Husna³

¹Dosen Pascasarjana UIN Sumatera Utara

²Dosen Pascasarjana UIN Sumatera Utara

³Mahasiswa Pascasarjana UIN Sumatera Utara Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Abstrak; Tujuan penelitian ini untuk, 1) mengetahui proses efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyuluh agama Islam dalam pembinaan Majelis Taklim Kota Langsa, 2) mendeskripsikan efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyuluh agama Islam dalam pembinaan Majelis Taklim Kota Langsa, dan 3) mengetahui hambatan dalam komunikasi persuasif penyuluh agama Islam Kota Langsa. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori perubahan sikap (*attitude change theory*). Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Proses efektivitas komunikasi persuasif penyuluh agama Islam dilakukan dengan memperhatikan kredibilitas komunikator, menggunakan bahasa daerah, persuasi dalam konteks verbal dan nonverbal, pemilihan pesan, penguasaan referensi, dan penggunaan media. Dalam konteks verbal, penyuluh menerapkan prinsip-prinsip komunikasi Islam. Seperti perkataan lemah lembut, perkataan yang baik, perkataan yang benar dan perkataan yang berbekas di jiwa. Efektivitas komunikasi persuasif penelitian ini bahwa, terjadi perubahan pada masyarakat, seperti: meningkatnya jumlah jamaah pada setiap pengajian majelis taklim, masyarakat sudah mulai untuk mengamalkan apa yang disampaikan penyuluh, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjaga anak remaja dari pergaulan bebas, masyarakat sudah mulai memakmurkan mesjid. Hambatan pada komunikasi persuasif, seperti: hambatan sosio-antropologis, hambatan semantis, hambatan mekanis dan hambatan ekologis.

The purpose of this study is to: 1) find out the process of the effectiveness of persuasive communication carried out by Islamic instructors in the formation of Majelis Taklim Kota Langsa, 2) describe the effectiveness of persuasive communication carried out by Islamic instructors in the development of the Langsa City Taklim Assembly, and 3) find the obstacles in persuasive communication with the extension of the Islamic religion of the City of Langsa. The theory used in this study is the theory of attitude change (*attitude change theory*). The study was conducted using qualitative research methods with a descriptive approach. The process of the persuasive communication effectiveness of Islamic religious instructors is carried out by paying attention to communicator creations, using regional language, persuasion in the context of verbal and nonverbal, message selection, reference mastery, and media use. In the verbal context, the instructor applies the principles of Islamic communication. Such as gentle words, good words, right words and words that remain in the soul. The persuasive communication effectiveness of this study is that there is a change in society, such as: the increasing number of pilgrims at each ta'lim prayer assembly, the community has begun to practice what the instructors have said, increasing public awareness to keep teenagers from free association, the community has begun to prosper the mosque. Barriers to persuasive communication, such as: socio-antropological barriers, semantic barriers, mechanical barriers and ecological barriers

Kata Kunci: Efektifitas, Komunikasi dan Majelis Taklim

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Setiap kegiatan manusia, baik itu aktifitas sehari-hari, organisasi, lembaga, dan sebagainya tidak akan pernah terlepas dari komunikasi, sehingga dapat dipastikan dimana manusia hidup baik sebagai individu maupun anggota masyarakat selalu berkomunikasi. Mengapa demikian? Karena komunikasi merupakan kebutuhan hidup manusia. Tidak mungkin seseorang dapat menjalani hidupnya tanpa berkomunikasi dan komunikasi itu sendiri merupakan unsur penting yang membentuk dan memungkinkan berlangsungnya suatu masyarakat.¹

Komunikasi merupakan dasar dari seluruh interaksi manusia, karena tanpa komunikasi, interaksi atau hubungan antar manusia baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin terjadi. Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dinamis, berlangsung secara timbal balik antara komunikator dengan komunikan secara terus menerus saling memberi dan menerima pengaruh dampak dari komunikasi tersebut.

Menurut Knapp dan Vangelisti yang dikutip oleh Alo Liliweri² dalam bukunya *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya* ada beberapa point yang menyimpulkan bahwa orang harus berkomunikasi, karena itu orang harus berbicara;

- 1) Orang bicara tentang relasi mereka dalam *pekerjaan*, bagaimana mereka terlibat, bagaimana kebutuhan untuk menyatakan tenaganya;
- 2) Orang bicara tentang *komitmen* yang berkaitan dengan relasi. Komitmen merupakan kondisi awal dari sebuah relasi;
- 3) Orang bicara tentang relasi sebagai keterlibatan, terlibat bersama kuantitatif maupun kualitatif dalam percakapan, dialog, membagi pengalaman;
- 4) Orang bicara tentang relasi dalam istilah manipulasi, misalnya bagaimana saling mengawasi;
- 5) Orang bicara tentang relasi dalam istilah untuk mempertimbangkan dan memperhatikan.

Kemajuan teknologi membuat masyarakat sangat mudah memperoleh informasi dari berbagai media. Informasi yang diperoleh baik informasi positif maupun informasi negatif. Dalam hal inilah sangat dibutuhkan pengetahuan agama yang baik bagi setiap masyarakat. Agar mereka dapat membentengi diri mereka dari segala bentuk informasi negatif yang mereka peroleh.

Agama memiliki kedudukan dan peran yang sangat penting bagi seluruh kehidupan manusia. Karena agama dapat memberikan tuntunan agar manusia dapat selamat dalam menjalani kehidupan baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu agama merupakan hal yang esensial bagi kehidupan manusia.

Upaya dalam membentuk masyarakat yang bermoral dan bertaqwa, pemerintah membentuk Penyuluh Agama Islam. Penyuluh Agama Islam merupakan salah satu mitra Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam sekaligus sebagai ujung tombak dalam pelaksanaan tugas membimbing umat Islam dalam mencapai kehidupan yang bermutu dan sejahtera lahir dan batin. Penyuluh agama adalah pendidik yang memberikan pencerahan keagamaan pada umat yang tidak dibatasi oleh waktu dan ruang.

Penyuluh agama sebagai salah satu dari sekian banyak juru penerang penyampai pesan bagi masyarakat mengenai prinsip-prinsip dan etika nilai keagamaan yang senantiasa menyeru kepada kebaikan dan penerus dalam menyampaikan kebenaran. Perintah untuk menjalankan dakwah memang adalah kewajiban umat manusia, terlebih mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari yang munkar (*amar ma'ruf nahi munkar*). Hal ini sebagai landasan filosofis keberadaan penyuluh agama Islam yang terdapat dalam QS Ali Imran ayat 104 berikut:

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada

kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung."³

Keberadaan penyuluh agama Islam di Indonesia beriringan dengan kebutuhan negara yang ingin mensosialisasikan program pembangunan dengan menggunakan bahasa agama, terutama pada periode Orde Baru. Di dalam salah satu pidato kenegaraannya pada tanggal 16 Agustus 1976, presiden Soeharto menyatakan "semakin meningkat dan meluasnya pembangunan, maka agama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa dari masyarakat kita harus makin dimasyarakatkan dalam kehidupan, baik dalam hidup orang seorang maupun dalam hidup sosial kemasyarakatan".⁴

Penyuluh agama adalah pembimbing umat beragama dalam rangka pembinaan mental, moral dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koordinator Bidang Pengawasan Pembangunan dan Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 54/KEP/MK. WASPAN/9/1999 penyuluh agama adalah Pegawai Negeri Sipil yang diberi tugas, tanggung jawab, wewenang dan hak secara penuh oleh yang berwenang untuk melakukan bimbingan dan penyuluhan agama dan pembangunan kepada masyarakat melalui bahasa agama.⁵

Permasalahan timbul ketika penyuluh menghadapi berbagai karakter masyarakat. Setiap penyuluh memiliki kemampuan yang berbeda. Ada penyuluh yang memang sudah berpengalaman dan ada yang tidak memiliki pengalaman sama sekali. Bagi penyuluh yang berpengalaman, dalam menghadapi masyarakat penyuluh tersebut sudah biasa. Tetapi penyuluh yang tidak memiliki pengalaman kesulitan dalam menghadapi masyarakat.

Masyarakat menganggap bahwa penyuluh tidak layak memberikan pembinaan kepada mereka di karenakan penyuluh tersebut masih terlalu muda dan tidak memiliki pengalaman. Mereka juga menganggap bahwa penyuluh tidak mempunyai cukup ilmu dalam penyampaian materi saat pengajian. Hal ini berdampak pada berkurangnya minat masyarakat mengikuti pengajian yang diisi oleh penyuluh.

Penyuluh dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, penyuluh menggunakan teknik komunikasi persuasif. Hal ini sesuai dengan pedoman yang terdapat pada buku *Pedoman Penyuluh Agama Islam Non PNS Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam*. Karena teknik ini digunakan dengan cara membujuk, mengajak dan meyakinkan masyarakat untuk memengaruhi pemikiran serta mengubah sikap dan perilakunya ke arah lebih baik yang diinginkan penyuluh. Teknik komunikasi persuasif dilakukan melalui tatap muka, karena penyuluh mengharapkan tanggapan khusus dari masyarakat.⁶

Komunikasi yang dilakukan oleh penyuluh agama harus efektif. Apabila komunikasi efektif dapat dilaksanakan, maka komunikasi tersebut akan mempunyai makna dan nilai sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Keefektifan juga ditentukan oleh tujuan komunikasi yang dijalankan. Komunikasi efektif akan tercapai bila proses yang terjadi dilakukan secara sadar dengan mengenali hambatan dan potensi serta menyiapkan pemecahan masalahnya.

Kesuksesan proses komunikasi tergantung pada komunikator. Maka dari itu seorang komunikator harus mampu berkomunikasi dengan baik. Karena komunikan tidak akan dapat menerima atau memahami komunikasi yang disampaikan oleh komunikator dengan baik apabila komunikatornya tidak mampu dalam melakukan proses komunikasi dengan baik. Semua informasi pun tidak dapat diterima oleh komunikan.

Kajian Teoretis

A. Efektivitas Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Berbicara tentang pengertian komunikasi, tidak ada pengertian yang benar ataupun yang salah, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang mendefinisikan dan mengevaluasinya. Syaiful Rohim menyatakan; beberapa pengertian komunikasi terlalu sempit, seperti komunikasi adalah

“penyampian pesan”, ataupun terlalu luas, seperti “komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk”. Sehingga pelaku komunikasi tersebut dapat termasuk hewan, tumbuhan bahkan jin.⁷

Ada beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli, diantaranya:

- a. Menurut Dennis Murphy yang dikutip oleh Kadar Nurjaman dalam *Komunikasi dan Public Relation*, komunikasi adalah seluruh proses yang digunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain.⁸
- b. Menurut Himstreet dan Bity yang dikutip oleh Djoko Purwanto dalam *Komunikasi Bisnis*, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan.⁹
- c. Menurut Onong Uchjana dalam *Dinamika Komunikasi*, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.¹⁰

Suprpto dalam bukunya *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, menjelaskan langkah-langkah proses komunikasi sebagai berikut:

- a. Langkah pertama, ide/gagasan diciptakan oleh sumber/komunikator.
- b. Langkah kedua, ide yang diciptakan tersebut kemudian dialih bentukkan menjadi lambang-lambang komunikasi yang mempunyai makna dan dapat dikirimkan.
- c. Langkah ketiga, pesan yang sudah di-*encoding* tersebut selanjutnya dikirimkan melalui saluran/media yang sesuai dengan karakteristik lambang-lambang komunikasi yang ditujukan kepada komunikan.
- d. Langkah keempat, penerima menafsirkan isi pesan sesuai dengan persepsinya untuk mengartikan maksud pesan tersebut.
- e. Langkah terakhir, apabila pesan tersebut telah berhasil di-*decoding*, khalayak akan mengirim kembali pesan tersebut ke komunikator.¹¹

Definisi mengenai komunikasi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain untuk memperoleh *feed back* atau umpan balik.

2. Efektivitas Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan antara *input* dan *outputnya*.¹² Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sesuatu yang efektif bila mencapai tujuan tertentu. Dikatakan efisien bila hal ini memuaskan sebagai pendorong mencapai tujuan, terlepas apakah efektif atau tidak.

Menurut Kadar Nurjaman, terdapat lima aspek dalam membangun komunikasi yang efektif:

- a. Kejelasan (*clarity*), bahasa, pesan ataupun informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus jelas. Sehingga tidak akan terjadi salah penafsiran makna dari pesan yang disampaikan.
- b. Ketepatan (*accuracy*), bahasa dan informasi yang disampaikan harus betul-betul akurat alias tepat dan benar. Benar, artinya sesuai dengan hal yang ingin disampaikan.
- c. Konteks (*contex*), bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan tempat komunikasi itu terjadi.
- d. Alur (*flow*), keruntutan alur bahasa dan informasi sangat berarti dalam menjalin komunikasi yang efektif.
- e. Budaya (*culture*), aspek ini tidak saja menyangkut bahasa dan informasi, tetapi juga tatakrama

atau etika. Misalnya, bersalaman dengan satu tangan bagi orang Sunda mungkin terkesan kurang sopan, tetapi bagi etnis lain, hal tersebut biasa saja.¹³

Efektif tidaknya sebuah komunikasi bisa kita lihat dengan indikator sebagai berikut:

- a. Perbedaan persepsi
- b. Reaksi emosional, emosi ini bisa dalam bentuk marah, benci, mempertahankan persepsi yang akan berpengaruh dalam memahami pesan yang sedang disampaikan kepada komunikan.
- c. Ketidak-konsistenan komunikasi verbal dan non verbal yaitu, mencakup semua stimulus dalam suatu peristiwa komunikasi baik yang dihasilkan manusia maupun lingkungan.
- d. Kecurigaan, seorang komunikan mempercayai atau mencurigai suatu pesan pada umumnya merupakan fungsi kredibilitas dari pengiriman dan pemikiran dari penerima pesan.¹⁴

Menurut Suharsono dalam bukunya *Komunikasi Bisnis*, bahwa ada beberapa kriteria dan faktor-faktor yang berpengaruh pada efektivitas komunikasi, yaitu:

- a. Memiliki pengalaman dan kerangka acuan yang sama (*frame of reference*).
Dalam seluruh proses komunikasi yang mencakup masyarakat, komunikasi akan lebih efektif bila antara komunikator dan komunikan memiliki berbagai kesamaan acuan dan pengalaman. Karena jika saling memiliki acuan dan pengalaman yang sama, maka komunikasi lebih mudah dimengerti.
- b. Dimensi waktu.
Bahwa dimensi waktu itu sangat penting dalam komunikasi. Hal ini dikarenakan kita hidup dalam waktu dan komunikasi dalam waktu juga. Waktu juga sangat berdampak pada keberhasilan komunikasi, karena tergantung pada waktu dan saat kapan komunikasi itu berlangsung.
- c. Tanggap terhadap umpan balik/*feedback*.
Komunikasi interpersonal dan kelompok besar maupun kecil, komunikasi akan berhasil apabila komunikator dapat menanggapi umpan balik yang terjadi. Hal ini penting untuk mengetahui respons atau sikap komunikan dalam proses komunikasi itu.¹⁵

3. Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah halangan, rintangan, atau gangguan yang terjadi ketika proses komunikasi berlangsung. Dalam praktik berkomunikasi biasanya seseorang akan menghadapi berbagai macam hambatan yang jika tidak ditanggulangi secara tepat akan membuat proses komunikasi menjadi sia-sia karena pesan tidak tersampaikan dengan tepat.

Dalam buku *Komunikasi Bisnis*, ada beberapa kemungkinan hambatan dari proses komunikasi, yaitu:

- a. Hambatan Pesan
Komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikator harus jelas menyampaikan isi dari pesan tersebut sehingga mudah dimengerti.
- b. Kesulitan Pada Komunikan
Dalam proses terjadinya komunikasi, komunikan pada dasarnya adalah pihak yang menerima pesan. Komunikasi akan berhasil apabila terdapat respons dari komunikan yang sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator..
- c. Kesulitan Pada Media Komunikasi
Kesulitan yang dimaksud disini, ialah kesulitan pada penyampaian komunikasi yang menggunakan media. Dikarenakan belum meratanya kualitas dan sarana pelayanan media komunikasi pada setiap daerah.

Selain gangguan yang sudah dijelaskan diatas, ada beberapa faktor yang menyebabkan hambatan komunikasi. Faktor-faktor tersebut dijelaskan Onong Uchjana pada bukunya *Dinamika Komunikasi*, yaitu:

a. Hambatan Sosio-anthro-psikologis

Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi misalnya komunikan yang masih trauma karena tertimpa musibah bencana alam. Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika proses penyampaian pesan sedang berlangsung, karena situasi amat berpengaruh pada kelancaran proses komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.

b. Hambatan Semantis

Jika hambatan sosio-anthro-psikologis terdapat pada diri komunikan, maka hambatan semantis ini terdapat pada diri komunikator. Hambatan semantis ini menyangkut bahasa yang digunakan komunikator. Demi kelancaran komunikasinya, seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis ini, sebab jika terjadi salah pengucapan atau salah dalam menulis dapat menimbulkan salah pengertian atau salah tafsir yang pada akhirnya dapat menimbulkan salah komunikasi.

c. Hambatan Mekanis

Hambatan mekanis ini dijumpai pada media yang digunakan dalam proses komunikasi. Misalnya cetakan huruf pada koran yang buram, suara telepon yang tidak jelas, suara yang hilang timbul pada siaran radio, gambar yang tiba-tiba bermasalah pada siaran televisi, serta gangguan lainnya yang terjadi pada media.

d. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis ini terjadi disebabkan oleh lingkungan terhadap proses terjadinya komunikasi. Seperti suara kebisingan lalu lintas atau suara riuh orang-orang didekat terjadinya proses komunikasi sedang berlangsung. Hal ini dapat dicegah oleh komunikator, dengan cara menjauhkan proses komunikasi dari tempat yang dianggap dapat mengganggu proses komunikasi tersebut.¹⁶

4. Upaya Mengatasi Hambatan Komunikasi

Setiap hambatan yang terdapat pada komunikasi pasti ada jalan keluar untuk meminimalisir hambatan tersebut. Seperti yang disebutkan oleh Gito Sudarmo dan I Nyoman Sudita dalam bukunya *Perilaku Keorganisasian*, untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam komunikasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan umpan balik, untuk mengetahui apakah pesan atau informasi telah diterima, dipahami dan dilaksanakan atau tidak.
- 2) Empati, penyampaian pesan disesuaikan dengan keadaan penerima.
- 3) Pengulangan, untuk menjamin bahwa pesan dapat diterima.
- 4) Menggunakan bahasa yang sederhana, agar setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan.
- 5) Penentuan waktu yang efektif, pesan yang disampaikan pada saat penerima siap menerima pesan.
- 6) Mendengarkan secara efektif, sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik.
- 7) Mengatur arus informasi, komunikasi harus diatur mutunya, jumlah dan cara penyampaiannya.¹⁷

Hambatan yang terjadi pada proses komunikasi dapat diminimalisir atau bahkan dapat diatasi oleh komunikator dan komunikan. Dari yang disebutkan di atas dapat disimpulkan agar hambatan komunikasi dapat diminimalisir atau diatasi oleh komunikator dan komunikan dengan selalu belajar untuk menjadi komunikator dan komunikan yang baik, selalu memberikan pesan yang baik dan memberikan umpan balik pada pesan yang diterima dengan baik.

B. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi dimana terdapat usaha untuk meyakinkan

orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya.¹⁸ Komunikasi ini bertujuan menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasinya harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya.

Proses komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu faham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan, kegiatan dan lain-lain. Menurut Widjaja dalam bukunya *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, komunikasi persuasif ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan oleh komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya atau tanpa kekerasan.¹⁹

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesan baik secara verbal maupun non verbal untuk mempengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan perilaku orang lain/kelompok (komunikan) dengan cara membujuk tanpa paksaan dan kekerasan.

2. Prinsip-prinsip Persuasif

Ada beberapa prinsip-prinsip persuasif, hal ini dikemukakan oleh Littlejohn dan Jabusch yang dikutip oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *Komunikasi Antarmanusia*, yaitu:

1) Prinsip Pemaparan Selektif

Para pendengar (khalayak) mengikuti hukum pemaparan selektif. Hukum ini setidaknya memiliki dua bagian:

- a. Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan, dan perilaku mereka.
- b. Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai, dan perilaku mereka yang sekarang

2) Prinsip Partisipasi Khalayak

Persuasi akan berhasil bila khalayak berpartisipasi secara aktif dalam presentasi. Implikasinya, persuasif adalah proses transaksional. Proses ini melibatkan baik pembicara maupun pendengar.

3) Prinsip Inokulasi

Persis seperti menyuntikkan sejumlah kecil kuman ke dalam tubuh yang akan membuat tubuh mampu membangun sistem kekebalan, menyajikan kontra-argumen dan kemudian menjelaskan kelemahannya akan memungkinkan khalayak mengebalkan diri mereka sendiri terhadap kemungkinan serangan atas nilai dan kepercayaan mereka.

4) Prinsip Besaran Perubahan

Makin besar dan makin penting perubahan yang ingin dihasilkan atas diri khalayak, makin besar sukar tugasnya. Manusia berubah secara berangsur. Persuasi, karenanya paling efektif bila diarahkan untuk melakukan perubahan kecil dan dilakukan untuk periode waktu yang cukup lama.²⁰

Dengan pemaparan prinsip-prinsip persuasif di atas, proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dalam merubah sikap khalayak dapat berhasil dengan baik, jika komunikator dapat memanfaatkan prinsip-prinsip persuasif dalam setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan.

C. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.²¹ Komunikasi interpersonal merupakan hubungan antar pribadi manusia yang memainkan peran penting dalam membentuk kehidupan masyarakat, terutama ketika hubungan antar pribadi itu mampu memberikan dorongan kepada orang tertentu yang berhubungan dengan

perasaan, pemahaman informasi, dukungan dan berbagai komunikasi yang mempengaruhi citra diri orang serta membantu orang untuk memenuhi harapan-harapan yang lain.²²

Meskipun komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari namun tidak mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak, sebagai layaknya konsep dalam ilmu sosial lain, komunikasi interpersonal juga mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi:

- 1) Menurut Agus M. Harjana, komunikasi interpersonal yaitu interaksi tatap muka antar dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi pesan secara langsung.²³
- 2) Menurut Wiryanto, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.²⁴
- 3) Menurut Suranto, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang yang bersifat dialogis, serta komunikator dapat mengetahui secara pasti komunikasinya berhasil atau tidak.²⁵

2. Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Menurut Maria Assumpta dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relation*, menjelaskan ada beberapa poin yang harus dipenuhi agar efektivitas komunikasi interpersonal tercapai,, yaitu:

- a. Adanya kesamaan dan kepentingan komunikator dengan komunikan,
- b. Adanya sikap yang mendukung dari kedua belah pihak,
- c. Sikap positif, atinya pikiran atau ide yang diutarakan dapat diterima sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak,
- d. Sikap keterbukaan yang ditampilkan oleh kedua belah pihak,
- e. Masing-masing pihak mencoba, menempatkan diri pada mitra wicaranya.²⁶

Komunikasi adalah syarat penting dalam hubungan komunikator dengan komunikan. Komunikasi interpersonal mempunyai efek besar dalam hal mempengaruhi orang lain terutama perindividu. Hal ini disebabkan pihak yang terlibat dalam komunikasi bertemu secara langsung tanpa menggunakan alat media jadi tidak ada jarak antara komunikator dan komunikan.²⁷

3. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Ada beberapa tujuan yang terdapat di dalam komunikasi interpersonal, yaitu:

- 1) Mengungkapkan perhatian kepada orang lain
Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar partnernya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian untuk orang lain dan untuk menghindari pesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup atau cuek.
- 2) Menemukan diri sendiri
Artinya seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain bila terlibat komunikasi interpersonal dengan orang lain, maka terjadi proses belajar banyak sekali tantangan diri dan orang lain.
- 3) Menemukan dunia luar
Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan berbagai informasi dari orang lain, termasuk yang terpenting dan aktual. Jadi komunikasi interpersonal diperoleh dari informasi, dengan informasi itu dapat dikenali dan diketahui dunia luar yang sebelumnya tidak diketahui.
- 4) Membantu dan menjaga hubungan yang harmonis membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

- 5) Mengubah sikap dan tingkah laku
Dengan komunikasi interpersonal dapat mengubah sikap dan tingkah laku untuk menjadi yang lebih baik.²⁸
4. Fungsi Komunikasi Interpersonal
 - 1) Untuk mendapatkan respon dan umpan balik. Hal ini sebagai salah satu tanda efektivitas poses komunikasi
 - 2) Untuk melakukan antisipasi yaitu mengevaluasi respon atau umpan balik apakah lawan bicara merasa senang atau kurang nyaman sewaktu diajak bicara
 - 3) Untuk melakukan kontrol terhadap lingkungan sosial yaitu dapat melakukan modifikasi perilaku seseorang dengan cara persuasi.²⁹

D. Prinsip Komunikasi

Prinsip komunikasi dalam Islam ini menunjukkan bahwa setiap komunikasi yang akan disampaikan hendaknya dipersiapkan dengan sungguh-sungguh agar meminimalisir kegagalan dalam berkomunikasi. Ada enam prinsip berkomunikasi dalam Islam, yakni;

a. *Qaulan Sadida* (QS An Nisaa' ayat 09)

*[Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.]*³⁰

Qaulan sadida berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Kalimat ini mengandung arti pembicaraan yang benar, jujur, konsisten dan terkendali. Ada juga yang menafsirkan *qaulan sadida* dengan ucapan yang sesuai antara yang lahir dan yang bathin. Termasuk ucapan yang mampu mendamaikan antara orang-orang yang bertikai.

b. *Qaulan Baligha* (QS An Nisaa' ayat 63)

*[Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.]*³¹

Kata baligh dari bahasa Arab berarti sampai, mengenai sasaran, atau mencapai tujuan. Apabila dikaitkan dengan qaul (ucapan atau komunikasi), maka baligh berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu, prinsip *qaulan baligha* dapat diartikan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.

c. *Qaulan Ma'rufa* (QS Al Ahzab ayat 32)

*[Hai isteri-isteri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah Perkataan yang baik.]*³²

Allah menggunakan frase ini ketika berbicara tentang kewajiban orang-orang kaya atau kuat terhadap orang-orang miskin atau lemah. *Qaulan ma'rufa* berarti pembicaraan yang bermanfaat memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan kepada orang lemah, jika kita tidak dapat membantu secara material, kita harus dapat membantu psikologi.

d. *Qaulan Karima* (QS Al Israa' ayat 23)

[Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang

*di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia.*³³

Qaulan karima adalah ucapan yang halus dan lembut. Komunikasi ini pada dasarnya meliputi seluruh prinsip komunikasi efektif, dimana dalam komunikasi *qaulan karima* harus menampakkan sikap jujur, sopan, benar serta bermanfaat baik dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara sehingga melahirkan rahmat dari Allah swt.

e. *Qaulan Layyina* (QS Thaahaa ayat 44)

*[Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.]*³⁴

Dari ayat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Qaulan layyina* berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati maksudnya tidak mengeraskan suara, seperti membentak, meninggikan suara. Siapapun tidak suka bila berbicara dengan orang-orang yang kasar. Rasulullah selalu bertutur kata dengan lemah lembut, hingga setiap kata yang beliau ucapkan sangat menyentuh hati siapapun yang mendengarnya. Dalam Tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud *layyina* ialah kata-kata sindiran, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas, apalagi kasar.

f. *Qaulan Maysura* (QS Al Israa' ayat 28)

*[Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.]*³⁵

Qaulan maysura berupa ucapan yang lembut, baik dan pantas. Ucapan yang pantas adalah ungkapan-ungkapan yang mempunyai satu arti yaitu keadaan dan sifat hati yang mengandung kaitan antara ilmu dan amal.

E. Pembinaan

Pembinaan secara etimologi berasal dari kata *bina*. Pembinaan adalah proses, pembuatan, cara pembinaan, pembaharuan, usaha dan tindakan atau kegiatan yang dilakukan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bahwa "pembinaan" berarti usaha, tindakan dan kegiatan yang diadakan secara berdaya guna dan berhasil guna untuk memperoleh hasil yang lebih baik.³⁶ Pembinaan juga dapat berarti suatu kegiatan yang mempertahankan dan menyempurnakan apa yang telah ada sesuai dengan yang diharapkan.³⁷

Dari definisi tersebut dapatlah disimpulkan bahwa pembinaan adalah suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan apa yang sudah ada kepada yang lebih baik (sempurna) baik dengan melalui pemeliharaan dan bimbingan terhadap apa yang sudah ada (yang sudah dimiliki). Serta juga dengan mendapatkan hal yang belum dimilikinya yaitu pengetahuan dan kecakapan yang baru.

Ketidak tercapaian apa yang diharapkan akan sangat mempengaruhi kondisi seseorang tersebut baik secara psikis maupun mental. Di sini peran pembinaan ini sangat diperlukan guna merefresh kondisi psikis dan mental seseorang agar tidak mengalami depresi, dan hal ini sangat membantu agar apa yang direncanakan tadi dapat tercapai dengan baik.

Agama merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat yang perlu dipelajari. Dalam kehidupan masyarakat, agama muncul karena sifat ketauhidan masyarakat tersebut. Oleh karena itu agama perlu dipelajari dan dihayati oleh manusia karena kebutuhan manusia terhadap sang maha pencipta.

Makna agama bagi setiap orang berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh faktor pengetahuan, fisiologis, dan latar belakang budaya yang mempengaruhi terhadap pemaknaan agama. Menurut Elizabeth K. Nottingham, sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rahmat dalam bukunya *Psikologi Agama*, berpendapat bahwa agama bukanlah sesuatu yang dapat dipahami melalui definisi, melainkan melalui deskripsi (penggambaran).³⁸

Sikap masyarakat, baik kelompok maupun sederhana memiliki nilai yang melembaga antara yang satu dengan lainnya yang berhubungan erat sehingga merupakan suatu sistem yaitu pedoman dari konsep ide dalam kebudayaan yang mendorong kuat terhadap arah kehidupan bagi seseorang. Salah satu sistem itu adalah agama.

Agama sangatlah penting dalam kehidupan manusia. Demikian pentingnya agama dalam kehidupan manusia, sehingga diakui atau tidak sesungguhnya manusia, sangatlah membutuhkan agama. Dan sangatlah dibutuhkannya agama oleh manusia, tidak saja di masa primitif dulu sewaktu ilmu pengetahuan belum berkembang, tetapi juga di zaman modern sekarang sewaktu ilmu dan teknologi telah sedemikian maju.

Tujuan pembinaan keagamaan tidak lain adalah untuk mengarahkan seseorang agar memiliki iman serta akhlak yang mulia, serta senantiasa memelihara dan mengamalkan apa yang telah diajarkan oleh agama. Selain itu juga, perlu ditambahkan adanya praktek-praktek langsung yaitu melakukan amal perbuatan yang diperintahkan oleh agama secara nyata, mengenal hukum-hukum dan kaidah-kaidah yang memerlukan pengertian dan pemahaman

Maka penting untuk dilakukan pembinaan yang intensif dan efisien di berbagai aspek, termasuk di dalamnya aspek keagamaan. Aspek keagamaan melalui jalur pembinaan keagamaan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan amal ibadah dengan cara praktek/latihan mempertebal keyakinan akan kebenaran ajaran agama yang dianutnya. Maka perlu adanya suatu wadah yang bisa menuntun mereka untuk tetap berada di jalan agama dan berperilaku sesuai dengan ajaran agama, dengan demikian majelis taklim mempunyai peranan penting dalam mewujukannya, agar masyarakat bisa menyadari akan pentingnya beribadah dan mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa, agar mendapatkan ketenangan hidup, kebahagiaan, dan kedamaian.

F. Majelis Taklim

Islam sebagai agama yang menjadi pedoman hidup bagi manusia mencakup seluruh kehidupan manusia. Di samping sebagai pedoman hidup, Islam juga sebagai ajaran yang harus didakwahkan dan memberikan pemahaman berbagai ajaran didalamnya. Sarana yang dapat dilakukan dalam menstransformasikan nilai-nilai agama tersebut antara lain melalui majelis taklim yang berfungsi memberikan pemahaman tentang ajaran-ajaran Islam tersebut.

Majelis taklim sebagai salah satu bentuk pendidikan Islam yang bersifat nonformal, tampak memiliki kekhasan tersendiri. Akhir-akhir ini majelis taklim sudah berkembang pesat. Kekhasan dari majelis taklim adalah tidak terikat pada faham dan organisasi keagamaan yang sudah tumbuh dan berkembang. Sehingga menyerupai kumpulan pengajian yang diselenggarakan atas dasar kebutuhan untuk memahami Islam di sela-sela kesibukan bekerja dan bentuk-bentuk aktivitas lainnya atau sebagai pengisi waktu bagi ibu-ibu rumah tangga.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, majelis adalah pertemuan orang banyak, dewan atau rapat yang mengemban tugas tertentu mengenai kenegaraan dan sebagainya secara terbatas.³⁹ Sedangkan taklim adalah pengajaran agama Islam, pengajian.⁴⁰

Majelis taklim berarti tempat pengajaran atau pengajian bagi orang-orang yang ingin mendalami ajaran-ajaran Islam sebagai sarana dakwah dan pengajaran agama. Majelis taklim juga merupakan tempat pengajaran atau pendidikan agama yang paling fleksible, tidak terikat oleh waktu dan terbuka dari segala usia.

Majelis taklim mempunyai perbedaan dengan lembaga-lembaga lainnya, tentunya sebagai lembaga nonformal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1). Sebagai lembaga nonformal maka kegiatannya dilaksanakan di lembaga-lembaga khusus seperti mesjid, mushalla, dan rumah anggota majelis taklim tersebut.
- 2). Tidak ada aturan yang ketat sehingga sifatnya suka rela. Tidak ada kurikulum, yang materinya segala aspek ajaran agama.
- 3). Bertujuan mengkaji, mendalami dan mengamalkan ajaran Islam di samping berusaha menyabertuaskan.
- 4). Antara ustadz yang memberikan materi dengan jemaah sebagai penerima materi terjadi komunikasi langsung.⁴¹

Majelis taklim merupakan lembaga pendidikan masyarakat yang tumbuh dan berkembang dari kalangan masyarakat itu sendiri yang kepentingannya untuk kemaslahatan masyarakat itu sendiri.

Adapun tujuan dari majelis taklim ialah:

- 1). Membina dan mengembangkan ajaran Islam dalam rangka membentuk masyarakat yang bertaqwa kepada Allah swt.
- 2). Sebagai ajang bersilatullahmi yang dapat menghidupkan ukhuwah islamiyah
- 3). Sebagai sarana dialog berkesinambungan antara ulama dengan umat.
- 4). Sebagai media penyampaian gagasan yang bermanfaat bagi pembangunan umat.⁴²

Pertumbuhan majelis taklim dikalangan masyarakat menunjukkan kebutuhan dan hasrat anggota masyarakat tersebut akan pendidikan agama. Pada kebutuhan dan hasrat masarakat yang lebih luas yakni sebagai usaha memecahkan masalah-masalah menuju ke kehidupan yang lebih bahagia. Meningkatkan tuntutan jamaah dan peranan pendidikan yang bersifat nonformal, menimbulkan pula kesadaran dan inisiatif dari para ulama beserta masyarakat untuk memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan kualitas dan kemampuan, sehingga eksistensi dan peranan serta fungsi majelis taklim benar benar berjalan dengan baik.

Pembinaan keagamaan masyarakat melalui majelis taklim diarahkan pada perubahan sikap mental keagamaannya. Keadaan yang tadinya belum rajin beribadah, menjadi mau beribadah, yang semula menutup diri menjadi supel dan mudah berinteraksi dengan teman-temannya. Yang tadinya tidak peduli dengan lingkungannya, berubah menjadi tumbuh jiwa sosialnya. Karena itu, majelis taklim sangatlah penting untuk melakukan pembinaan keagamaan bagi masyarakat secara sistematis dan terarah.

G. Teori Perubahan Sikap (*Attitude Change Theory*)

Sikap dalam hal ini adalah perbuatan atau perilaku yang terdapat pada manusia. Sikap ini sendiri cenderung stabil dan berlangsung terus menerus untuk bertingkah laku atau untuk mereaksi dengan satu cara tertentu terhadap pribadi lain. Sedangkan perubahan sikap adalah peralihan kecenderungan untuk bertingkah laku terhadap suatu objek karena adanya pperubahan dalam lingkungannya.

Teori ini muncul usai Perang Dunia ke-2 hingga 1960-an yang merupakan periode munculnya teori-teori komunikasi massa yang pada saat itu media massa sudah tidak memiliki kekuatan lagi atau media massa memiliki efek yang terbatas.⁴³ Carl Hovland dan rekan-rekannya melakukan penelitian terhadap sejumlah tentara angkatan darat Amerika untuk mempelajari efek persuasif dari propaganda. Hasil penelitian oleh Carl Hovland ini diteliti lebih lanjut setelah perang di Universitas Yale. Maka disebutlah teori ini dengan nama Teori Perubahan Sikap (*Attitude Change Theory*).⁴⁴

Teori perubahan sikap adalah teori yang menjelaskan bagaimana sikap seseorang terbentuk dan dapat berubah melalui komunikasi, dan bagaimana komunikasi tersebut juga dapat merubah dan mempengaruhi sikap seseorang. Dalam teori perubahan sikap ini menyatakan bahwa seseorang akan mengalami ketidaknyamanan di dalam dirinya bila bertentangan dengan apa yang diyakininya. Untuk dapat menerima hal yang baru tersebut, dibutuhkan waktu untuk menganalisis sampai dia memiliki keyakinan akan diterima atau tidak.

Sadar atau tidak sadar orang akan berupaya mengurangi ketidaknyamanan tersebut, secara otomatis akan melakukan tiga proses selektif, yaitu:

- 1). Penerimaan informasi selektif, merupakan proses dimana orang hanya akan menerima informasi yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.
- 2). Ingatan selektif, Ingatan selektif mengasumsikan orang tidak mudah lupa atau sangat mengingat pesan yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.
- 3). Persepsi selektif, Orang akan memberikan interpretasinya terhadap setiap pesan yang diterimanya sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi sikap,

- 1). Faktor internal, faktor ini timbul dari individu itu sendiri, bagaimana cara dia menyikapi informasi dunia luar yang tidak semua diterima maupun ditolak.
- 2). Faktor eksternal, ini adalah faktor yang berada di luar individu yang merupakan informasi untuk membentuk serta mengubah sikap.

Pembahasan

Komunikasi merupakan hal penting dalam proses penyuluhan, karena sifatnya yang mampu menyampaikan informasi kepada pihak lain, dalam hal ini menyampaikan materi penyuluhan kepada jamaah majelis taklim. Komunikasi mempunyai peranan tersendiri dalam mendukung kelancaran proses pembinaan pada majelis taklim oleh penyuluh, yaitu untuk membangun interaksi dan hubungan yang dekat dengan penyuluh agama Islam. Pelaksanaan komunikasi dalam pembinaan majelis taklim menjadi salah satu hal yang juga harus diperhatikan, karena sedikit banyak keberhasilan proses penyuluhan dipengaruhi oleh komunikasi yang terjadi di dalamnya.

Kenyataannya di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua bentuk komunikasi yang dilakukan memberikan hasil yang memuaskan, sehingga teknik komunikasi yang digunakan harus dengan teknik persuasif. Komunikasi persuasif ini menjadi suatu keniscayaan, sebab tidak setiap komunikasi yang dilakukan dapat mengubah tingkah laku.

Dalam penelitian ini, komunikasi persuasif digunakan untuk mengubah sikap jamaah majelis taklim. Dari yang awalnya jamaah tidak menerima penyuluh untuk mengisi pengajian, menjadi menerima. Pada proses tersebut terjadi perubahan sikap jamaah majelis taklim terhadap penyuluh. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teori perubahan sikap (*attitude change theory*).

Teori perubahan sikap ini memberikan penjelasan bagaimana sikap seseorang terbentuk dan bagaimana sikap seseorang itu dapat berubah melalui proses komunikasi dan bagaimana sikap itu dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Pada penelitian ini ada empat poin penting yang harus sangat diperhatikan agar efektivitas komunikasi persuasif yang penyuluh agama Islam lakukan berhasil, antara lain:

- 1) Komunikator (penyuluh agama Islam)

Pada penelitian ini penyuluh meningkatkan kredibilitas sebagai komunikator agar pesan dapat diterima dengan baik. Seperti mendekati diri dengan jamaah, memahami jamaah, menjadi suri tauladan yang baik, memiliki kemampuan dalam menyampaikan materi dan berjiwa besar dengan menerima kritikan. Penyuluh juga mempunyai tanggung jawab terhadap pesan yang disampaikan kepada jamaah.

- 2) Pesan,

Penyampaian pesan ini juga disampaikan penyuluh dengan memahami situasi dan kondisi masyarakat penyuluh menyampaikan pesan dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam. Pada proses efektivitas komunikasi persuasif terdapat pesan pilihan, yang mana pesan tersebut adalah hasil permintaan dari para jamaah, agar pengajian tidak bosan.

- 3) Saluran Pesan,
Saluran pesan atau media, sangat digunakan pada proses penyuluhan. Karena media dapat mendukung kelancaran dalam pembinaan majelis taklim. Penggunaan media seperti infocus dapat menarik perhatian masyarakat untuk menghadiri pengajian. Penggunaan aplikasi *whatsapp* juga mempermudah dalam proses penyampaian pesan.
- 4) Komunikasikan,
Komunikasikan adalah jamaah majelis taklim. Kedudukan komunikasikan pada penelitian ini adalah yang paling penting. Jamaah adalah orang yang menerima apa yang disampaikan oleh penyuluh. Jadi penyuluh selalu memperlihatkan kalau komunikasikan ini sangat penting. Dengan cara penyuluh memahami jamaah, memberikan kesempatan untuk memilih materi yang ingin dibahas, dan menerangkan kritikan yang membangun dari jamaah.

Empat poin di atas ternyata sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan oleh pencetusnya. Fokus teori ini pada empat faktor yaitu; komunikator, pesan, saluran pesan, dan komunikasikan.⁴⁵ Dalam teori perubahan sikap (*attitude change theory*) menyatakan bahwa seseorang akan mengalami proses ketidaknyamanan di dalam dirinya bila dihadapkan pada sesuatu yang baru yang bertentangan dengan keyakinannya. Sehingga membutuhkan waktu untuk menganalisa sehingga sampai pada sebuah keyakinan untuk mengambalnya atau tidak sesuai dengan tabiatnya.

Teori ini menjelaskan bahwa orang akan berupaya secara sadar atau tidak sadar untuk membatasi atau mengurangi rasa ketidaknyamanan melalui tiga proses selektif yang saling berhubungan, yaitu:

- 1) Penerimaan informasi selektif, merupakan proses dimana orang hanya akan menerima informasi yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.
- 2) Ingatan selektif, Ingatan selektif mengasumsikan orang tidak mudah lupa atau sangat mengingat pesan yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.
- 3) Persepsi selektif, Orang akan memberikan interpretasinya terhadap setiap pesan yang diterimanya sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.⁴⁶

Pada penelitian ini, jika diperhatikan pada hasil penelitian terdapat kesesuaian dalam proses selektif tersebut, yaitu:

- 1) Penerimaan informasi selektif, pada penelitian ini penyuluh menghadapi masyarakat dari berbagai kalangan. Terdapat masyarakat yang tidak mudah menerima pesan dari penyuluh, terlebih ketika pesan tersebut merupakan informasi baru yang diterima.
- 2) Ingatan selektif, masyarakat yang terdapat pada golongan ini ialah masyarakat yang sudah memiliki paham sendiri tentang suatu informasi yang sesuai dengan kepercayaannya. Jadi penyuluh susah memberikan informasi baru, terlebih informasi yang akan diterima tidak sesuai dengan kepercayaannya.
- 3) Persepsi selektif, pada penelitian ini masyarakat yang termasuk dalam golongan persepsi selektif lebih mudah untuk menyampaikan informasi. Karena masyarakat ini akan menerima setiap informasi baru, jika sesuai dengan kepercayaannya maka akan diterima, jika tidak informasi tersebut akan ditolak.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori perubahan sikap, serta seluruh proses selektif penyampaian pesan kepada masyarakat terdapat dalam penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti paparkan di atas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

Ulfa Husna: Efektivitas Komunikasi Persuasif Penyuluh Agama Islam.

1. Proses efektivitas komunikasi persuasif penyuluh agama Islam dilakukan dengan memperhatikan kredibilitas komunikator, menggunakan bahasa daerah, persuasi dalam konteks verbal dan non-verbal, pemilihan pesan, penguasaan referensi, dan penggunaan media.
2. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan memang sudah terjadi perubahan terhadap pemahaman agama pada masyarakat khususnya pada desa yang terdapat kelompok binaan penyuluh. Antara lain;
 - a. Meningkatnya jumlah jamaah pada setiap pengajian majelis taklim, walaupun tidak signifikan, kepercayaan masyarakat terhadap penyuluh itu sudah tercipta.
 - b. Pada desa yang terdapat kelompok binaan, masyarakat sudah mulai mengamalkan apa yang disampaikan penyuluh. Seperti pada bulan Ramadhan sudah melaksanakan shalat tarawih 23 raka'at.
 - c. Adanya majelis taklim, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjaga anak remaja dari pergaulan yang tidak penting. Dengan berkurangnya remaja berkeliaran di atas pukul 22.00 wib, berarti orang tua sudah memperingati anak-anak mereka bahwa hal itu tidak baik.
 - d. Masyarakat sudah memakmurkan mesjid dengan menjalankan shalat lima waktu.
3. Terdapat beberapa hambatan yang dihadapi pada proses penyampaian pesan penyuluh terhadap jamaah majelis taklim, yaitu: hambatan yang terdapat pada diri komunikan, hambatan mekanis, hambatan ekologis dan hambatan yang terdapat pada diri komunikator. Menurut hasil observasi yang peneliti lakukan, terdapat beberapa hambatan pada komunikator.

Endnote:

¹Zulkarnaen Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta, Univesitas Terbuka: 1993), cet ke-1, h. 2

²Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar: 2013), h. 6

³Usman el-Qurthuby, *Al-Qur'an Cordoba Terjemah Tematik Dan Tajwid Berwarna (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)*, (Bandung, Cordoba Internasional Indonesia: 2017), h. 63

⁴M. Arifin, *Pokok-Pokokk Pikiran Tentang Bimbingan dan Penyuluhan Agama*, (Jakarta, Bulan Bintang: 1976), h. 11

⁵Kementrian Agama RI, *Petunjuk Teknis Pelaksanaan Jabatan Fungsional Penyuluh Agama*, (Kantor Kementrian Agama Provinsi Aceh, Bidang Penerangan Agama Islam, Zakat dan Waqaf, 2015), h. 5

⁶Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, Remaja Rosdakarya: 2007), Cet. 21, h. 8

⁷Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi*, (Jakarta, Rineka Cipta: 2009), h. 9

⁸Kadar Nurjaman, *Komunikasi dan Public Relation*, (Bandung, Pustaka Setia: 2012), h. 36

⁹Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta, Erlangga: 2011), h. 4

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2008), h. 5

¹¹Tommy Suprpto, *PengantarTeori dan Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta, Media Pressindo: 2009), h. 8

¹²Siagian., *Manajemen...*, h. 24

¹³Nurjaman, *Komunikasi...*, h. 46

¹⁴Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya: 2010), h. 164

¹⁵Suharsono, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta,Center of Academic Publishing Service: 2013), h. 46-49

¹⁶Uchjana, *Dinamika...*, h. 11-16

- ¹⁷Indrito Gito Sudarmo dan I Nyoman Sudita, *Perilaku Keorganisasian*, (Yogyakarta, BPFE: 2000), h. 216
- ¹⁸Mulyana, *Ilmu Komunikasi..*, h. 115
- ¹⁹H. A. W. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, (Jakarta, Bina Aksara: 2002), h. 67
- ²⁰Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, (Tangerang, Karisma Publishing Group: 2010), h.
- ²¹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada: 2008), h. 32
- ²²Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta, Kencana: 2008), Edisi ke 1, Cet. Ke 2, h. 262
- ²³Agus M. Harjana, *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*, (Yogyakarta, Kanisus: 2003), h. 63
- ²⁴Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Grasindo: 2004), h. 32
- ²⁵Suranto AW, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2011), h. 5
- ²⁶Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relation (Teori dan Praktik)*, (Jakarta, Grasindo: 2002), h. 88
- ²⁷Harjana, *Komunikasi..*, h. 28
- ²⁸Mulyana, *Ilmu..*, h. 92
- ²⁹Ibid., h. 28
- ³⁰El-Qurthuby, *Al-Qur'an..*,h. 78
- ³¹El-Qurthuby, *Al-Qur'an..*, h. 88
- ³²El-Qurthuby, *Al-Qur'an..*, h. 422
- ³³Ibid, h. 284
- ³⁴Ibid, h. 314
- ³⁵Ibid, h. 285
- ³⁶Departemen, *Kamus...*, h. 37
- ³⁷Soetopo, *Pembinaan...*, h. 43
- ³⁸Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Agama*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada: 1996), h. 225
- ³⁹Daryanto, *Kamus...*,h. 414
- ⁴⁰Ibid, h. 568
- ⁴¹Khozin, *Jejak-jejak Pendidikan Islam di Indonesia*, (Bandung, UMM Press: 2006), h. 240
- ⁴²Enung K Rukiati dan Fenti Hikmawati, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*, (Bandung, Pustaka Setia: 2006), Cet. 1, h. 134
- ⁴³Morissan, *Manajemen Public Relation*, (Jakarta, Kencana: 2014), h. 64
- ⁴⁴Stephen W. Littlejohn, *Encyclopedia of Communication Theory*, (Jakarta, Kencana: 2016), h. 896
- ⁴⁵Littlejohn, *Encyclopedia..*, h. 896
- ⁴⁶Morissan, *Manajemen...*, h. 64-65

Daftar Pustaka

- Arifin, M. *Pokok-Pokok Pikiran Tentang Bimbingan dan Penyuluhan Agama*, (Jakarta, Bulan Bintang: 1976)
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta, Kencana: 2008), Edisi ke 1, Cet. Ke 2
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada: 2008)
- Devito, Joseph A. *Komunikasi Antarmanusia*, (Tangerang, Karisma Publishing Group: 2010)
- Effendy, Onong Uchjana, *Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, Remaja Rosdakarya: 2007), Cet. 21
- , *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2008)
- Harjana, Agus M. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*, (Yogyakarta, Kanisus: 2003)
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya: 2010)
- Kementrian Agama RI, *Petunjuk Teknis Pelaksanaan Jabatan Fungsional Penyuluh Agama*, (Kantor Kementrian Agama Provinsi Aceh, Bidang Penerangan Agama Islam, Zakat dan Waqaf, 2015)
- Khozin, *Jejak-jejak Pendidikan Islam di Indonesia*, (Bandung, UMM Press: 2006)
- Littlejohn, Stephen W. *Encyclopedia of Communication Theory*, (Jakarta, Kencana: 2016)
- Liliweri, Alo, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar: 2013)
- Morissan, *Manajemen Public Relation*, (Jakarta, Kencana: 2014)
- Nasution, Zulkarnaen, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta, Univesitas Terbuka: 1993), cet ke-1
- Nurjaman, Kadar, *Komunikasi dan Public Relation*, (Bandung, Pustaka Setia: 2012)
- Purwanto, Djoko, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta, Erlangga: 2011)
- el-Qurthuby, Usman, *Al-Qur'an Cordoba Terjemah Tematik Dan Tajwid Berwarna (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)*, (Bandung, Cordoba Internasional Indonesia: 2017)
- Rohim, Syaiful, *Teori Komunikasi*, (Jakarta, Rineka Cipta: 2009)
- Rumanti, Maria Assumpta, *Dasar-Dasar Public Relation (Teori dan Praktik)*, (Jakarta, Grasindo: 2002)
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada: 1996)
- Suranto, AW, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2011)
- Rukiati, Enung K dan Fenti Hikmawati, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*, (Bandung, Pustaka Setia: 2006), Cet. 1
- Suprpto, Tommy, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta, Media Pressindo: 2009)
- Suharsono, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta, Center of Academic Publishing Service: 2013)
- Sudarmo, Indrito Gito, dan I Nyoman Sudita, *Perilaku Keorganisasian*, (Yogyakarta, BPFE: 2000)
- Widjaja, H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, (Jakarta, Bina Aksara: 2002)
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Grasindo: 2004)

