

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Menurut Alo Liliweri kata Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia*, *stratos* yang berarti militer dan memimpin. Secara harfiah kata *strategia* bisa diartikan “keahlian militer”, karena memang dahulu kata strategi ini identik digunakan pada zaman peperangan untuk mengatur sebuah rencana yang dilakukan oleh jenderal untuk menaklukkan musuh-musuh dan untuk memenangkan sebuah peperangan.

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia istilah strategi adalah suatu seni atau ilmu yang menggunakan sumber daya bangsa - bangsa untuk melakukan sebuah kebijakan atau rencana yang tepat dalam sebuah kegiatan untuk mencapai tujuan,¹ atau sebuah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²

Dalam sebuah buku *Kamus Sinonim Bahasa Indonesia*, Hari Murti Kridalaksana mengatakan, “Strategi adalah sebuah sisasat perang, haluan, kebijaksanaan, akal, dan juga budi daya”.³ Strategi ini dapat digunakan dalam segala hal untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), h.1092

² Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2007), h.1092

³ Hari Murti Kridalaksana, *Kamus Sinonim Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Nusa Indah, 1981), h. 173

Tanpa adanya strategi maka tujuan akan sulit untuk dicapai, karena pada prinsipnya ketika seseorang hendak mencapai sebuah tujuan yang diinginkannya maka harus mempunyai sebuah strategi yang baik untuk mencapai keberhasilannya itu. Menurut para pakar ilmu komunikasi secara terminologi strategi dapat diartikan sebagai berikut :

Menurut Onong Uchjana Efendy, strategi adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Namun, dalam mencapai tujuannya tidak hanya memberikan sebuah perencanaan atau petunjuk untuk mencapai kesana,, akan tetapi perlu adanya taktik atau sebuah terobosan dalam menjalankan sebuah misi dari apa yang diinginkan.⁴

Menurut Sandra Oliver, mengartikan strategi adalah sebagai sebuah cara untuk mencapai hasil akhir dari sebuah tujuan. Yang dilihat disini adalah sebuah proses tahapan awal bagaimana sebuah strategi mengalami berbagai macam tahapan dalam mencapai sebuah tujuan, Sandra juga mengatakan hasil akhir dari proses itu tidak hanya tujuan akan tetapi ada sasaran organisasi. Oleh karenanya strategi juga merupakan suatu jalan yang di ambil oleh sebuah organisasi dalam menjalankan misi di organisasinya.⁵ Kemudian, menurut Steiner dan Mineer, strategi adalah pemempatan tujuan dari sebuah perusahaan, penempatan sasaran organisasi dalam mengumpulkan kekuatan eksternal dan internal, melakukan kebijakan dan strategi dalam mencapai tujuan serta mengimplementasikannya dengan benar agar sasaran dalam organisasi dapat tercapai dengan baik.⁶

⁴ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007), h.32

⁵ Sandra Oliver, *Strategic Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2007), h.2.

⁶ George Steiner dan Jonh Mineer, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : Erlangga, 2002), h.20

Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan sebuah tindakan yang selalu meningkat dan terus menerus. Serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang ingin dicapai.⁷ Dalam hal ini seseorang sudah mempunyai catatan tentang tindakan-tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan tersebut, dan tindakan tersebut terus menerus dilakukan, ketika salah satu tindakan yang dilakukan gagal, maka orang itu akan terus mengulangnya sampai ia berhasil dan mengerjakan langkah selanjutnya, kemudian ia melihat dan mengerjakannya sudut pandang mereka. Menurut Dim Syamsudin, dalam bukunya *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani*, Strategi mengandung arti diantaranya:

- a. Sebuah rencana dan cara yang dilakukan secara bersama untuk mencapai tujuan
- b. Seni dalam mensiasati pelaksanaan rencana atau program untuk mencapai tujuan
- c. Sebuah penyesuaian terhadap lingkungan untuk menampilkan fungsi dan peran penting dalam mencapai keberhasilan.⁸

Berdasarkan beberapa pengertian strategi menurut para ahli diatas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa strategi yang dipahami oleh penulis adalah strategi merupakan sebuah cara yang dilakukan atau ditempuh baik oleh organisasi, kelompok, dan juga individu untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, yang didalam menjalankannya membutuhkan sebuah tahapan agar berhasil sampai pada target atau sasarannya.

⁷ Husein Umar, *Strategic Management In Action*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.31

⁸ Din Syamsudin, *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani*, (Jakarta : Logos, 2000), h.127

2. Tahapan – Tahapan Strategi

Menurut Fred R David dalam sebuah strategi tidak hanya merumuskan konsep hingga implementasi, akan tetapi perlu dibutuhkan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana evaluasi itu berhasil.⁹ Di dalam sebuah strategi, dibutuhkan yang namanya sebuah tahapan-tahapan dalam mengatur sebuah strategi,¹⁰ diantaranya sebagai berikut :

a. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah merumuskan sebuah strategi. Didalam rumusan strategi sudah termasuk didalamnya mengenai pengembangan tujuan, ancaman eksternal, mengetahui kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternatif, dan terakhir memilih strategi yang di gunakan. Kemudian dalam perumusan strategi juga harus bisa mementukan suatu sikap, untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan. Dengan demikian strategi yang nantinya akan digunakan akan berjalan dengan baik dan tepat sasaran.

b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang ditetapkan, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaannya memang terlihat cukup berat, namun hal itu bisa terbantahkan dengan sebuah komitmen dan juga kerja keras dari semua pihak yang sejalan dengan tujuan awalnya. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang telah ditentukan dalam struktur organisasi dan

⁹ Fred R David, *Manajemen Strategi dan Konsep*, (Jakarta: Perhelalindo, 2002), h.3

¹⁰ Senja Nilasari, *Manajemen Strategi Itu Gampang*, (Jakarta : Dunia Cerdas, 2014), h.12

juga oleh mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama dalam sebuah organisasi.

c. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dari penyusunan sebuah strategi. Menurut Fred R. David strategi tidak hanya sebatas merumuskan konsep dan mengimplementasikannya saja akan tetapi perlu adanya evaluasi strategi.¹¹ Evaluasi Strategi ini menjadi tolak ukur untuk kedepannya, sehingga strategi yang baru nantinya akan jauh lebih baik dari sebelumnya, itulah mengapa diadakannya sebuah evaluasi strategi. Dalam tahapan akhir ini ada tiga proses yang harus dilakukan dalam mengevaluasi strategi ini :

- 1) Melakukan peninjauan baik dari faktor-faktor internal mengenai kekuatan dan kelemahan, yang mana itu merupakan dasar acuan dalam pembuatan sebuah strategi. Maupun dari faktor-faktor eksternal mengenai peluang dan ancaman, yang mana hal tersebut sangatkan riskan terjadi melihat kondisi dilapangan.
- 2) Mengukur keberhasilan, maksud disini ialah membandingkan hasil yang diinginkan dengan kenyataan. Apakah diluar dari ekspektasi atau dibawah dari apa yang diinginkan, sehingga melalui mengukur keberhasilan ini, mampu untuk dapat mengetahui strategi yang digunakan itu sukses atau tidak. Sebab, kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan dibuktikan.
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa keberhasilan strategi tersebut sesuai dengan apa yang direncanakan. Hal ini dimaksudnya bukan berarti strategi yang ada kemudian ditinggalkan atau membuat strategi yang baru, bukan seperti itu, akan tetapi pengambilan tindakan korektif ini

¹¹ Fred R. David, *Manajemen Strategi dan Konsep*, (Jakarta : Perhelalindo, 2002), h.3

digunakan apabila tindakan atau hasil strategi tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan.

3. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal adalah proses pertukaran pesan atau informasi yang dilakukan oleh dua orang secara langsung sehingga komunikan dapat melihat dampak langsung maupun reaksi yang diberikan oleh lawan bicaranya secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal ini merupakan komunikasi yang hanya dua orang, seperti dua sahabat dekat, guru dengan murid, antara suami dan istri, dua sejawat, dan sebagainya.¹²

Menurut Effendy, pada hakikatnya “komunikasi interpersonal merupakan percakapan yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi interpersonal ini merupakan komunikasi yang dianggap paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang berupa dialogis yaitu berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga.”¹³

Muhammad Arni menyatakan bahwa, “komunikasi interpersonal adalah sebuah proses pertukaran informasi diantara seseorang paling kurang biasanya adalah dua orang yang mana diantara keduanya bisa menerima *feedback* secara langsung.”¹⁴ Pada saat komunikasi berlangsung, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya melihat kepada tanggapan dari komunikan.

¹² Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2000) h.73

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung : PT. Cintra Aditya Bakti, 2003) h.30

¹⁴ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta : Bumi Aksara, 2005) h.159

Komunikasi interpersonal terjadi apabila seseorang mendasarkan prediksinya tentang reaksi orang lain dengan data psikologis. Jadi, komunikasi interpersonal ini berkaitan dengan psikologis atau jiwa seseorang. Sedangkan hubungan antarpribadi memerlukan paling sedikit dua orang dalam berkomunikasi secara antarpribadi. Dua orang yang sering berinteraksi dan mendasarkan prediksinya mengenai satu sama lain terutama pada data psikologis secara khusus menegaskan bahwa mereka mengenal satu sama lain sebagai individu.”¹⁵

Pendapat lain dikemukakan oleh R. Wayne Pace bahwa, “komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.”¹⁶ Menurut sifatnya, komunikasi interpersonal ini dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu Komunikasi Diadik dan Komunikasi Kelompok Kecil.

Komunikasi Diadik adalah komunikasi yang terjadi secara tatap muka antara dua orang. Menurut Pace, komunikasi diadik dapat dilakukan dalam tiga bentuk yakni melalui percakapan, wawancara, dan dialog. Percakapan disini harus berlangsung dalam situasi yang bersahabat dan informal, sehingga komunikasi yang terjadi tidak kaku dan adanya saling keterbukaan. Selanjutnya wawancara, sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan lainnya pada posisi menjawab. Sedangkan dialog, komunikasi yang terjadi berlangsung dalam suasana lebih intim, dalam, dan lebih personal.

Komunikasi Kelompok Kecil atau triadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana semuanya

¹⁵ Muhammad Budyatna, Leila Mona, *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.7

¹⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT. Rajawali Pers, 2014) cet ke-14, h.36

saling berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi kelompok kecil ini dinilai sebagai tipe komunikasi interpersonal karena : Pertama, sumber dan penerima sulit diidentifikasi. Dalam situasi seperti ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Kedua, semuanya terlibat dalam suatu proses komunikasi secara tatap muka. Ketiga, pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi.¹⁷

Kemudian M. Agus Hardjana mengatakan bahwa, “komunikasi interpersonal adalah interaksi secara tatap muka antara dua orang dimana komunikator dapat menyampaikan pesan secara langsung dan komunikan dapat menerima pesan dan bisa menanggapi secara langsung.”¹⁸

Joseph A. Devito juga mendefinisikan bahwa, “komunikasi interpersonal adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara kelompok kecil orang-orang dengan umpan balik secara langsung.”¹⁹

Dari beberapa pengertian diatas, penulis mencoba untuk menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan sebuah interaksi antara dua orang secara tatap muka sehingga komunikasi yang berjalan bisa langsung mendapatkan umpan balik dan dapat berjalan secara efektif.

4. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi adalah sebuah perencanaan taktis yang sudah diatur sedemikian rupa untuk digunakan dalam melancarkan komunikasi dengan

¹⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h.37

¹⁸ Suranto A W, *Komunikasi Interpersonal* (Jogyakarta : Graha Ilmu, 2011) h.3

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, h.59-60

memperlihatkan semua aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.²⁰

Menurut Rogers, “strategi komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang besar dengan melalui transfer ide-ide yang baru”.²¹ Kemudian pakar perencanaan komunikasi yaitu Middleton mendefinisikan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran komunikasi sampai kepada pengaruh yang dirancang dalam mencapai tujuan tersebut”²²

Adapun strategi komunikasi menurut Muhammad Arni, adalah “strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang dicapai”.²³ Untuk mencapai tujuannya strategi komunikasi harus mampu untuk mengoperasionalkannya secara praktis. Maksudnya adalah pendekatan yang digunakan bisa saja berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi. Oleh karena itu, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik, dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan berbagai aspek yang ada pada proses komunikasi guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Selanjutnya menurut Anwar Arifin, ia mengatakan bahwa: “strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan untuk mencapai tujuan. Kemudian ia merumuskan strategi komunikasi tersebut yaitu

²⁰ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta:Bumi Aksara,2004), h. 65-66

²¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2013) h.33

²² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, h.61

²³ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta:Bumi Aksara,2004), cet.ke-6, h.65

memperhitungkan situasi dan kondisi antara ruang dan waktu yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa yang akan datang guna mencapai efektifitas.²⁴

Menurut Fred. R David “strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana mengoperasionalkannya secara praktis melihat kepada situasi dan kondisi.”²⁵

Menurut R. Wayne Pace, Brent D Peterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, “Techniques for effective communications” yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy, ada tiga tujuan utama dari strategi komunikasi diantaranya:²⁶

- a. *To secure understanding* (memastikan pemahaman)
- b. *To establish Acceptance* (membina penerimaan)
- c. *To motivate Action* (motivasi kegiatan)

Dari pengertian tentang strategi komunikasi diatas, maka sepehaman penulis, strategi komunikasi adalah sebuah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan dengan memiliki sebuah panduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan kongkret dalam rangkaian proses komunikasi. Sedangkan taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.²⁷

²⁴ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebagai; Pengantar Ringkas* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995) cet ke-3, h. 65

²⁵ Fred. R David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Prenhalindo, 2002) h. 301

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), Edisi ke-19, h.32

²⁷ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) h. 240

5. Strategi Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito, strategi komunikasi interpersonal yang efektif dimulai dengan lima kualitas umum atau biasa disebut dengan efektifitas komunikasi interpersonal yaitu :

a. Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang mungkin ini menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Setiap orang ingin bereaksi secara terbuka terhadap apa yang diucapkan. Aspek ketiga menyangkut kepemilikan yaitu mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang seseorang lontarkan memang miliknya dan ia bertanggungjawab atasnya.

b. Empati (*Empathy*)

Henry Backrack mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada saat tertentu, dari sudut pandang orang lain, dan melalui kacamata orang lain. Bersimpati dipihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati

adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada ditempat yang sama, dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama.

Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Individu dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai, konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh, dan kedekatan fisik, serta sentuhan yang sepantasnya.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Seseorang memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif, bukan evaluatif, spontan bukan strategik, dan profesional bukan sangat yakin.

d. Sikap Positif (*positiveness*)

Setiap individu mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara yaitu menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi pada umumnya sangat penting untuk komunikasi yang efektif.

e. Kesetaraan (*equality*)

Dalam setiap situasi, seringkali terjadi ketidaksetaraan, salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif jika terjadi kesetaraan. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama berharga dan bernilai dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal ditandai oleh kesetaraan, ketidaksepahaman, dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain.

B. Etika Komunikasi Menurut Islam

Soal cara (*kaiyyah*), dalam Al-Quran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain.²⁸

²⁸ Akbar, *Ayat dan Hadits tentang Komunikasi Efektif*, <http://www.follyakbar.id/2012/11/ayat-dan-hadits-tentang-komunikasi.html>, diakses pada tanggal 13 Mei 2017

1. Etika komunikasi menurut Al Qur'an

Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yaitu:

a. Qaulan Sadida (perkataan yang benar, jujur)

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا

قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraannya)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar (qaulan sadida)”. (Q.S. An-Nisa [4]: 9).²⁹

b. Qaulan Baligha (tepat sasaran, komunikatif, to the point, mudah dimengerti)

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ

قَوْلًا بَلِيغًا

“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 Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”. (Q.S. An-Nisa [4]: 63).³⁰

c. Qaulan Ma'rufa (perkataan yang baik)

²⁹ Kementerian Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta:Kemenag,2010), h.71

³⁰ Kementerian Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahannya, h.80

يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ
الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“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 Qaulan Ma’rufa –perkataan yang baik.” (Q.S. Al Ahzab [33]: 32).³¹

d. Qaulan Karima (perkataan yang mulia)

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ
أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا وَلَا تَنْهَرَهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan jangan engkau membentak keduanya dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik”. (Q.S. Al Isra [17]: 23).³²

e. Qaulan Layyinan (perkataan yang lembut)

اذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ
فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Pergilah kamu berdua kepada Fir’aun karena benar-benar dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan

³¹ Kementerian Agama RI, Al Qur’an dan Terjemahannya, h.381

³² Kementerian Agama RI, Al Qur’an dan Terjemahannya, h.257

kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut”. (Q.S. Thaha [20]: 43-44).³³

f. Qaulan Maysura (perkataan yang ringan)

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhannya yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka Qaulan Maysura –ucapan yang mudah”. (Q.S. Al Isra [17]: 28).³⁴

2. Etika komunikasi menurut Hadits

Di dalam hadits Nabi juga ditemukan prinsip-prinsip etika komunikasi, bagaimana Rasulullah saw mengajarkan berkomunikasi kepada kita. Berikut hadits-hadits tersebut:

- a. *qulil haqqa walaukana murran* (katakanlah apa yang benar walaupun pahit rasanya)
- b. Kedua, *falyakul khairan au liyasmut* (katakanlah bila benar kalau tidak bisa, diamlah).
- c. Ketiga, *laa takul qabla tafakur* (janganlah berbicara sebelum berpikir terlebih dahulu).
- d. Keempat, Nabi menganjurkan berbicara yang baik-baik saja, sebagaimana yang diriwayatkan oleh Ibnu Abi Dunya, “*Sebutkanlah apa-apa yang baik mengenai sahabatmu yang tidak hadir dalam pertemuan, terutama hal-hal yang kamu sukai terhadap sahabatmu itu sebagaimana sahabatmu menyampaikan kebaikan dirimu pada saat kamu tidak hadir*”.

³³ Kementerian Agama RI, Al Qur’an dan Terjemahannya, h.283

³⁴ Kementerian Agama RI, Al Qur’an dan Terjemahannya, h. 257

e. Kelima, selanjutnya Nabi saw berpesan, “*Sesungguhnya Allah tidak suka kepada orang-orang...yaitu mereka yang memutar balikan fakta dengan lidahnya seperti seekor sapi yang mengunyah-ngunyah rumput dengan lidahnya*”. Pesan Nabi saw tersebut bermakna luas bahwa dalam berkomunikasi hendaklah sesuai dengan fakta yang kita lihat, kita dengar, dan kita alami. Prinsip-prinsip etika tersebut, sesungguhnya dapat dijadikan landasan bagi setiap muslim, ketika melakukan proses komunikasi, baik dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah, maupun aktivitas-aktivitas lainnya

C. Pembinaan Muallaf

1. Pengertian Pembinaan

Menurut terminologi kata pembinaan mempunyai arti :

- a. Pembinaan adalah upaya pengelolaan yang berupa merintis, melatih, membiasakan, mencegah, memelihara, mengawasi, mengarahkan, serta mengembangkan kemampuan seseorang untuk dapat mencapai tujuan. Menjadikan manusia yang bahagia dan sejahtera dengan mengadakan dan menggunakan segala bentuk usaha dan daya yang dimiliki.³⁵
- b. Pembinaan adalah membangun dan mengisi akal dengan ilmu yang berguna, mengarahkan hati lewat berbagai zikir serta membantu dan menguatkan melalui instropeksi diri.³⁶

Secara istilah, pembinaan adalah suatu proses belajar dengan melepaskan hal hal yang baru yang belum dimiliki, dengan tujuan membantu orang yang menjalaninya untuk memperbaiki dan mengembangkan pengetahuan dan

³⁵ BP4, *Pembinaan Keluarga Bahagia Sejahtera*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 1994) h.4

³⁶ Majdi Al Hilali, *38 Sifat Generasi Unggulan*, (Jakarta : Gemz Insani Press, 1999), h.138

kecakapan baru untuk mencapai tujuan hidup yang sedang dijalani secara lebih baik lagi.³⁷

Dalam bahasa Inggris kata pembinaan mempunyai arti yaitu *training* yang berarti pendidikan dan latihan. Pembinaan sendiri merupakan program dimana peserta berkumpul untuk menerima, memberi, mengelola informasi, dan menambah pengetahuan baik yang sudah diterima atau yang belum diterima sebelumnya.

Dalam menjalankan fungsi pembinaan, berikut fungsi dari pembinaan tersebut:

- a. Menyampaikan informasi, pesan, dan pengetahuan.
- b. Adanya perubahan sikap dan perilaku yang ditimbulkan.
- c. Sebagai latihan dan pengembangan sikap.³⁸

Dari ketiga fungsi diatas, bahwasanya pembinaan tidak hanya sekedar memberikan ilmu pengetahuan kepada seseorang, akan tetapi ada hasil dari apa yang telah ia ikuti dalam proses pembinaan tersebut.

Selain itu, Pembinaan adalah rangkaian kegiatan dalam upaya memberi pengertian dan pemahaman tentang ajaran agama Islam terhadap seseorang baik dalam bentuk lisan, tulisan, atau sarana lainnya, agar mantap memeluk dan mengamalkan syariat agama Islam.

Dari beberapa pengertian diatas tentang pembinaan, maka penulis menyimpulkan, bahwa pembinaan merupakan sebuah proses, upaya yang dilakukan

³⁷ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1986) h. 11-12

³⁸ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, h. 11

baik perorangan atau sebuah lembaga yang di dalamnya memberikan pengetahuan dengan tujuan untuk memperbaiki, meningkatkan, menyempurnakan dan mempengaruhi seseorang atau kelompok masyarakat untuk kehidupan pribadinya dan kehidupan sosial untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi kedepannya.

2. Program Pembinaan

Program pembinaan merupakan prosedur atau aturan yang dijadikan landasan dalam melakukan program pembinaan untuk menentukan isi dan urutan program-program pembinaan yang akan dilakukan.³⁹ Di antara program pembinaan tersebut adalah :

a. Sasaran Program

Sasaran program sangat penting dalam suatu program pembinaan, karena tanpa adanya sasaran program tersebut maka jalannya program pembinaan tersebut tidak akan berjalan efektif. Sering terjadi bahwa sasaran, objektif, program pembinaan tidak dirumuskan dengan jelas dan tegas, hal ini terjadi karena beberapa sebab, antara lain :

1. Pembina tidak mengetahui betapa pentingnya membuat perumusan sasaran program pembinaan, sehingga mereka tidak membuatnya.
2. Penyelenggara tidak dapat membedakan antara isi dan sasaran program.
3. Pembina terlalu yakin terhadap dirinya bahwa ia mampu dan tidak merasa perlu untuk membuat sasaran program pembinaan.
4. Program pembinaan sudah terbiasa dijalankan dari tahun ketahun, sehingga sudah menjadi tujuan tersendiri dan tidak lagi mempersoalkan sasaran program tersebut.

³⁹ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, h. 11

Dari berbagai alasan diatas, dalam pembinaan yang tidak mempunyai sasaran yang jelas akan menyebabkan bahaya yang besar, tidak mempunyai arah dan tujuan, dan sulit menilai berhasil tidaknya pembinaan tersebut. Oleh karena itu sasaran harus dirumuskan dengan jelas dan tegas agar sungguh menjadi sasaran pembinaan, selain itu sasaran harus terdapat hubungan dengan minat dan kebutuhan peserta.⁴⁰

b. Isi Program

Isi program pembinaan berhubungan dengan sasaran, isi program tersebut sangat sekali berpengaruh terhadap jalannya keberhasilan program pembinaan. dalam isi program pembinaan sebaiknya memperhatikan hal-hal berikut ini :

1. Isi harus sesuai dengan tingkat perkembangan dan pengetahuan peserta muallaf dan berhubungan dengan pengalaman mereka.
2. Isi tidak selalu teoritis, tetapi praktis dalam arti dapat dibahas dan dikembangkan dari berbagai aspek pandangan dan pengalaman para muallaf, serta dapat dipraktekkan dalam kehidupannya.
3. Isi tidak terlalu banyak, akan tetapi disesuaikan dengan daya tangkap para muallaf dan waktu yang tersedia.⁴¹

c. Pendekatan Program

Berikut beberapa pendekatan utama dalam program pembinaan, antara lain :

1). Pendekatan Informatif

Dengan pendekatan informatif, *informative approach*, pada dasarnya orang akan menjalankan program dengan menyampaikan informasi kepada para peserta. Melalui pendekatan informatif biasanya program pembinaan di isi dengan ceramah

⁴⁰ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, h. 16

⁴¹ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, h. 11

atau kuliah oleh berbagai pembicara tentang berbagai hal yang dianggap perlu oleh para peserta.

Dengan pendekatan seperti itu partisipasi peserta biasanya hanya dalam pembinaan dalam ruang lingkup kecil saja, artinya hanya terdapat beberapa peserta. Partisipasi peserta terbatas pada permintaan penjelasan atau penyampaian pertanyaan mengenai hal-hal yang belum mereka mengerti.

2). Pendekatan Partisipatif

Pendekatan partisipatif, *participative approach*, berlandaskan kepercayaan bahwa para peserta sendiri merupakan sumber pembinaan yang utama. Maka dalam pembinaan, pengetahuan, pengalaman, dan keahlian mereka dimanfaatkan sebagai proses belajar bersama, dimana pembina dan para peserta belajar satu sama lain. Pendekatan ini banyak melibatkan para peserta, pembina tidak sebagai guru akan tetapi sebagai kordinator dalam proses belajar, meskipun ia juga wajib memberikan masukan, imput, sejauh dibutuhkan oleh tujuan program.

3). Pendekatan Eksperensial

Pendekatan eksperensial, *experencial approach*, berkeyakinan bahwa belajar yang sejati terjadi karena pengalaman pribadi dan langsung. Dalam pendekatan eksperensial para peserta dilibatkan dalam situasi dan pengalaman dalam bidang yang dijadikan pembinaan, untuk itu dituntut keahlian tinggi dari pembinaannya.⁴²

3. Metode-Metode Pembinaan

Berikut metode-metode dalam program pembinaan, antara lain :

⁴² Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, h. 17

- a. Metode Perkenalan, metode ini merupakan metode yang digunakan untuk membantu para peserta agar mengenal satu sama lain mengenai pribadi dan latar belakang kehidupan mereka. Dengan tujuan sebagai langkah awal untuk membentuk kekompakan kelompok.
- b. Metode Pemasaran, metode ini merupakan metode pembinaan yang berupa kegiatan atau permainan yang bertujuan menarik perhatian, membantu sebagai permulaan aktif terlibat pada acara, membantu melepaskan beban mental pada keikutsertaannya dan membantu para peserta terlibat satu sama lain.
- c. Metode Informatif, merupakan metode yang menekankan menyampaikan informasi atau pesan dari pembina kepada peserta.
- d. Metode Partisipatif, metode ini merupakan metode yang dapat melibatkan para peserta, yang termasuk dalam metode ini adalah pernyataan, pengumpulan gagasan, audio visual, diskusi kelompok, kelompok berbincang-bincang, studi kasus, peragaan peran, dan yang lainnya.
- e. Metode Eksperensial, metode ini merupakan metode yang memberikan kemungkinan kepada para peserta untuk belajar melalui pengalaman langsung dan nyata, antara lain; ungkapan kreatif, motivasi, berjalan buta, kerja proyek, kunjungan kelapangan, lokakarya, tinggal di suatu tempat, dan yang lainnya.
- f. Metode Partisipatif - Eksperensial, metode ini merupakan gabungan antara metode partisipatif dengan eksperensial yang pada dasarnya menyangkut permainan peran yang menghubungkan langsung para peserta dengan pengalaman dan mempergunakan metode yang mendukung. Maka unsur eksperensialnya

tergantung dari keterlibatan peserta pada proses permainan peran yang ada, metode ini antara lain; pertemuan, demonstrasi, latihan stimulasi, dan yang lainnya.⁴³

4. Pengertian Muallaf

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian muallaf, yang diambil dari berbagai sumber antara lain :

Dalam Ensiklopedi Dasar Islam, muallaf adalah seseorang yang semula tidak beriman kemudian masuk ke kedalam agama Islam.⁴⁴ Muallaf dalam Ensiklopedi Hukum Islam adalah orang yang hatinya diteguhkan atau dijinakkan agar hatinya cenderung kepada Islam. Dalam arti yang lebih luas adalah orang yang dijinakkan atau dicondongkan hatinya dengan perbuatan baik dan kecintaan terhadap Islam, yang ditunjukkan melalui ucapan dua kalimat syahadat.⁴⁵ Dalam fiqih sunnah disebutkan bahwa muallaf adalah orang diusahakan dirangkul dan ditarik serta diteguhkan hatinya dalam ke-Islaman disebabkan belum mantapnya keimanan mereka.⁴⁶

Kemudian muallaf dalam Ensiklopedi Islam Indonesia adalah orang-orang yang sedang dilembutkan dan dibujuk hati mereka.⁴⁷ Puteh juga mengatakan bahwa “muallaf merupakan mereka yang telah melafalkan kalimat syahadat dan termasuk dalam golongan muslim yang perlu diberikan bimbingan dan perhatian oleh

⁴³ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, h. 37

⁴⁴ Achmad Roestandi, *Ensiklopedi Dasar Islam*, (Jakarta : PT. Pradaya Paramita, 1993) h.173

⁴⁵ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta : PT. Ictiar Baru Van Hoeve, 1997) h.1187

⁴⁶ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, alih bahasa oleh Mahyuddin Syarif, (Bandung : Al Ma'arif, 1996) h.96

⁴⁷ Harun Nasution dkk, *Ensiklopedi Islam Indonesia*, (Jakarta, Djembatan, 1992) h.130

golongan yang lebih memahami Islam”.⁴⁸ Setelah mengucapkan dua kalimat syahadat, asumsi yang muncul adalah individu akan mendalami Islam. Dalam proses mendalaminya muallaf akan menemui beberapa tahap yang memerlukan ilmu, dorongan, kesabaran, sokongan, nasehat, dan motivasi berkelanjutan untuk menghadapi setiap tahapan, sehingga pada akhirnya mereka dapat mencapai tahap ketenangan dalam menjalani agama. Dari beberapa pengertian di atas tentang muallaf, penulis menyimpulkan bahwa muallaf adalah orang yang beriklar mengucapkan dua kalimat syahadat dengan sepenuh hati, kemudian perlu adanya bimbingan agama atau pengetahuan serta dukungan baik fisik maupun mental untuk bisa menjalani kehidupan baru yang lebih baik.

⁴⁸ Titian Hakiki dan Rudi Cahyono, Komitmen Beragama pada Muallaf, *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, Vol. 4. No. 1 April 2015, h.22