



PSIKOLINGUISTIK SEBAGAI PENDEKATAN KOMUNIKASI DAKWAH PADA GENERASI MILENIAL

M. Anis Bachtiar¹, Prihananto², Bustanul Arifin³, Ellyda Retpitasi⁴

¹⁻²Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

³Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, ⁴ Institut Agama Islam Negeri Kediri
anis.bachtiar@uinsby.ac.id¹, pri@yahoo.com², arifin.bustan65@gmail.com³,
ellyda@iainkediri.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received: 20 Agustus 2022

Accepted: 10 September 2022

Published: 1 Oktober 2022

Keyword:

Psikolinguistik,
Komunikasi Dakwah,
Padepokan

Abstract

The purpose of this research is to reveal the forms of communication approaches in preaching by Ustad Iwan Zuswanto at Padepokan Kandang Badak and the results of his preaching communication approach towards the congregation. The researcher employed a qualitative research method with the phenomenological approach of Edmund Husserl. The findings indicate that there are three preaching communication approaches, namely psycholinguistic approaches: 1) Language, utilizing precise language selection (diction) to facilitate the congregation's understanding of the material. 2) Utilizing intonation and articulation, accompanied by nonverbal language support such as facial expressions and gestures, creating a comfortable atmosphere for the members during the lectures at the padepokan. 3) Providing content that matches the capacity of the members and focusing on problem-solving in the teaching material, motivating the congregation to practice according to their individual abilities

Tujuan penelitian ini mengungkapkan bentuk pendekatan komunikasi dakwah ustad Iwan Zuswanto di Padepokan Kandang Badak dan hasil pendekatan komunikasi dakwah ustad Iwan Zuswanto di Padepokan Kandang Badak terhadap jamaahnya. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 3 (tiga) pendekatan komunikasi dakwah sebagai pendekatan psikolinguistik, yaitu; 1). Bahasa, yang digunakan menggunakan pemilihan bahasa (diksi) yang tepat, sehingga jamaah merasa mudah memahami materi pengajian. 2). Menggunakan intonasi dan artikulasi serta disertai dengan dukungan bahasa nonverbal yaitu mimik dan gesture, anggota merasa nyaman mengikuti pengajian di padepokan. 3). Materi yang sesuai dengan kapasitas anggota dan materi pengajian yang berorientasi pada problem solving, jamaah termotivasi untuk mengamalkan sesuai dengan kecakapan masing-masing.

Copyright © 2022 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id

Pendahuluan

Dakwah di era milenial membutuhkan inovasi dan kreatifitas agar mendapatkan hasil secara optimal. Berbagai strategi dan pendekatan digunakan yang disesuaikan dengan kondisi audien secara komprehensif sesuai dengan kompetensi dan keahlian da'i, kondisi audien meliputi karakteristik, *local wisdom*, kondisi psikologis, kondisi fisik, latar belakang Pendidikan, tingkat pengetahuan dan sebagainya.

Dakwah melalui media memiliki beberapa keunggulan yang memungkinkan memiliki daya tarik tersendiri karena era milineal identik dengan era kemajuan teknologi termasuk media komunikasi. Sedangkan untuk dakwah secara lisan dibutuhkan keahlian khusus agar audien lebih responsif terhadap materi dakwah yang disampaikan, ini menjadi tantangan tersendiri bagi da'i yang menggunakan metode dakwah billisan. Kompetensi *public speaking* sangat dibutuhkan dalam dakwah *billisan*, kecakapan mengelola bahasa *verbal* yang meliputi intonasi, artikulasi didukung dengan *gesture* dan *mimic* diperlukan untuk memperkuat kecakapan retorika seorang da'i.

Penggunaan Bahasa *verbal* sangat dipengaruhi oleh jenis dan kualitas bahasa yang disampaikan. sebagai makhluk yang unik dan sebagai pengguna bahasa manusia dengan sendirinya dimaknai sebagai organisme yang melakukan kegiatan untuk mencapai ranah psikologi yang terdiri dari aspek kognitif, aspek afektif, maupun aspek psikomotorik. Kecakapan dalam melakukan bahasa baik secara *reseptif* (kecakapan menyimak dan membaca) ataupun produktif (kecakapan berbicara

dan menulis) tentunya melibatkan ketiga ranah tersebut. Kecakapan dasar dalam memiliki Kecakapan bahasa sangat berkaitan erat antara kecakapan yang satu dengan kecakapan yang lainnya yaitu antara reseptif dan produktif.¹

Seorang da'i haruslah memiliki kecakapan komunikasi seperti berbicara secara sistematis, tidak berbelit-belit, menggunakan bahasa yang fasih jelas, dan terang dalam berkomunikasi, menggunakan bahasa yang mudah dicerna oleh lawan bicara dan lain sebagainya. Oleh karena itu, untuk menguasai kelancaran dalam komunikasi diperlukan struktur dalam (kompetensi bahasa) yang menentukan kualitas struktur luar bahasa (performansi bahasa).²

Kualitas bahasa manusia tidak sama, hal ini tergantung kualitas otak masing-masing manusia. Ada manusia yang memiliki gaya bahasa indah, tersistematis, nyaman didengar sebab diimbangi dengan kualitas akal atau pikiran yang positif. Tentu, akan berbeda dengan manusia yang bahasanya terbata-bata, berbelit-belit, sulit dimengerti itu juga sebab kualitas pikirannya yang kurang baik. Sering juga kita jumpai orang yang berbicara sekedar simbol saja, atau ada yang berbahasa seperti orang *ngigau* itu disebabkan orang tersebut memiliki gangguan dalam kecakapan berbahasa. Tentu, bahasa menjadi unsur yang penting, menentukan kualitas bahasa tergantung pada kualitas pikiran.³

Beberapa penelitian terdahulu, antara lain: 1. Dewi Astutik, *Deskripsi Kalimat Imperatif Dalam Bahasa Lisan Ustadz Maulana Dengan Tema "Bersedekah Pada Orang Tua" Dan "Di*

¹ Alam Budi Kusuma. Pemerolehan Bahasa Pertama Sebagai Dasar Pembelajaran Bahasa Kedua (Kajian Psikolinguistik), *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, Volume 5, Nomor 2, Desember 2016. 119.

² Abdul Chaer, *Psikolinguistik: Kajian Teoretik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 167.

³ Abdul Majid Sayyid Ahmad Mansur, *Ilm al-Lughah al-Nafs* (Riyad: al-Mamlakah al-Arabiyah al-Su'udiya, 1982), 32.

Balik Sebuah Musibah” di Youtube. Penelitian ini menelaah dan mengkaji tentang wujud kalimat *imperatif* dan klasifikasi kalimat *imperatif* dalam bahasa lisan ustadz Maulana. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima jenis kalimat *imperatif* yaitu, analisis pertama, kalimat *imperatif* biasa yang ditandai dengan penggunaan penanda intonasi perintah dan penambahan partikel –lah. Analisis kedua, kalimat *imperatif permintaan* yang ditandai dengan penanda leksikal kata sebaiknya dan coba. Analisis ketiga, kalimat *imperatif pemberian izin* yang ditandai dengan penanda leksikal kata silakan. Analisis keempat, kalimat *imperatif ajakan* yang ditandai dengan penanda intonasi perintah dan penanda kata ayo, mari, yuk. Analisis kelima, kalimat *imperatif larangan* yang ditandai dengan penanda intonasi perintah dan penanda leksikal kata jangan. Distingsi penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada orientasi pada munculnya penguatan spiritualitas dari komunikator untuk mendukung efektifitas komunikasi dakwah, yang memunculkan daya kekuatan sugesti. 2. M. Bayu Firmansyah, Tristan Rokhmawan, Oral Culture as a Santri’s “carrier of norms” : *Analysis of Didactic Content and Arranging Pictorial Stories of The Legend of Ulama*.

Penelitian yang dilakukan Bayu mengulas tentang legenda Kiai di Kota Pasuruan. Peneliti mengumpulkan berbagai cerita terkait Kiai dengan fokus penelusuran pada cerita yang bernilai didaktik. Peneliti mendatangi delapan situs penelitian berupa makam Kiai. Peneliti mendapatkan sepuluh judul cerita bermuatan konten didaktik. Berikutnya untuk membuktikan bahwa cerita-cerita yang dikumpulkan memiliki muatan konten didaktik, peneliti menganalisis isi cerita dengan pendekatan analisis konten.

Analisis konten dilakukan untuk membuktikan keberadaan konten didaktik berupa penggambaran nilai baik-buruk, moral, dan sanksi. Dari hasil analisis ditemukan bahwa cerita legenda Kiai dalam budaya lisan masyarakat santri Kota Pasuruan memuat konten didaktik terkait nilai-nilai normatif dalam masyarakat. Pandangan hidup masyarakat santri mengenai nilai baik-buruk, moral, dan sanksi diceritakan dalam isi legenda Kiai untuk diteruskan sebagai pesan bagi anak-anak, generasi penerus mereka. Budaya lisan berupa cerita legenda Kiai ini telah menjadi “pembawa nilai normatif” yang menjadi karakteristik kearifan masyarakat santri. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah orientasi pada munculnya penguatan spiritualitas dari komunikator untuk mendukung efektifitas komunikasi dakwah, yang memunculkan daya kekuatan sugesti.

Untuk membuktikan pengaruh penggunaan psikolinguistik sebagai pendekatan dakwah, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul *Psikolinguistik Sebagai Pendekatan Komunikasi Dakwah pada Generasi Post milenial*.

Teoritik tentang Psikolinguistik

Pesan adalah sebuah ide atau informasi yang memiliki makna, agar pesan dapat memiliki makna maka perlu disampaikan untuk mendapatkan tanggapan atau respon. Proses penyampaian pesan membutuhkan metode atau pendekatan, agar pesan dapat tersampaikan dan diterima secara efektif oleh orang lain. Pemilihan dan penentuan menggunakan metode atau pendekatan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan penyampaian pesan. Baik pesan yang berupa ide pemikiran atau informasi dibutuhkan untuk meningkatkan

penambahan konsep pengetahuan setiap orang.

Dalam hal ini komunikasi memiliki peran yang besar terhadap proses penyampaian pesan. Komunikasi banyak menawarkan metode dan pendekatan dalam penyampaian pesan (message), antara lain penggunaan bahasa dalam komunikasi. Pemilihan dan penggunaan bahasa yang tepat memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian pesan dalam komunikasi. Bahasa harus disesuaikan dengan tingkat pengetahuan dan pemahaman penerima pesan atau komunikan.

Terkait dengan bahasa paling tidak dikenal tiga model, yaitu: psikolinguistik, neurolinguistik dan sosiolinguistik. Ketiga model tersebut saling melengkapi satu sama lain dengan spesifikasi tekanan bahasa yang berbeda. Pada penelitian kali ini peneliti fokus mengkaji model psikolinguistik sebagai pendekatan dalam komunikasi. Psikolinguistik merupakan studi tentang bagaimana pengamatan atau persepsi orang dewasa tentang bahasa dan bagaimana bahasa menghasilkan bahasa. Selain itu, psikolinguistik juga merupakan proses kognitif yang mendasari ketika seseorang menggunakan bahasa.⁴

Pada perspektif yang lebih luas, psikolinguistik dapat dipahami sebagai studi tentang pemrosesan bahasa manusia mengenai penyelidikan dasar-dasar psikologis bahasa. Ini berkaitan dengan bahasa tertulis dan lisan, pemahaman dan produksi mereka, dan sifat sistem linguistik dan model pemrosesan. Sejalan

dengan kajian ilmu dan keahlian kognitif, asal-usul psikolinguistik juga berkaitan dengan psikologi kognitif.⁵ Psikolinguistik berkaitan dengan bagaimana orang, anak-anak dan orang dewasa sama, memperoleh, belajar, memahami dan menghasilkan bahasa dalam konteks penggunaan bahasa pertama, kedua, dan *multibahasa*. Ini juga berkaitan dengan studi tentang proses membaca dan menulis di antara anak-anak dan orang dewasa dalam situasi yang berbeda.⁶ Kecakapan luar biasa untuk menangani kebaruan dalam bahasa ini dimungkinkan karena setiap bahasa terdiri dari seperangkat prinsip yang dengannya unsur-unsur arbitrer (bunyi ucapan, gerak isyarat bahasa isyarat) digabungkan menjadi kata-kata, yang pada gilirannya digabungkan menjadi kalimat.⁷

Abdul Chair mengatakan bahwa makna bahasa dalam komunikasi, diawali dengan cara membuat *encode semantic* juga *encode gramatikal* pada otak pembicara, selanjutnya membuat *encode fonologi*. Lalu dilanjutkan melakukan penataan secara sistematis *decode fonologi*, *decode gramatikal*, dan *decode semantic* kepada pendengar pada otaknya.⁸ Keadaan motivasi dapat mempengaruhi aspek-aspek linguistik yang terpisah dari pesan-pesan serta aspek-aspek non-linguistik yang terus menerus berubah-ubah, meskipun yang terakhir mungkin lebih rentan terhadap efek-efek tersebut. Ini adalah masalah psikolinguistik yang jelas, mengenai hubungan antara keadaan komunikator dan keadaan pesan.⁹

⁴ Mar'at Samsunuwiyati, *Psikolinguistik Suatu Pengantar*. (Bandung: Refika Aditama, 2011), 1

⁵ John Benjamins B.V. *Psycholinguistic and Cognitive Inquiries into Translation and Interpreting*, (Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2015), 29.

⁶ John Benjamins B.V. *Psycholinguistic and Cognitive Inquiries into Translation and Interpreting*, 29.

⁷ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics* (British Library. Set in 10/12pt Palatino by SPi Publisher Services, Pondicherry, India Printed in Singapore, 2011), 2.

⁸ Abdul Chaer, *Psikolinguistik: Kajian Teoretik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 167.

⁹ John W. Gardner, *PSYCHOLINGUISTICS, A Survey Of Theory And Research Problems* (Baltimore: Waverly Press, Inc, 1954). 164

Pengkodean semantik, dilakukan dengan melakukan asosiasi dengan hierarki unit pengkodean alternatif atau 'ekspresi'. Efek dari peningkatan pergerakan umum harus lebih lanjut ke pengkodean *semantik stereotip*, dan efek dari peningkatan pergerakan spesifik harus meningkatkan probabilitas dan amplitudo dari unit pesan yang terkait dengan status pergerakan tersebut atau sambil mengurangi latensinya, misalnya, cenderung memindahkannya.¹⁰ Desain dasar untuk *decoding* dapat disarankan menggunakan predeterminasi probabilitas transisi yang sama (kata benda ke kata kerja, kata sifat ke kata benda, dan sebagainya). Subjek pertama-tama dapat mengenal daftar kata-kata ini dan kemudian menggunakannya sebagai kosakata untuk pengkodean cerita pendek secara spontan.¹¹

Kompetensi yang kuat menyatakan bahwa mekanisme pemrosesan kalimat manusia secara langsung menggunakan aturan tata bahasa dalam operasinya, dan bahwa mesin ekstragramatika minimal diperlukan. Hipotesis ini, yang awalnya diusulkan oleh Chomskyan dan bertentangan dengan pendekatan yang diarahkan pada penemuan prinsip-prinsip otonom yang unik untuk mekanisme pemrosesan.¹² Keberhasilan penjelas jaringan saraf dan teori leksikal berbasis kendala menyarankan teori statistik kinerja bahasa. Karya ini mengadopsi pandangan numerik persaingan dalam tata bahasa yang didasarkan pada probabilitas. "Eager/Bersempang" dalam pengertian ini berarti situasi eksperimental yang akan

dimodelkan adalah situasi seperti pembacaan mandiri di mana para pembaca kalimat tidak tergesa-gesa dan tidak ada informasi yang diabaikan pada titik di mana ia dapat digunakan.¹³

Psikolinguistik baik dalam bahasa verbal maupun bahasa tulis dipengaruhi oleh tanda baca (punctuation) agar dapat dipajami oleh pendengar atau pembaca. Setiap tanda baca mengandung pemaknaan yang berbeda, oleh karena penggunaan tanda baca mempengaruhi efektifitas dalam penyampaian pesan atau ide. Untuk bahasa verbal tanda baca dapat diimplementasikan melalui intonasi dan artikulasi. Dalam konteks model membaca psikolinguistik, tidak ada sistem isyarat yang ada dalam ruang hampa. Isyarat grafonik, sintaksis, dan semantik saling melengkapi dalam keadaan interaksi yang kompleks, atau redundansi; dan pembaca mampu memilih dari karakteristik tampilan visual yang berlebihan beberapa *subset* isyarat bahasa yang memfasilitasi pemrosesan informasi tertulis. Jika hal ini benar, maka model psikolinguistik dari proses membaca pada akhirnya harus mampu menyatakan dengan tepat kondisi dimana isyarat tertentu menjadi berlebihan atau kritis untuk pemrosesan makna dari bahasa tertulis. Salah satu sistem isyarat tersebut adalah tanda baca.¹⁴ Perkembangan teori dan praktik tanda baca dalam sejarah bahasa Inggris menampilkan campuran yang membingungkan dari filosofi yang berlawanan. Walter Ong (1944) menunjukkan bahwa ahli tata bahasa abad pertengahan mengembangkan tiga tanda baca "yang dirancang terutama

¹⁰ John W. Gardner, *Psycholinguistics, A Survey Of Theory And Research Problems*, 166.

¹¹ John W. Gardner, *Psycholinguistics, A Survey Of Theory And Research Problems*, 166.

¹² John Hale, *A Probabilistic Earley Parser as a Psycholinguistic Model* (Baltimore: Department of

Cognitive Science The Johns Hopkins University, tt), 1.

¹³ John Hale, *A Probabilistic Earley Parser as a Psycholinguistic Model*, 1.

¹⁴ R. Scott Baldwin, James M. Coady, *Psycholinguistic Approaches to A Theory of Punctuation*, *Journal of Reading Behavior* X,4, 363.

untuk memenuhi tuntutan membaca lisan". Yaitu tanda napas, ini secara bertahap berkembang menjadi koma, titik dua, dan periode yang dijelaskan Brightland sebagai berikut: Penggunaan titik-titik, jeda, atau berhenti, tidak hanya untuk memberikan waktu bernapas yang tepat: tetapi untuk menghindari Ketidakjelasan, dan Kebingungan dalam menggabungkan kata-kata dalam sebuah kalimat.¹⁵

Simbol tanda baca (koma, titik, tanda tanya): Simbol titik, tanda tanya, dan koma tersedia untuk menandai bagian kalimat normal. Namun, tanda baca sering menyebabkan masalah dalam pidato spontan karena kalimat "tepat" sering hilang. Berhenti total: Dalam kasus yang meragukan, alasan untuk memasukkan titik mungkin: struktur tata bahasa, intonasi, jeda, pernapasan, awal dari gagasan baru (Gerard Kempen and Karin Harbusch). Tanda tanya: Dalam kasus yang meragukan, sebagai alasan untuk menyisipkan tanda tanya: Kata, struktur kalimat, intonasi, konteks. Koma: Dalam kasus yang meragukan, tata bahasa, partikel yang memperkenalkan *klausa* bawahan, intonasi, pikiran yang terhubung, *frasa* yang dipisahkan oleh pernapasan atau jeda. Simbol tanda baca hanya dapat didahului oleh item leksikal atau komentar. Peristiwa lain, termasuk pernapasan, keragu-raguan, atau suara yang sama sekali tidak dapat dipahami harus ditempatkan setelah simbol tanda baca. Koma tidak dapat disisipkan di akhir peralihan.¹⁶

Secara teoritis, model psikolinguistik pemrosesan bahasa fokus pada sifat sinyal bahasa, dasar biologis bahasa, termasuk

sistem pendengaran dan visual, organisasi bahasa di otak, dan sistem artikulatoris dan manual untuk menjelaskan persepsi dan produksi ucapan, menulis, penyimpanan dan pengambilan leksikal, dan pemahaman dan produksi ucapan banyak kata. Secara metodologis, psikolinguistik memiliki fokus yang kuat pada eksperimen, pengukuran yang tepat dan analisis statistik data.¹⁷

Psikolinguistik sebagai Pendekatan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi adalah untuk mengemukakan 'perasaan, suasana hati, dan bahasa yang dipakai untuk menyampaikan informasi biasa bersifat faktual atau proposional agar dapat lebih mudah dipahami dan diterima oleh pendengar. Artinya, bahwa dalam proses komunikasi membutuhkan bahasa yang efektif dan efisien agar penyampaian, pesan, ide, gagasan dan informasi dapat berjalan lancar.

Bahasa adalah sistem komunikasi utama bagi spesies manusia. Dalam keadaan biasa digunakan untuk menyampaikan pikiran melalui ucapan. Ini adalah sistem khusus, bagaimanapun, yang berfungsi secara independen dari ucapan, pemikiran, dan komunikasi. Karena salah satu tema utama buku ini adalah untuk mengidentifikasi aspek unik dari sistem linguistik manusia, mungkin akan membantu untuk membedakan antara bahasa dan sistem lain yang biasanya berinteraksi dengannya: bicara, berpikir, dan komunikasi.¹⁸ Bahasa isyarat juga beroperasi di bawah prinsip-prinsip yang

¹⁵ R. Scott Baldwin, James M. Coady, *Psycholinguistic Approaches to A Theory of Punctuation*, 364.

¹⁶ Gerard Kempen and Karin Harbusch, *Verb-second word order after German weil 'because': Psycholinguistic theory from corpus-linguistic data*, *Linguistic data. Glossa: a journal of general linguistics* 1(1): 3. 1–32

¹⁷ John Benjamins B.V. *Psycholinguistic and Cognitive Inquiries into Translation and Interpreting*, 29.

¹⁸ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics* (British Library. Set in 10/12pt Palatino by SPi Publisher Services, Pondicherry, India Printed in Singapore, 2011), 5

berbeda dari pemikiran dan komunikasi. Apa yang membedakan antara bahasa isyarat dan bahasa lisan adalah mode transmisi: gestural untuk yang pertama dan artikulatoris-fonetik (ucapan) untuk yang terakhir.¹⁹ Bahasa adalah sistem komunikasi utama bagi manusia, tetapi bukan satu-satunya cara untuk berkomunikasi, sehingga bahasa dapat dibedakan dari komunikasi pada umumnya. Banyak bentuk komunikasi tidak bersifat linguistik; ini termasuk komunikasi non-verbal, matematis, dan estetika melalui musik atau seni visual.²⁰ Seringkali, bahasa tidak digunakan untuk berkomunikasi atau mentransfer informasi; bahasa dapat digunakan secara estetis (pertimbangan puisi atau lirik lagu) atau sebagai sarana untuk menegosiasikan interaksi sosial.²¹

Psikolinguistik adalah studi tentang pikiran manusia itu sendiri seperti halnya studi tentang kecakapan pikiran untuk berkomunikasi dan memahami. Kedalaman penuh, kekayaan, dan ruang lingkup psikolinguistik jauh melampaui batas saat ini. Dapat dicontohkan, dimulai dengan kecakapan bahasa bayi yang baru lahir, bagaimana bayi mewakili kecakapan berbicara, bagaimana mereka memperoleh kosa kata pertama dan bagaimana kemudian sebagai orang dewasa, mereka mewakili dan mengakses kata-kata dalam leksikon mental (baik berbicara maupun menulis).²² Psikolinguistik juga memperhatikan perolehan keterampilan tata bahasa pada anak-anak dan pemrosesan kalimat oleh orang dewasa menjadi teks dan pemahaman wacana.

Wilhelm Wundt (1832-1920) mencatat dalam *Die Sprache* (1900) psikolinguistik adalah tentang pikiran seperti halnya tentang bahasa.²³

Komunikasi Dakwah

Komunikasi merupakan sarana untuk menyampaikan pesan, ide atau gagasan kepada orang lain, terlepas respon dari komunikan positif ataupun negatif dengan segala subyektifitasnya. Teori komunikasi modern menganggap informasi meningkat tidak hanya dengan jumlah pesan yang diterima tetapi juga dengan penurunan probabilitas setiap pesan : yaitu, dengan peningkatan jumlah pesan yang telah dikirim.²⁴

Informasi yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan dapat berupa pemikiran dari ide atau gagasan yang muncul darinya. Namun informasi yang disampaikan dalam komunikasi juga dapat berupa keyakinan terhadap suatu ideologi, termasuk ideologi agama yang berupa dokma atau doktrin. Terkait dengan informasi yang berhubungan ideologi agama disebut dengan dakwah atau propaganda, dalam agama Islam komunikasi tersebut disebut dengan komunikasi dakwah (dakwah). Komunikasi dakwah merupakan proses retorika persuasif yang dilakukan oleh komunikator dakwah (da'i) untuk menyebarkan pesan-pesan yang mengandung nilai-nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, kepada jamaah untuk memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.²⁵

¹⁹ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 5..

²⁰ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 6.

²¹ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 6.

²² Hojat Jodai, *An Introduction to Psycholinguistics* (The University of Guilan: 2011), 12.

²³ Hojat Jodai, *An Introduction to Psycholinguistics*, 12.

²⁴ D.E. Broadbent, *Perception And Communication*, (London: Pergamon Press, 1908), 20.

²⁵ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah, Paradigma untuk Aksi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 3

Dalam bahasa Arab kata dakwah disebut *mashdar*, dakwah yang memiliki arti seruan, seruan atau ajakan. Maka, bentuk kata kerja (*fiil*) berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya memanggil, memanggil atau mengajak. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah *tabligh*, *amr ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *wasiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*. Dakwah berarti mengajak atau menyeru manusia untuk berada sesuai perintah Allah SWT, dengan fitrah dan spiritualitasnya secara integral, baik melalui kegiatan lisan dan tulisan maupun kegiatan akal dan perbuatan, sebagai upaya mewujudkan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran spiritual yang universal menurut dasar Islam.²⁶

Suatu kebenaran yang menyeluruh secara holistik, yang dapat dilihat secara empiris sensual, misalnya setelah terlibat dengan dakwah Islam, maka kehidupan sehari-harinya akan menjadi lebih baik, juga dapat dibuktikan secara rasional bahwa cara berpikirnya sesuai dengan kebenaran. tujuan hidup, juga secara etis menggambarkan bahwa hidupnya telah berpedoman pada ajaran yang diyakini kebenarannya dan segala sesuatunya dapat dipertanggungjawabkan kepada Yang Maha Kuasa, Allah swt, sebagai bagian dari ketakwaan kepada-Nya.²⁷ Sedangkan karakter dakwah Islam menurut Nurcholis Madjid dalam Imron Rosyidi mengatakan, Islam, seperti agama-agama lain, tidak dapat menghindari penyebaran misinya yang diyakini memiliki kebenaran eksklusif. Namun karena dakwah berarti “panggilan”, maka tidak boleh ada paksaan

dalam kegiatan dakwah sendiri. Menurut Nurcholish Madjid, dakwah wajib menyesuaikan realitas sosial yang plural.²⁸

Proses fundamental dalam komunikasi dakwah yaitu *shared use*, terdiri dari mengirim informasi dan menerima informasi. Ada pula komunikasi dakwah melalui media lain, seperti tulisan, tanda, atau berupa kode-kode tertentu yang dapat dimengerti.²⁹

Kinerja sistem dakwah dalam menganalisis permasalahan publik melalui kerjasama dan kolaborasi antara semua pihak yang terlibat dalam keberlangsungan dakwah. Dalam hal ini, unsur penting yang erat kaitannya adalah hubungan timbal balik yang baik antara da'i dan *mad'u* tentang seberapa jauh masukan yang diterima *mad'u* itu sendiri.³⁰ Secara operasional sistem dakwa juga mengandung unsur-unsur dakwah yang meliputi Subyek) *da'i*, (audien) *mad'u*, (media) *wasilah*, (materi) *maddah*, dan (metode) *thariqah*. Kelima unsur senantiasa melekat satu sama lain dalam praktek komunikasi dakwah.

Seorang da'i harus menjadi contoh atas pesan yang disampaikan dengan alasan apapun kehebatan seorang da'i, ketika audien mengetahui kepribadian da'i maka akan sangat mempengaruhi baik tidaknya audien untuk mendengarkan dan mengikuti dan menjalankan pesan yang disampaikan.³¹

Selain ada pelaku komunikasi dakwah tentu ada juga penerima (obyek) pesan komunikasi dakwah. Masyarakat merupakan objek dakwah, masyarakat secara sosiologis mengalami perubahan

²⁶ Asep Muhidin, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qura'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 19.

²⁷ Asep Muhidin, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qura'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 19.

²⁸ Imron Rosyidi, *Agama dalam Pergumulan Masyarakat Kontemporer*, (Yogyakarta Tiara Wacana, 1998). 113-127.

²⁹ Bambang Sugito, *Dakwah Melalui Media Wayang Kulit* (Solo: Aneka, 1992), 122.

³⁰ M. Anis Bachtiar, *Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer* Jurnal Komunikasi Islam | Volume 03, Nomor 01, (Juni 2013): 155.

³¹ Akhmad Sagir, *Dakwah Bil-Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i*, Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah Vol.14 No.27, (Januari-Juni 2015): 21.

sosial dalam berbagai bidang. Perubahan yang terjadi di masyarakat bisa berlangsung lambat dan cepat. Perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat pada tahap selanjutnya akan mempengaruhi pola perilaku masyarakat yang bersangkutan. Perubahan yang terjadi di masyarakat sebenarnya harus diikuti oleh dakwah Islam, baik dari segi metode, strategi dan materi dakwah, harus dapat mengikuti perkembangan masyarakat yang notabene menjadi sasaran dakwah.³²

Mad'u atau obyek dakwah harus dipahami secara baik agar ketika membuat perencanaan dakwah dapat dilakukan dengan baik. Identifikasi kondisi *mad'u* baik dari aspek latar belakang pengetahuan agama, ideologi agama, karakteristiknya diperlukan agar tidak terjadi kesalahan ketika membuat perencanaan dakwah. Dalam prakteknya komunikasi dakwah juga berkaitan dengan pesan dakwah (*maddah*), yaitu pesan tentang nilai-nilai ajaran Islam yang bersumberkan kepada *al Qur'an* dan *al Hadith*. Pemilihan suatu pesan dakwah berpengaruh besar terhadap keberhasilan komunikasi dakwah, artinya materi komunikasi dakwah harus disesuaikan dengan tingkat dan kondisi audien. Sedangkan materi komunikasi dakwah itu meliputi, *aqidah*, *shari'ah* dan *akhlak* yang juga memerlukan aspek *Iman*, *Islam* dan *Ihsan*.

Maddah atau dakwah yaitu pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Pesan dakwah merupakan sangat penting dalam keberlangsungan proses dakwah dan akan menentukan keberhasilan. Kegiatan dakwah dapat berhasil dan efektif jika materinya bersifat informatif, edukatif dan memberikan solusi masyarakat. Pesan dakwah dapat memberikan dampak kepada *mad'u* jika

pesan-pesan yang disampaikan telah dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penyusunan rencana dakwah seorang da'i harus mencakup pengelolaan pesan yang ingin disampaikan.³³

Komponen atau unsur berikutnya dalam sistem komunikasi dakwah adalah wasilah atau media dakwah. Media juga merupakan bagian dari operasional dakwah yang tidak bisa diabaikan, peran dan fungsinya cukup penting untuk mendukung keberhasilan pencapaian tujuan dilaksanakannya dakwah. Pemilihan dan kecakapan untuk mengimplementasikan dalam praktek dakwah berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah. Jika salah dalam memilih media dakwah apalagi tidak cakap dalam penggunaannya dapat berakibat terjadi kegagalan dalam dakwah. Media (*wasilah*) dalam komunikasi juga merupakan bagian yang tidak dapat diabaikan dalam praktek dakwah, karena dapat mendukung keberhasilan dalam pelaksanaan komunikasi dakwah. Pemilihan dan penggunaan media yang tepat dalam pelaksanaan komunikasi dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan dalam dakwah.

Terjadinya proses dakwah dikarenakan adanya interaksi antara sejumlah unsur masyarakat, yang terdiri dari dai (komunikator) atau penceramah, penerima/pendengar, lingkungan dan sarana/media dakwah. Unsur ini menjadi satu kesatuan suatu sistem yang saling mempengaruhi dalam suatu kegiatan dakwah. Keberhasilan dakwah sangat ditentukan oleh peran semua elemen tersebut. Seperti unsur yang sangat mendukung dalam proses pelaksanaan dakwah yaitu media dakwah. Para da'i akan ketinggalan zaman jika mereka tidak

³² Ali Amran, *Dakwah dan Perubahan Sosial*, HIKMAH, Vol. VI, No. 01 Januari 2012, 68-86. 70

³³ Kamaluddin, *Pesan Dakwah*, FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman Vol. 02 No. 2 (Desember 2016): 38.

segera beradaptasi dengan kemajuan. Para *da'i* dituntut mampu menguasai informasi, mereka tidak bisa lagi hanya mengandalkan referensi yang telah digunakan, kecuali referensi primer. Temuan-temuan baru dari tahun ke tahun lahir oleh banyak peneliti dan semuanya dapat diakses melalui internet.

Dengan perkembangan teknologi yang cukup pesaat, media tradisional dakwah saja tidak cukup, maka diperlukan media yang mampu mengikuti perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi dalam proses dakwah Islam agar tidak ketinggalan.³⁴ Komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indera manusia dan dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan jumlah komunikan yang menjadi sasaran dakwah, mereka diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media non-massa. Penggunaan media massa dalam berkomunikasi ketika komunikan banyak dan tinggal jauh. Pada umumnya, media massa saat ini yang sering digunakan sehari-hari seperti, surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang bergerak di bidang informasi dakwah. Media non massa digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faksimili, papan pengumuman, CD, e-mail, dan sebagainya. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikasinya tidak massal.³⁵

Selain media dakwah komponen lain yang tidak dapat diabaikan dalam proses penyampaian pesan komunikasi dakwah

oleh seorang *da'i* kepada *mad'u* adalah metode dakwah (*thariqah*). Metode dakwah merupakan unsur dakwah yang memiliki peran penting dan strategis bagi keberhasilan dakwah. Metode dakwah selalu berkembang sesuai dengan perkembangan keadaan dan kondisi zaman. Oleh karena itu pemilihan metode harus tepat, sehingga dakwah menjadi *up to date*, menjadi bagian strategis dari kegiatan dakwah. Para pegiat dakwah dituntut untuk terus mengembangkan metode dakwah yang mampu mengantisipasi berbagai permasalahan perkembangan zaman. Akan tetapi dalam mengembangkan metode dakwah tidak menghalalkan segala cara, mengandung tipu muslihat dan kebohongan, tetapi tetap berlandaskan nilai-nilai yang diajarkan *al-Qur'an* dan *al-Sunnah*.

Al-Qur'an telah memberikan landasan baku mengenai prinsip-prinsip yang harus dibangun dalam berbagai metode dakwah. Prinsip ini di antaranya terdapat dalam surat *al-Nahl* ayat 125, yaitu: *al-Hikmah, al-mauidzah al-hasanah*, dan *al-mujadala ahsan*, kemudian diaktualisasikan dan dikuatkan dengan prinsip-prinsip dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW.³⁶ Kata hikmah berasal dari akar kata "*ḥakama*", sebuah kata yang menggunakan huruf *hā'*, *kāf* dan *mīm* yang oleh Ibn Fāris diartikan sebagai المنع "*untuk menghalangi*" seperti *hakam* yang berarti mencegah penganiayaan, pengendalian hewan disebut *hakama* yang berarti mencegah hewan mengarah pada kekerasan tidak diinginkan, atau liar.³⁷

³⁴ Aminuddin, *Media Dakwah*, Al-Munzir Vol. 9, No. 2 (November 2016): 35.

³⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 105.

³⁶ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran*, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4 No. 15 Januari-Juni 2010, 1007.

³⁷ Abū al-Ḥusain Aḥmad ibn Fāris ibn Zakariyā, *Mu'jam al-Muqāyis fī al-Lughah*, (Cet. II: Bairut: Dār al-Fikr li al-Tarbiyah wa al-Nasyr wa al-Tauzī, 1998), 277.

Dakwah *al-hikmah* berarti sebagai suatu kegiatan menyeru atau meminta secara arif, argumentatif filosofis, penuh kesabaran dan ketabahan, sesuai dengan pesan nubuwah dan ajaran Al-Qur'an. Dakwah *al-hikmah* dikenal sebagai dakwah yang bijaksana, selalu memperhatikan suasana, situasi, dan kondisi *mad'u*. Selalu melihat keadaan *mad'u* seperti demografi masyarakat, kondisi psikologis, budaya dan lainnya.³⁸ Metode dakwah bil hikmah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, dalam QS. *Al-Nahl*, 16:125, yaitu memberi teladan yang terbaik dalam sikap dan perilaku, dengan selalu santun kepada siapapun. Inilah yang kemudian disebut dengan *akhlaqul kharimah*. *Al-mauidzah al-hasanah*, menurut beberapa ahli bahasa dan ahli tafsir, memiliki pengertian sebagai berikut.³⁹

Untuk metode dakwah *Al-mujadalah al-ahsan* yaitu dakwah yang dilakukan melalui kegiatan bantahan, diskusi, atau berdebat dengan cara yang terbaik, sopan, santun, saling menghargai, dan tidak arogan. Dalam pandangan Muhammad Husain Yusuf, cara dakwah ini diperuntukkan bagi manusia jenis ketiga, seperti orang-orang yang hatinya dikungkung secara kuat oleh tradisi *jahiliyah*, yang dengan sombong dan angkuh melakukan kebatilan, serta mengambil posisi arogan dalam menghadapi dakwah.⁴⁰

Generasi Post Milenial

Setiap jaman memiliki *style* dan karakter, yang tentunya masing-masing jaman memiliki perbedaan. Dipengaruhi oleh dinamika perkembangan budaya, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi,

yang tentunya juga berpengaruh terhadap persepsi dan orientasi. Sehingga akhirnya setiap jaman memiliki ciri khas era yang berbeda-beda dengan berbagai bentuk tradisi dan budaya. Sejarah perkembangan manusia senantiasa dipengaruhi oleh karakter ilmu pengetahuan di masanya, seperti, masa klasik, masa pertengahan, masa modern dan masa post modern, yang saat ini lebih dikenal dengan era post milenial. Setiap era dibatasi oleh masa interval tahun yang jelas dan terukur sebagai pembeda untuk memudahkan identifikasi produk budaya, tradisi dan ilmu pengetahuan masing-masing era. Demikian juga era post milenial yang tentunya memiliki karakteristik pembeda dengan era sebelumnya.

Meskipun setiap manusia adalah individu, sudah ada banyak upaya untuk membuat generalisasi dan mendefinisikan kelompok orang yang berbeda. Salah satu hasil generalisasi adalah terciptanya istilah "generasi". Generasi didefinisikan sebagai kelompok yang dapat diidentifikasi yang berbagi tahun lahir, lokasi usia, dan peristiwa kehidupan yang signifikan pada tahap perkembangan kritis. Mannheim membawa masukan penting untuk pengembangan istilah "generasi", menyoroti fakta bahwa fenomena generasi adalah salah satu faktor dasar yang berkontribusi pada asal mula dinamika perkembangan sejarah.⁴¹ Generasi post milenial menjadi menjadi tren dan sering diperbincangkan oleh masyarakat. Generasi post milenial memiliki perbedaan dengan generasi sebelumnya, karena mereka sangat erat sekali dengan yang namanya teknologi. Hal ini disebabkan saat masa pertumbuhan Generasi post milenial

³⁸ Nur Alhidayatillah, *Urgensi Dakwah Bil Hikmah pada Generasi Millenial*, Idarotuna, Vol. 1, No. 2. April 2019, 40.

³⁹ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran*, 1018.

⁴⁰ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran*, 1018

⁴¹ Anna Dolot, The characteristic of Generation Z, "e-mentor" 2018, s. 44–50, <http://dx.doi.org/10.15219/em74.1351>. 44.

diikuti dengan perkembangan teknologi maju pesat, sehingga generasi post milenial sangat sulit untuk menjauhi dari perangkat teknologi seperti *smartphone*.

Presiden Pew Research Center, mengumumkan bahwa pada tahun 1996 sebagai titik akhir kelahiran generasi Post milenial, menjadikan tahun 1997 sebagai tahun awal bagi individu Gen Z. Lyons, LaVelle, dan Smith (2017) menentukan tahun kelahiran untuk anggota Gen Z antara 1993 dan 1999. Bagi Madden (2017) siapa pun yang lahir antara 1995 dan 2009 dianggap sebagai anggota Pasca Post milenial atau Generasi Z. Sebagian besar anggota generasi ini masih berusia remaja, yang lebih tua baru mencapai usia 24 tahun.⁴²

Rentang usia Generasi Z sangat bervariasi. Dalam tabel 1 contoh rentang yang berbeda disediakan. Perlu juga digarisbawahi bahwa generasi berikutnya mengikuti Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi Alfa – orang-orang yang lahir setelah 2010. Tidak ada generasi sebelumnya yang memiliki istilah sebanyak Generasi Z, misalnya: iGeneration, Gen Tech, Online Generation, Post Millennials, Facebook Generation, Switchers, “always click”.⁴³

Lyons, LaVelle, & Smith, mengatakan, pada *Generasi Z* sering kali dibandingkan dengan Generasi Post milenial sebelumnya dalam hal karakteristik. Namun demikian, studi menunjukkan bahwa ada beberapa perbedaan antara dua generasi, karena mereka biasanya dibentuk oleh konteks di mana mereka muncul. Pemahaman dan karakterisasi individu *Generasi Z* harus

mempertimbangkan beberapa aspek yang menentukan.⁴⁴

Anggota Generasi Z tumbuh dengan konektivitas global instan, yang difasilitasi oleh *smartphone*, *tablet*, perangkat yang dapat dikenakan, *platform* media sosial, dan sebagainya. Oleh karena itu, teknologi merupakan bagian integral dari kehidupan mereka bersama dengan konektivitas Internet bahkan lebih daripada yang dimiliki oleh individu Gen Y yang lebih tua. Kedua, anggota *Gen Z* adalah pembuat konten. Mereka menggunakan media sosial dan konektivitas internet instan untuk mengakses sumber daya. “Media sosial memiliki banyak potensi pengaruh positif pada kehidupan anak muda, seperti meningkatkan koneksi sosial, membantu pekerjaan rumah dan memungkinkan remaja mengembangkan identitas mereka dan berbagi proyek kreatif.”⁴⁵

Penelitian (Criteo, 2017) menunjukkan bahwa *Gen Z* yang lebih muda menyukai platform yang lebih baru seperti *Snapchat* dan *Instagram*, sementara anggota *Gen Z* yang lebih tua terus menggunakan *Facebook*. Temuan ini juga berkorelasi dengan penelitian lain yang menunjukkan “telah terjadi penurunan dominasi *Facebook* di antara kelompok anak muda ini, tetapi tetap menjadi bagian penting dari campuran media sosial mereka”. Angka tersebut mengungkapkan bahwa 72% anak usia 13-17 tahun menggunakan *Instagram*, 69% menggunakan *Snapchat* dan hanya

⁴² Alexandra VIȚELAR, *Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding*, Management Dynamics in the Knowledge Economy Vol.7 (2019) no.2. 262.

⁴³ Anna Dolot, *The characteristic of Generation Z, “e-mentor”* 2018. 45.

⁴⁴ Alexandra VIȚELAR, *Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding*, 262

⁴⁵ Alexandra VIȚELAR, *Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding*, hal. 263.

setengahnya (51%) menggunakan *Facebook*.⁴⁶

Perendaman media sosial adalah aspek lain yang menentukan dari generasi ini. *Gen Z* menghabiskan hampir sembilan jam sehari mendengarkan media, melihat layar atau perangkat. Termasuk waktu yang dihabiskan untuk multitasking; mereka rata-rata terpapar lebih dari 13 jam sehari”. Madden (2017) menunjukkan dampak negatif dari kejenuhan media, seperti rentang perhatian yang lebih pendek, dan kebutuhan hiburan yang konstan. Penelitian lain (IPSOS MORI, 2018) menekankan bahwa penggunaan media sosial memiliki risiko, karena dapat dikorelasikan dengan kecemasan, intimidasi, tekanan teman sebaya, harga diri yang lebih rendah, di samping hasil yang jauh lebih positif. Namun demikian, *Generasi Z* sangat kreatif (E&Y, 2015), selalu adaptif (Madden, 2017), dan memiliki pola pikir digital yang sangat berharga.⁴⁷

Laporan McKinsey & Company menyoroti empat perilaku mendasar *Gen Z*, semuanya didasarkan pada satu elemen – generasi ini terus mencari kebenaran (Francis & Hoefel, 2018). Keempat perilaku tersebut, seperti terlihat pada gambar 2, mengacu pada (1) ekspresi individu yang sangat dihargai oleh anggota *Gen Z*; (2) Inklusivitas dan egoisme, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian lain (E&Y, 2015), yang berkorelasi dengan temuan Francis & Hoefel (2018). Ini berarti bahwa kaum muda lebih menekankan peran mereka di dunia sebagai bagian dari ekosistem yang lebih besar dan tanggung jawab mereka untuk

membantu memperbaikinya (E&Y, 2015), karena mereka memobilisasi diri mereka sendiri untuk berbagai tujuan. (3) Akhirnya, proses pengambilan keputusan mereka sangat analitis dan pragmatis.

Francis dan Hoefel lebih jelas mengatakan bahwa individu *Generasi Y* lebih suka bereksperimen dengan cara yang berbeda untuk menjadi diri mereka sendiri dan membentuk identitas mereka dalam jangka panjang, daripada mendefinisikan diri mereka sendiri melalui *stereotip*. Selain itu, pencarian mereka akan keaslian menghasilkan kebebasan berekspresi yang lebih besar dan keterbukaan yang lebih besar (Francis & Hoefel, 2018) Untuk alasan ini, sangat menarik untuk memahami cara individu *Gen Z* berhubungan dengan merek pribadi mereka.⁴⁸

Urgensi Psikolinguistik sebagai Pendekatan Komunikasi Dakwah di Era Post milenial (Post Milenial)

Dari paparan tentang generasi *post milenium* (*Generasi Z*), dapat dipahami bahwa meskipun usianya masih muda, mereka sudah aktif secara profesional. Hal ini dapat mempengaruhi gaya hidup dan keputusan hidup mereka dan membuat mereka lebih mandiri dan dewasa. Hal ini memiliki pengaruh terhadap desain komunikasi dakwah yang akan disampaikan oleh seorang da'i. Oleh karena itu setiap hendak menyampaikan komunikasi dakwah, seorang da'i seyogyanya mempersiapkan secara matang dan terukur dalam membuat rencana dakwah dengan memperhitungkan berbagai hal yang terkait dengan unsur-

⁴⁶ Alexandra VIȚELAR, *Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding*, hal. 263.

⁴⁷ Alexandra VIȚELAR, *Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding*, hal. 263.

⁴⁸ Alexandra VIȚELAR, *Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding*, hal. 263.

unsur dakwah, juga menggunakan strategi dakwah yang efektif. Di antara yang perlu dipertimbangkan dan dipersiapkan adalah menggunakan pendekatan komunikasi dakwah yang disesuaikan dengan kondisi audiens.

Untuk mendukung keberhasilan komunikasi dakwah, di antara pendekatan yang dapat digunakan adalah: psikolinguistik, neurolinguistik dan sosiolinguistik. Psikolinguistik sebagai pendekatan komunikasi dakwah dapat membantu da'i lebih mudah memberikan pemahaman pesan yang disampaikan dengan menyentuh aspek emosi atau perasaan audiens.

Seperti paparan tentang makna psikolinguistik di atas, yaitu bidang studi interdisipliner di mana tujuannya mengkaji bagaimana orang memperoleh bahasa, bagaimana orang menggunakan bahasa untuk berbicara dan memahami satu sama lain. Bidang penting dari psikolinguistik adalah pemerolehan bahasa. Sama seperti setiap budaya manusia memiliki setidaknya satu bahasa, anak-anak di setiap budaya memperoleh tata bahasa dan leksikon bahasa atau bahasa di lingkungan mereka dan mengembangkan kecakapan untuk menggunakan pengetahuan linguistik itu dalam produksi dan pemahaman ucapan.⁴⁹

Konsep dasar dalam psikolinguistik, bahwa makna kalimat adalah fungsi dari makna kata-kata individu dan bagaimana kata-kata itu diatur secara struktural. Orang secara sadar menyadari banyak elemen bahasa seperti konsonan atau vokal, suku kata, dan kata tetapi mereka cenderung tidak menyadari struktur kalimat. Ketika seseorang membaca di media populer

bahwa beberapa subkultur. Orang mungkin tidak menyadari struktur kalimat seperti halnya bunyi dan kata, karena struktur kalimat abstrak. Sinyal akustik dari kalimat yang direkam memiliki sifat yang mencerminkan konsonan dan vokal yang dibawanya.⁵⁰

Berbeda dengan bunyi dan kata-kata, struktur sintaksis tidak direpresentasikan dalam sinyal lisan atau tertulis. Pada saat yang sama, struktur kalimat menjadi aspek sentral dari setiap kalimat. Meskipun tidak memiliki realitas fisik, struktur kalimat memiliki realitas psikologis: harus diwakili oleh pembicara dan dipulihkan oleh pendengar agar makna kalimat dapat tersampaikan. Dengan kata lain, arti sebuah kalimat tergantung pada organisasi struktural kata-kata kalimat itu.⁵¹

Ketika seseorang mulai belajar bahasa baru, sesuatu yang biasanya dilakukan di sekolah, tugas tersebut sering dikonseptualisasikan sebagai menghafal kosa kata baru. Pembelajar bahasa dengan cepat menyadari bahwa struktur sama pentingnya dengan fitur bahasa baru seperti halnya kosakatanya. Memang, bilingual biasanya memiliki pemahaman struktur bahasa yang lebih baik daripada monolingual, karena mereka terbiasa memperhatikan bahwa ambiguitas dalam satu bahasa tidak paralel dengan yang lain, misalnya, dan terjemahan kata demi kata biasanya tidak berfungsi. Semua ini membuat bilingual lebih sadar akan struktur kalimat daripada monolingual.⁵²

Jadi bahasa yang meliputi kalimat, kata-kata, konsonan, fokal yang disampaikan dengan menggunakan intonasi, artikulasi serta disertai dengan bahasa non verbal, seperti: mimik, gestur

⁴⁹ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 10.

⁵⁰ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 11.

⁵¹ Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 12.

⁵² Eva M. Fernández and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, 12.

memiliki pengaruh terhadap pemahaman pendengar. Oleh karena itu bahasa komunikasi seharusnya dapat memberikan pemahaman yang tepat kepada pendengar dengan menggunakan berbagai macam cara dalam penyampaian bahasa komunikasi. Seorang komunikator dalam praktek komunikasi dakwah, tidak cukup hanya menguasai pengetahuan agama yang luas dan mendalam tetapi juga dituntut untuk memiliki kompetensi bahasa penyampaian komunikasi yang baik, sehingga ketika menyampaikan pesan-pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami oleh audiens. Sehingga audiens dengan senang hati menerima dan mengamalkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh komunikator komunikasi dakwah.

Karakteristik masyarakat post post milenial cenderung bersifat kritis, karena pengaruh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Transformasi informasi begitu masif dan sporadis, berbagai informasi dapat diakses dengan mudah, sehingga konsep pengetahuan mereka sangat banyak. Kecakapan penguasaan bahasa dengan menggunakan pilihan kata dan kalimat yang tepat sesuai dengan konteks akan lebih menarik perhatian masyarakat terutama di kalangan anak muda. Bahasa yang mengandung sentuhan-sentuhan emosi jiwa disertai dengan karakter rasional logik dan empirik dapat memiliki pengaruh yang kuat kepada komunikan. Terutama dalam penyampaian pesan-pesan dakwah yang bersifat dogmatik yang lebih bersifat tekstual membutuhkan kecakapan membahasakan dengan bahasa kontekstual. Banyak bahasa teks dalam *al Qur'an* dan *hadith* masih bersifat normatif, perlu dijelaskan lebih operasional dan aplikatif. Maka di sini dibutuhkan kompetensi yang mendalam seorang da'i tentang bahasa untuk mendukung penyampaian dakwahnya.

Sehingga aktifitas *amar ma'ruf nahi munkar* dapat berjalan dengan lancar dan dapat berhasil secara optimal.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *field research* paradigma kualitatif. Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Jenis dan sumber data penelitian ini dapat berupa data kualitatif berupa hasil dari observasi, dokumentasi dan *interview* atau wawancara tentang, opini, sikap pengalaman atau karakteristik subyek penelitian kepada informan.

Analisis data kualitatif dalam penelitian dilakukan guna mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, Adapun kegiatannya meliputi kegiatan mengorganisasikan data, memilahnya menjadi unit-unit yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan hal-hal yang penting dan yang akan dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Reduksi data diartikan sebagai proses menyeleksi, memfokuskan pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Kesimpulan sementara biasanya dapat ditangkap oleh peneliti saat kegiatan di lapangan masih berlangsung. Oleh karena itu, proses verifikasi dapat dilakukan selama penelitian masih berlangsung.

Setelah data terkumpul terkait dengan kegiatan pengajian di Padepokan Kandang Badak yang dibina oleh ustad Zuswantoro, melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berikutnya dianalisis dengan analisis deskriptif menggunakan analisis fenomenologi Edmund Husserl.

Hasil dan Pembahasan

1. Gaya Bahasa Komunikasi Dakwah

Gaya bahasa dalam komunikasi memiliki peran yang penting terhadap keberhasilan suatu komunikasi termasuk komunikasi dakwah. Proses penyampaian suatu pesan dapat memiliki pengaruh yang kuat manakala tepat dalam penggunaan gaya bahasa.

Peran bahasa secara umum telah memainkan peran penting dalam menghubungkan bidang mental khusus yang pada manusia memainkan peran yang penting. Pada peran bahasa tertentu, kategori tata bahasa khusus bahasa memberikan pengaruh pada proses kognitif, juga menunjukkan bahwa kategori semantik khusus bahasa dapat mempengaruhi pemikiran.⁵³

Jenis hubungan lain antara bahasa dan aspek kognisi lainnya muncul ke permukaan dalam studi interaksi linguistik. Salah satu bidang minat psikolinguistik tradisional adalah bagaimana informasi kontekstual digunakan untuk menyelesaikan petunjuk dan ambiguitas. Perspektif psikolinguistik menarik tentang proses mental yang terlibat dalam dialog, dan bahwa mekanisme psikolinguistik dikembangkan untuk, dan sangat selaras dengan, pertukaran informasi verbal yang cepat dalam pengaturan percakapan..⁵⁴

Berdasarkan referensi di atas bahwa bahasa memiliki peran yang kuat untuk mempengaruhi aspek kognisi seseorang. Ini artinya bahwa kecakapan berbahasa yang baik dari seorang komunikator termasuk komunikator komunikasi dakwah memberikan

kemungkinan yang besar terhadap penerimaan pesan dakwah kepada komunikan baik secara individu maupun dalam bentuk kelompok.

Hal ini merupakan modal yang penting sebelum seorang komunikator menyampaikan pesan-pesannya. Dengan demikian perlu upaya pelatihan atau persiapan agar ucapan yang keluar dari seorang komunikator memiliki kekuatan bahasa yang baik dan kuat, sehingga mampu memberikan pengaruh kepada komunikan dan cenderung menerima dengan mudah segala apa yang disampaikan. Ini membuktikan bahwa bahasa memiliki peran yang kuat terhadap penyampaian pesan, karena bahasa sebagai alat komunikasi yang dapat mempengaruhi emosi. Sedangkan disiplin ilmu yang mengembangkan bahasa antara lain adalah psikolinguistik.

Psikolinguistik berkaitan dengan studi tentang proses kognitif yang mendukung perolehan dan penggunaan bahasa. Ruang lingkup psikolinguistik mencakup kinerja bahasa dalam keadaan normal dan ketika rusak.⁵⁵ Jadi psikolinguistik mungkin tidak pernah mencapai model produksi dan persepsi bahasa yang terintegrasi, karena mungkin tidak ada integrasi seperti itu model dua arah mungkin tidak berkembang pada model terpisah dari proses satu arah. Namun, kita tidak akan tahu sampai kita mencobanya.⁵⁶

Proses komunikasi dengan menggunakan bahasa memang merupakan fenomena nyata dan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai subyektif. Artinya setiap

⁵³ Anne Cutler, Wolfgang Klein, and Stephen C, *The Cornerstones of Twenty-First Century Psycholinguistics*, 10.

⁵⁴ Anne Cutler, Wolfgang Klein, and Stephen C, *The Cornerstones of Twenty-First Century Psycholinguistics*, 11.

⁵⁵ Hojat Jodai, *An Introduction to Psycholinguistics*, 3

⁵⁶ Anne Cutler, Wolfgang Klein, and Stephen C, *The Cornerstones of Twenty-First Century Psycholinguistics*, 11.

komunikator memiliki kompetensi yang berbeda satu sama lainnya baik dari *style* maupun kekuatannya. Setiap komunikator tentunya dapat mengikuti atau melakukan pelatihan peningkatan kompetensi tentang bahasa *verbal*, namun tentu hasinya akan berbeda. Hal itu disebabkan oleh adanya faktor kedalaman potensi yang berbeda baik dalam kekuatan emosi maupun spiritual.

Terutama ketika menyampaikan pesan dakwah, tidak hanya dituntut untuk mempengaruhi audien dengan bahasa yang mengandung kekuatan jiwa tetapi sangat dibutuhkan pula kompetensi kedalaman spiritual yang memungkinkan dapat menyentuh aspek kesadaran ruhani *audien*. Di sinilah harapan faktor *x* dalam komunikasi dakwah dapat dimunculkan, yaitu faktor *hidayah* dari Allah SWT.

Kesadaran menerima pesan dakwah dan menjalankannya dalam kehidupan sehari-hari perlu dorongan spiritual yang kuat, agar audien ketika menjalankan pesan dakwah dapat dilaksanakan secara berkelanjutan atau *istiqamah*. Karena menjalan nilai-nilai agama secara *istiqamah* itu tidak muda, namun ketika kesadaran spiritual seorang audien munul maka dengan sendirinya akan berusaha mempertahankannya. Kecakapan melakukan komunikasi spiritual ini dapat mendukung keberhasilan dalam penyampaian pesan dakwah.

Dalam komunikasi, proses informasi, pertukaran, ide, proses berbagi makna antara pengirim dan penerima pesan, bahwa komunikasi pada hakikatnya menjadi alat individu, antar individu atau lebih, bahkan dalam suatu komunitas, guna menjalin hubungan dan interaksi sosial. Pihak-pihak yang terlibat (penyampai dan penerima) akan saling bertukar informasi,

tanggapan, persepsi, melalui simbol-simbol atau simbol-simbol yang memiliki arti dalam pencapaian suatu tujuan.

Proses pertukaran ide, gagasan dan pemikiran antara seorang komunikator dengan komunikan jika disertai dengan nilai-nilai spiritual dapat memberikan dampak yang kuat mempengaruhi wilayah bawah sadar komunikan. Spiritualitas seorang komunikator dakwah dapat mendorong bahasa dan materi komunikasi masuk pada diri audien dengan kuat serta mampu membuai audien, sehingga audien dapat menikmati komunikasi dengan nyaman dan cenderung menerima serta akan mengamalkan segala pesan komunikasi dakwah.

2. Materi Komunikasi Dakwah yang Lugas

Di antara unsur yang terpenting dalam komunikasi dakwah merupakan pesan dakwah. Pesan dakwah yang menarik dapat mempengaruhi komunikan dan cenderung dapat menerima kemudian melaksanakannya. Pesan yang interes meliputi itu meliputi kesesuaian antara isi pesan dengan kondisi yang sedang dialami oleh audien. Atau pesan yang disampaikan itu dapat menyentuh emosi audien karena materinya berkaitan dengan sesuatu yang dibutuhkan olehnya.

Pesan diartikan sebagai bagian dari unsur-unsur yang harus ada dalam komunikasi. Tanpa pesan, sudah pasti komunikasi tidak akan pernah terjadi. Dalam istilah komunikasi pesan diartikan juga pesan, isi atau informasi.⁵⁷ Pesan yang terdapat dalam komunikasi dakwah merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator dakwah yaitu *da'i* kepada objek atau sasaran dakwah yaitu *mad'u*. Pesan dakwah berisi materi dakwah atau

⁵⁷ Hafied Cangara.. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2005), 24.

biasa diartikan juga dengan *maddah ad-dakwah* yang bersumber dari Al-quran dan Sunnah Rasul.⁵⁸

Pesan yang ingin disampaikan wajib disusun secara sistematis. Untuk menyusun pesan, baik dalam bentuk pidato atau pesan percakapan, maka harus mengikuti urutan, misalnya dalam bentuk tulisan, kemudian ada pendahuluan, pernyataan, argumen, dan kesimpulan. bahwa pesan komunikasi harus terstruktur berdasarkan topik pembahasan, mulai dari yang paling penting hingga yang paling tidak penting, dari yang mudah ke yang sulit, dari yang familiar hingga yang asing.⁵⁹

Penerimaan dan penerimaan informasi baru bergantung pada tingkat kesadaran individu: semakin tinggi tingkat kesadaran seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut menerima pesan baru. Perubahan sikap kemudian untuk beberapa individu terjadi sebagai akibat dari komposisi pesan dan ide yang mereka hadapi.⁶⁰

Kesadaran individu berperan besar terhadap efektifitas penyampaian suatu pesan, artinya bahwa memang seorang komunikan benar-benar membutuhkan pesan itu untuk kepentingan dirinya terkait dengan pesan baru yang diterimanya. Jika pesan yang diterima oleh seorang komunikan tidak mengandung sesuatu yang baru dan dibutuhkannya, maka pesan komunikasi tidak akan efektif. Oleh karena itu seorang komunikator ketika menyampaikan sebuah pesan komunikasi harus menyesuaikan dengan tingkat kebutuhan pesan oleh komunikan.

Pesan komunikasi dalam dakwah meliputi: *aqidah*, *sharia'ah* dan *akhlak* yang juga menerminkan Iman, Islam dan Ihsan. Penyampaian masing-masing pesan tersebut membutuhkan strategi dalam pelaksanaannya. Sedapat mungkin masing-masing pesan dakwah tersebut dapat tersampaikan secara teintegratif dan komprehensif. Artinya masing-masing pesan dakwah tersebut sama-sama memiliki kedudukan yang penting.

Di era milenial ini tantangan dakwah begitu berat karena masyarakat cenderung bersifat rasionalis dan materialis, oleh karena itu dibutuhkan daya kreatif dan inovatif untuk menyampaikan pesan dakwah. Paling tidak ada strategi pendekatan dalam penyampaian pesan komunikasi dakwah, yaitu; pendekatan struktural, pendekatan kultural dan pendekatan mobilitas sosial.

Ketika dakwah dinilai sebagai media transformasi nilai dan ajaran Islam, maka dakwah sebenarnya telah memasuki ranah khusus, yaitu agama. Setiap agama memiliki nilai dan ajaran yang baik setidaknya oleh pemeluknya dan memiliki kecenderungan untuk mengubah ajaran tersebut untuk diikuti oleh orang lain, sehingga dapat diprediksi akan terjadi perebutan "panggilan". Jadi dakwah merupakan bagian yang harus ada dalam kehidupan umat beragama.⁶¹

Terdapat tiga strategi dakwah yang berhubungan dengan pengembangan masyarakat, diantaranya strategi struktural, strategi kultural dan mobilitas social. Pertama, sistem struktural yang diartikan sebagai pendekatan *top down* ialah

⁵⁸ Hafi Anshari. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1993). 140.

⁵⁹ Zikri Fachrul Nurhadi, *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi Volume*. 3 No. 1, April 2017, 92.

⁶⁰ Claes H. de Vreese *Media Message Flows and Interpersonal Communication The Conditional Nature of Effects on Public Opinion*,

Communication Research Volume 33 Number 1 February 2006 19- 21

⁶¹ M. Anis Bachtiar, *Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer*, *Jurnal Komunikasi Islam* | Volume 03, Nomor 01, Juni 2013, 156.

aktivitas dakwah yang terstruktur, terlembaga dan terorganisir dan menggunakan power, kekuasaan dan kewenangan untuk mencapai tujuan dakwah. Kedua, strategi dakwah kultural diartikan '*strategi dakwah bottom up*' berarti upaya dakwah yang memiliki tujuan untuk merubah tatanan sikap, tingkah laku dan pendapat *mad'u* dengan membangun kesadaran masyarakat atau individu, Dengan demikian istilah ini disebut sebagai dakwah *fardhiyya* yaitu pendekatan secara personel. Ketiga, mobilitas social adalah percepatan perubahan menuju tujuan dakwah dengan pengembangan kualitas dan kuantitas pelaksana dakwah secara *skill* dan akademiknya. Seperti pembiayaan beasiswa dari dan memberi intensif atau pelatihan dan pemahaman berkenaan dengan syariat Islam.

Dakwah dalam pendekatan struktural dipahami sebagai strategi untuk mengajak seseorang, masyarakat bahkan suatu lembaga (*ma'du* atau objek dakwah) untuk menerima Islam berdasarkan tingkat status sosial (ekonomi dan pendidikan). . Misalnya, dalam sebuah institusi da'i akan menyasar mereka yang memiliki pengaruh atau posisi terhormat. Harapan da'i adalah jika mereka menerima Islam maka pengikut atau teman dekat mereka akan segera mengikuti; memeluk Islam.⁶²

Dakwah kultural merupakan dakwah Islam dengan pendekatan kultural, seperti dakwah yang akomodatif terhadap nilai-nilai budaya tertentu secara inovatif dan kreatif tanpa menghilangkan aspek-aspek keagamaan yang substansial. Berikutnya, menekankan pentingnya kearifan dalam memahami budaya masyarakat tertentu sebagai sasaran dakwah. Maka dakwah kultural merupakan dakwah dari bawah ke

atas dengan memberdayakan kehidupan beragama berdasarkan nilai-nilai spesifik yang dimiliki oleh sasaran dakwah. Lawan dari dakwah kultural ialah dakwah struktural, yang berarti dakwah yang menggunakan kekuasaan, birokrasi, dan kekuasaan politik sebagai alat untuk memperjuangkan Islam. Oleh karena itu, dakwah struktural lebih bersifat *top-down*.⁶³

3. Komunikasi Dakwah Berorientasi Problem Solving

Sebuah dakwah dikatakan efektif kalau dapat menyentuh kesadaran audien karena berkaitan dengan permasalahan yang dihadapinya. Di sini berarti dibutuhkan daya sensitif seorang komunikator dakwah sebelum menyampaikan dakwah. Referensi atau rujukan terkait dengan kondisi audien harus dimiliki untuk membantunya mempersiapkan materi yang tepat dari dakwah yang akan disampaikan.

Menurut temuan, komunikasi berbasis *problem solving* memiliki kontribusi unik terhadap komunikan. Karena komunikasi problem solving dapat memberikan kontribusi besar bagi komunikan dan karena jenis komunikasi ini juga dapat menimbulkan beberapa tantangan penting.

Audien dengan segala keunikannya tentu masing-masing individu memiliki dan mengalami permasalahan. Permasalahan keluarga, pekerjaan, ekonomi, sosial bahkan masalah fisik, psikis dan spiritual. Seorang komunikator dakwah tidak bisa hanya menyampaikan materi dakwah sesuai dengan keinginannya sendiri tanpa mempertimbangkan kebutuhan audien. Sebab hal itu akan berdampak pada daya interest dari audien. Dengan mengetahui

⁶² M. Anis Bachtiar, *Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer*, 165.

⁶³ M. Anis Bachtiar, *Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer*, 164.

ciri-ciri masyarakat Muslim di satu daerah kemudian da'i dapat memiliki gambaran yang jelas berhubungan dengan perilaku mereka, terkait dengan penerimaan mereka terhadap dakwah.

Sedapat mungkin dakwah yang berorientasi pada *problem solving* tidak bersifat sementara, artinya audien tidak diarikan solusi dari permasalahan yang dihadapinya. Tetapi mereka diajarkan cara bagaimana mereka menyelesaikan masalah yang mereka alami, sehingga hal ini akan menghilangkan sifat ketergantungan terhadap komunikator dakwah. Istilah yang sering digunakan adalah pemberdayaan masyarakat, yang memiliki tujuan munculnya independensi dan menghilangkan dampak dependensi.

Tentang pemberdayaan, Payne mengatakan sebagai berikut untuk membantu klien memperoleh kekuatan keputusan dan tindakan atas hidup mereka sendiri dengan mengurangi efek hambatan sosial atau pribadi untuk menjalankan kapasitas dan kepercayaan diri untuk menggunakan kekuasaan dan dengan mentransfer kekuasaan dari lingkungan kepada klien.⁶⁴

Kartasmita menyatakan bahwa dalam memberdayakan masyarakat harus dilakukan melalui tiga cara. Pertama, membuat suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat mampu berkembang. Maka dapat diketahui dahulu, potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Kedua, mengkokohkan dan meningkatkan potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah konkrit,

mampu menerima aspirasi, menyediakan prasarana dan sarana baik fisik (contoh jalan, listrik) sosial (seperti sekolahan maupun layanan fasilitas kesehatan).⁶⁵

Akses yang terbuka dari berbagai peluang akan membuat rakyat semakin berdaya contohnya saja ketersediaan lembaga-lembaga pendanaan, pelatihan dan lapangan kerja, modal, pemasaran produk. Ketiga, pemberdayaan masyarakat yang berarti melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Perlindungan dan keberpihakan kepada yang lemah menjadi dasar dalam konsep pemberdayaan rakyat. Melindungi dan membela wajib dilakukan dalam upaya pencegahan terjadinya persaingan yang tidak seimbang dan eksploitasi pihak yang lemah.⁶⁶

Gerakan dakwah pemberdayaan masyarakat berbasis masjid telah berhasil dilakukan oleh Rasulullah SAW. Rasulullah SAW telah berhasil mentransformasi dan membangun masyarakat muslim dengan cara gerakan dakwah dari Masjid Nabawi di Madinah. Pada masa keemasan Islam, selain sebagai pusat peribadatan, masjid telah mampu menjadi pusat kebudayaan masyarakat Islam.⁶⁷

Keberdayaan masyarakat ialah unsur-unsur yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan (*survive*), dan dalam pengertian yang dinamis pengembangan diri dan mencapai kemajuan. Unsur-unsur ini, berupa nilai-nilai yang dimiliki individu sebagai anggota masyarakat. Nilai-nilai terdiri dari unsur fisik, diantaranya

⁶⁴ Payne, Thomas Edward, *Describing morphosyntax: A guide for field linguists*. (Cambridge: Cambridge University Press 1997), 266.

⁶⁵ Onny S. Prijono dan A.M.W. Pranarka. *Pemberdayaan. Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*. (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 1996), 106.

⁶⁶ Onny S. Prijono dan A.M.W. Pranarka. *Pemberdayaan. Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*. (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 1996), 106.

⁶⁷ Cucu Nurjamilah, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid Dalam Perspektif Dakwah NABI SAW*. *Journal of Islamic Studies and Humanities* Vol. 1, No. 1 (2016) 93-119, 94.

sehat, terdidik, kuat dan inovatif. Sedangkan nilai intrinsik terdiri dari nilai kekeluargaan, kegotongroyongan, kejuangan dan kebhinekaan.⁶⁸

Dalah istilah dakwah pemberdayaan, dalam bahasa Arab berasal dari kata “*at-Tamkin*”, yang berarti bentuk masdar dari kata “*makkana-yumakkinu*”. Ia mencontohkan “makna fulan” yang berarti kenaikan derajat, dan *makkana 'ala syaiin*, yang berarti cakap dalam suatu bidang atau atasan. Maka, arti pemberdayaan ialah menempatkan sesuatu secara proporsional. Kemudian Yusuf menyebutkan bahwa pengertian kata “*al-Miknah*” yang berarti masdar dari kata “*makkana*”. *Al-Miknah* berarti kekuatan atau kekuasaan. Dikutip dari ayat Al-Qur'an surah al-Anfal ayat 71, yang artinya: " Maka sesungguhnya mereka telah berkhianat kepada Allah sebelum ini, lalu Allah menjadikan (kamu) berkuasa terhadap mereka.⁶⁹

Pengelolaan dakwah dalam pemberdayaan masyarakat terkadang masih asing dalam kamus kehidupan da'I, mengakitbatkan target yang direncanakan tidak akan tercapai secara maksimal. Kegiatan dikatakan profesional jika di *support* oleh keahlian tertentu dan berdasarkan kualitas tertentu, yang diperoleh dari pendidikan dan pelatihan tertentu.⁷⁰

Istilah profesionalisme sebenarnya sudah dikenal pada zaman Salafus Shalih. Istilah ini, bukanlah produk zaman modern. Hanya saja hal seperti ini belum mendapat perhatian yang memadai di

kalangan para da'i dan pemimpin ummat. Seringkali kita melihat kegiatan keislaman dilakukan di samping. Tanpa mengacu pada proses perencanaan yang matang.⁷¹

Dalam rangka mewujudkan tujuan dakwah khususnya dalam konteks pemberdayaan, menurut Mansour Fakih, orientasi, metode dan materi dakwah harus mengarah pada ciri-ciri pembangunan, yaitu: Pertama, ada komitmen yang kuat dari da' wah juru untuk masyarakat yang akan dilembagakan. Kedua, dai dan masyarakat harus lebih dekat dengan kesamaan visi, karena dai tidak hanya bertugas menyampaikan tetapi juga menjadi jembatan untuk memfasilitasi masyarakat.⁷²

Ketiga, isi dakwah bukan lagi gambaran masalah masyarakat yang harus diselesaikan oleh pihak lain, tetapi memfasilitasi masyarakat untuk dapat memahami diri sendiri, masalah dan potensinya, untuk proses transformasi dari sosial, politik, dan sosial. aspek psikologis dengan apa yang diinginkan masyarakat. Keempat, dakwah harus mampu menciptakan suasana bahwa masyarakat memiliki kecakapan dan potensi untuk menghasilkan ilmu dan menganalisisnya.⁷³

Kesimpulan

Setelah melalui proses analisis hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Bahwa pendekatan psikolinguistik komunikasi dakwah ustad Iwand Zuswantoro menggunakan tiga pendekatan

⁶⁸ Cucu Nurjamilah, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid Dalam Perspektif Dakwah NABI SAW*, 95.

⁶⁹ Cucu Nurjamilah, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid Dalam Perspektif Dakwah NABI SAW*, 95.

⁷⁰ Tomi Hendra, *Profesionalisme Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, Jurnal At-Taghyir : Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan

Masyarakat Desa Volume 1 Nomor 1 Tahun 2018, 4

⁷¹ Tomi Hendra, *Profesionalisme Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 4

⁷² Mansour Fakih, *Dakwah Siapa Yang Diuntungkan*, (Jakarta: P3M Pesantren No.04/Vol/1987), 11.

⁷³ Mansour Fakih, *Dakwah Siapa Yang Diuntungkan*, 11.

komunikasi dakwah, yaitu: 1. Bahasa yang digunakan menggunakan pemilihan bahasa (diksi) yang tepat, sehingga jamaah merasa mudah memahami materi pengajian. 2. Menggunakan intonasi dan artikulasi serta disertai dengan dukungan bahasa *non verbal* yaitu *mimik* dan *gesture*, anggota merasa nyaman mengikuti pengajian di padepokan. 3. Materi yang sesuai dengan kapasitas anggota dan materi pengajian yang berorientasi pada *problem solving* memiliki peran yang kuat untuk mempengaruhi aspek kognisi seseorang. Ini artinya bahwa kecakapan berbahasa yang baik dari seorang komunikator termasuk komunikator komunikasi dakwah memberikan kemungkinan yang besar terhadap penerimaan pesan dakwah kepada audien. Selanjutnya materi dakwah yang mudah dipahami karena dibahasakan dengan bahasa lugas, sederhana sesuai dengan kecakapan komunikasi. Sedangkan orientasi komunikasi dakwah yang berorientasi pada *problem solving*, mampu mengembangkan potensi yang dimiliki oleh *audien* untuk menyelesaikan masalahnya masing-masing. Rekomendasi, *Pertama*: untuk ilmuwan atau akademi dakwah diharapkan memiliki daya kreatifitas dalam mengembangkan keilmuan dakwah terutama di *era melineal*, karena tantangan dakwah lebih *masif*. *Kedua*: bagi praktisi dakwah dituntut untuk selalu berkreasi dan berinovasi termasuk dalam menciptakan dan menggunakan pendekatan komunikasi dakwah yang disesuaikan dengan kondisi *audien*.

Daftar Pustaka

- Abdillah, Fikri, *Islamic Public Speaking: A Powerful Secret for Powerful Muslim Public Speaker*, Solo: Tinta Medina, 2012.
- Aitchison, Jean, *The Articulate Mammal: An introduction to psycholinguistics*, Fifth edition. London: Routledge, 2008.
- Alawiyah, Tutty, *Strategi Dakwah*, Bandung : Mizan, 1997.
- Alhidayatillah, Nur, Urgensi Dakwah Bil Hikmah pada Generasi Millenial, *Idarotuna*, Vol. 1, No. 2. April 2019.
- Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran*, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4 No. 15 Januari-Juni 2010.
- Aminuddin, *Media Dakwah*, Al-Munzir Vol. 9. No. 2 November 2016.
- Amran, Ali, Dakwah dan Perubahan Sosial, *Hikmah* , Vol. VI, No. 01 Januari 2012.
- Anshari, Hafi. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1993.
- Arsanti, Meilan, *Pemerolehan Bahasa Pada Anak* (Kajian Psikolinguistik), Jurnal PBSI Vol. 3 No 2 tahun 2014.
- Aziz, Moh Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Prenada Media, 2004.
- Bachtiar, M. Anis, Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer, *Jurnal Komunikasi Islam* | Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.
- Baldwin, R. Scott, James M. Coady, Psycholinguistic Approaches to A Theory of Punctuation, *Journal of Reading Behavior* X,4, 363.
- Benjamins B.V John. *Psycholinguistic and Cognitive Inquiries into Translation and Interpreting*, Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2015.
- Bhakti, Wirayudha Pramana, Peranan Linguistik Terapan Dalam Dakwah Multikultural Di Indonesia, *RELIGIA* ISSN 1411-1632 (Paper) E-ISSN 2527-5992 (Online) Vol. 19, No.2, Oktober 2016.
- Broadbent, D.E., *Perception And Communication*, London: Pergamon Press, 1908.
- Chaer, Abdul, *Psiko Linguistic Kajian Teori*. Jakarta: RinekaCipta, 2009.

- Cutler, Anne, Wolfgang Klein, and Stephen C. *The Cornerstones of Twenty-First Century Psycholinguistics*, Nijmegen: Levinson Max Planck Institute for Psycholinguistics, 2005.
- de Vreese, Claes H. Media Message Flows and Interpersonal Communication The Conditional Nature of Effects on Public Opinion, *Communication Research* Volume 33 Number 1 February 2006.
- Dolot, Anna, *The characteristic of Generation Z, "e-mentor"* 2018, s. 44–50, <http://dx.doi.org/10.15219/em74.1351>.
- Eastman, Jacqueline K., Rajesh Iyer and Stephanie P. Thomas, The Impact of Status Consumption on Shopping Styles: An Exploratory Look at the Millennial Generation, *Marketing Management Journal* Volume 23, Issue 1 Spring 2013.
- Fakih, Mansour, *Dakwah Siapa Yang Diuntungkan*, Jakarta: P3M Pesantren No.04/Vol/1987.
- Eva Fernández, M. and Helen Smith Cairns, *Fundamentals of Psycholinguistics*, British Library. Set in 10/12pt Palatino by SPi Publisher Services, Pondicherry, India Printed in Singapore, 2011.
- Gardner, John W., *Psycholinguistics, A Survey Of Theory And Research Problems*, Baltimore: Waverly, Press, Inc, 1954.
- Hale, John, A Probabilistic Earley Parser as a Psycholinguistic Model, Baltimore: Department of Cognitive Science The Johns Hopkins University, tt.
- Hardy, Lee, *Edmund Husserl The Idea Of Phenomenology*, Kluwer Academic Publishers, Tt.
- Harras, Kholid A., Andika Dutha Bachari, *Dasar-dasar Psikolinguistik*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Press, 2009.
- Hendra, Tomi, Profesionalisme Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat, *Jurnal At-Taghyir : Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa* Volume 1 Nomor 1 Tahun 2018.
- Hormann, Hans, Hershkovitz Arnon, Whatsapp Is The Message: Out-Of-Class Communication, Student-Teacher Relationship, And Classroom Environment, *Journal Of Information Technology Education Research*, Volume 18, 2019. *Psycholinguistics An Introduction to Research and Theory Second Edition*, New York: Springer, 1979.
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Jodai, Hojat, *An Introduction to Psycholinguistics*, The University of Guilan: 2011.
- Kusuma, Alam Budi. Pemerolehan Bahasa Pertama Sebagai Dasar Pembelajaran Bahasa Kedua (Kajian Psikolinguistik), *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, Volume 5, Nomor 2, Desember 2016.
- Kuswarno, Engkus. *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*, Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- Leyden, Peter And Ruy Teixeira, *The Progressive Politics Of The Millennial Generation The Emerging Evidence On Why The Younger Generation Is Boosting Progressive Prospects For The Early 21st Century*, By In Partnership With Eric H. Greenberg June 21, 2007.
- Kamaluddin, Pesan Dakwah, *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman* Vol. 02 No. 2 Desember 2016.
- Kempen, Gerard and Karin Harbusch, Verb-second word order after German weil 'because': Psycholinguistic theory from corpus-linguistic data, *Linguistic data. Glossa: a journal of general linguistics* 1(1): 3.
- Mansur, Abdul Majid Sayyid Ahmad, *Ilm al-Lughah al-Nafs*, Riyad: al-

- Mamlakah al-Arabiyah al-Su'udiya, 1982.
- Ma'arif, Bambang S., *Komunikasi Dakwah, Paradigma untuk Aksi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Markarma, A, *Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran*, Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No. 1, Juni 2014: 127-151.
- Muhidin, Asep, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qura'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Muhtadi, A. S, *Pribumisasi Islam; Ikhtiar Menggagas Fiqh Kontektual*. Bandung: Pustaka Setia, 2005.
- Natsir Mulyana,,Deddy *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Nurhadi, Zikri Fachrul, Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi, *Jurnal Komunikasi* Volume. 3 No. 1, April 2017.
- Nurasia, Hubungan Psikolinguistik dalam Pemerolehan dan Pembelajaran Bahasa, *Jurnal Retorika*, Volume 10, Nomor 1, Februari 2017.
- Nurjamilah, Cucu, Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid Dalam Perspektif Dakwah NABI SAW. *Journal of Islamic Studies and Humanities* Vol. 1, No. 1 (2016) 93-119, 94.
- Payne, Thomas Edward, *Describing morphosyntax: A guide for field linguists*. Cambridge: Cambridge University Press 1997.
- Prijono, Onny S dan A.M.W. Pranarka. *Pemberdayaan. Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 1996.
- Rahmat, Jalaluddin, *Islam Aktual*, Bandung: Mizan, 1996.
- Rohim, Saiful, *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.
- Rosyidi, Imron, *Agama dalam Pergumulan Masyarakat Kontemporer*, Yogyakarta Tiara Wacana, 1998.
- Sagir, Akhmad, Dakwah Bil-Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i, *Alhadharah*, Jurnal Ilmu Dakwah Vol.14 No.27, Januari-Juni 2015.
- Samsunuwiyati, Mar'at, *Psikolinguistik Suatu Pengantar*. Bandung: Refika Aditama, 2011.
- Sheehan, Thomas and Richard E. Palmer, *Edmund Husserl Psychological And Transcendental Phenomenology And The Confrontation With Heidegger (1927-1931)* The Encyclopaedia Britannica Article, The Amsterdam Lectures, "Phenomenology and Anthropology" and Husserl's Marginal Notes in Being and Time and Kant and the Problem of Metaphysics.
- Sugito, Bambang, *Dakwah Melalui Media Wayang Kulit*, Solo: Aneka, 1992.
- Suharto, Media Sosial sebagai Medium Komunikasi Dakwah. *Al Mishbah*, Volume 13 Nomor 2, Juli-Desember 2017.
- Syam Nur. *Filsafat Dakwah*. Surabaya : Jengala Pustaka Utama. 2003.
- Tarigan, Henry Guntur. *Psikolinguistik*, Bandung: Angkasa. 1985.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1986.
- Vițelar, Alexandra, Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding, *Management Dynamics in the Knowledge Economy* Vol.7 (2019) no.2.
- Wallace, Ruth A. & Alison Wolf. *Contemporary Sociological Theory: Continuing The Classical Tradition*. New Jersey: Practice-Hall Englewood Cliff, 1986.
- Zakariyā, Abū al-Ḥusain Aḥmad ibn Fāris ibn, *Mu'jam al-Muqāyis fī alLughah*, Cet. II: Bairut: Dār al-Fikr li alTarbiyah wa al-Nasyr wa al-Tauzī, 1998.