

**KOMUNIKASI DAKWAH EMHA AINUN NADJIB DALAM ACARA
MOCOPAT SYAFAAT DI ADiTV**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun oleh :

Aditya Happi Kurniawan

NIM 09210098

Pembimbing :

Drs. H.M. Kholili, M.Si.

NIP.19590408 198503 1 005

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2014



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1140 /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**KOMUNIKASI DAKWAH EMHA AINUN NADJIB DALAM ACARA MOCOPAT
SYAFAAT DI ADI TV**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ADITYA HAPPY KURNIAWAN
NIM/Jurusan : 09210098/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 9 Juni 2014
Nilai Munaqasyah : 80,66 (B+)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

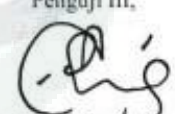
Ketua Sidang/Penguji I,


Drs. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 003

Penguji II,


Dra. Hj. Evi Septilini TH, M.Si.
NIP 19640923 199203 2 001


Penguji III,


Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP 19710328 199703 2 001



Yogyakarta, 19 Juni 2014

Dekan,


H. Waryono, M.Ag.
NIP 19701010 199903 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucito Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Aditya Happi Kurniawan
Nim : 09210098
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul proposal : Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocapat Syafaat di ADiTV

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 Mei 2014

Mengetahui

Ketua jurusan KPI



Dr. H. M. Kholil, M.Si.
NIP. 19590408 198503 1 005

Dosen Pembimbing

Drs. H. M. Kholil, M.Si.
NIP. 19590408 198503 1 005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang beratndatangan di bawah ini:

Nama : Aditya Happi Kurniawan
NIM : 09210098
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul KOMUNIKASI DAKWAH EMHA AINUN NADJIB DALAM ACARA MOCOPAT SYAFAAT DI ADITV adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 14 Mei 2014
Yang menyatakan



Aditya Happi Kurniawan
NIM 09210098

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Kerendahan Hati dan Rasa Syukur Yang Mendalam Saya

Persembahkan Skripsi ini Untuk :

- ❖ **Ayah dan Ibu**
- ❖ **Teman-teman yang saya kenal dan yang mengenal saya**
 - ❖ **UKM Futsal UIN Jogja**
 - ❖ **Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

MOTTO

Hidup layak nya bermain sepak bola dan futsal, kadang bertahan kadang menyerang. tetapi tujuannya adalah maju, mencetak gol dan MENANG!.

sukses bukanlah tujuan akhir, tetapi sukses adalah sebuah perjalanan

(Saptuari Sugiharto)¹

¹ Timeline twitter @saptuari_sugiharto, diakses 13 Mei 2014 pukul 21:30

KATA PENGANTAR

Puji syukur *alhamdulillah* penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw yang telah membimbing manusia dari alam kegelapan ke alam terang benderang.

Penyusunan skripsi dengan judul "Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocapat Syafaat di ADiTV" tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H Musa Asy'arie, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Waryono. M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Drs. H. M. Kholili, M.Si selaku Pembimbing Skripsi, terimakasih atas kesabaran dan keikhlasannya dalam membimbing.
4. Dra. Hj. Evi Septiani, TH. M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik, terimakasih atas arahan dan nasehatnya.
5. Khoiro Ummatin, S.Ag. M.Si selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Ayah dan Ibu tercinta (Bp Walijo dan Ibu Suprapti Sri Widayati).

7. Mas Helmi dan seluruh Manajemen EAN (Progress) dan ADiTV.
8. Seluruh Dosen, Staf dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
9. Teman-teman KPI 2009 khususnya KPI C atas motivasinya secara tidak langsung.
10. UKM Futsal UIN Sunan Kalijaga, Lambada Fc, Berlian Fc, Naml Fc, Abaabil Fc dan coach Sujamoko serta coach Wahyu Wibowo.
11. Keluarga besar RISMA AL-ITTIHAAD Ketandan Banguntapan Bantul.
12. Teman-teman KKN-77 Sumber (hanif, yuska, santi, rendi, hafid, aul, nura, ais dan rahman).
13. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga kebaikan tulus kalian mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan bagi penulis khususnya.

Yogyakarta, 14 Mei 2014

Penulis

ABSTRAK

Aditya Happi Kurniawan : 09210098. Skripsi “Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocopat Syafaat di ADiTV.” Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014.

Mocopat Syafaat merupakan nama sebuah acara yang di gagas oleh Emha Ainun Nadjib atau cak nun. acara ini bisa dikatakan dakwah karena terdapat nilai-nilai religius yang Cak Nun sampaikan dalam acara tersebut. ADiTV sebagai televisi lokal yang mempunyai visi misi menyiarkan acara yang bernuansa islami lantas bekerjasama dengan pihak Cak Nun dan mendokumentasikan acara tersebut serta menjadikan acara tersebut sebagai salah satu program acara yang ditayangkan di ADiTV. Dakwah merupakan bagian dari komunikasi, dalam berdakwah seorang da'i harus bisa menyampaikan pesan-pesan dakwahnya kepada mad'u. Dalam menyampaikan pesan tentunya dibutuhkan komunikasi yang baik agar pesan menjadi efektif. Dalam hal ini peneliti mengamati Komunikasi Dakwah yang di lakukan Emha Ainun Nadjib dalam Acara Mocopat Syafaat di ADiTV ditinjau melalui bentuk, proses dan teknik komunikasi.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sebagai subjek ialah Cak Nun, objeknya yaitu bentuk komunikasi, proses komunikasi dan teknik komunikasi Cak Nun di Acara Mocopat Syafaat ADiTV, penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan observasi.

. Dalam penelitian ini di temukan bahwasannya Komunikasi Dakwah yang dilakukan oleh Cak Nun ialah,dengan bentuk komunikasi kelompok lebih tepatnya komunikasi kelompok kecil. Proses komunikasi yang digunakan yaitu proses komunikasi secara primer dengan menggunakan lambang sebagai media, serta teknik komunikasi yang digunakan yaitu secara persuasif dan informatif

key word : Komunikasi Dakwah, Emha Ainun Nadjib, Mocopat Syafaat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
F. Kerangka Teori	9
1. Tinjauan Tentang Dakwah	9
a. Pengertian Dakwah	9
b. Objek Kajian Dakwah	10
c. Peran, Fungsi dan Kegunaan Komunikasi Dakwah	10

d. Komponen-Komponen Dakwah	10
2. Tinjauan Tentang Komunikasi	13
a. Pengertian Komunikasi	13
b. Proses Komunikasi	14
c. Bentuk Komunikasi	16
d. Teknik Komunikasi	19
e. Hambatan Komunikasi	25
G. Metode Penelitian	28
H. Sistematika Pembahasan	32
BAB II: TENTANG EMHA AINUN NADJIB dan	
 ACARA MOCOPAT SYAFAAT	34
A. Profil Emha Ainun Nadjib	34
B. Karya-Karya Cak Nun	37
C. Acara Mocopat Syafaat	39
1. Pengertian Mocopat Syafaat	39
2. Latar Belakang, Konsep dan Tujuan Acara Mocopat Syafaat	42
3. Kiai Kanjeng	48
D. Profil ADiTV	52
1. Visi dan Misi	52
2. Program-Program Regular ADiTV	54
3. Program Keagamaan ADiTV	56

BAB III: BENTUK, PROSES dan TEKNIK KOMUNIKASI	
DAKWAH EMHA AINUN NADJIB	58
A. Acara Mocopat Syafaat 26-11-2011	
Dengan Tema “Ngarak Ompak”	
Memayu Hayuning Bawana	59
B. Acara Mocopat Syafaat 30-03-2012	
Dengan Tema “Membentuk Culture Kenabian	
Dalam Masa Kontemporer”	72
C. Acara Mocopat Syafaat 28-01-2013	
Dengan Tema “Ngaji Kebangsaan”	81
D. Acara Mocopat Syafaat 02-01-2014	
Dengan Tema “Ngaji Bareng Cak Nun”	90
BAB IV: PENUTUP	102
A. Kesimpulan	103
B. Saran-saran	104
C. Penutup	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memaknai judul yang penulis buat, maka perlu adanya penegasan judul.

1. Komunikasi Dakwah

Dakwah merupakan bagian dari komunikasi, karena unsur-unsur yang ada di dalam dakwah meliputi unsur-unsur yang ada dalam komunikasi. Komunikasi dakwah di sini dapat diartikan proses penyampaian pesan atau informasi dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non verbal dengan tujuan mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain menjadi lebih baik sesuai ajaran Islam baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui perantara media.²

2. Emha Ainun Nadjib

Muhammad Ainun Nadjib atau yang biasa dikenal Cak Nun merupakan tokoh, seniman, budayawan serta da'i intelektual. Cak Nun

² Wahyu Ilahi, *Komunikasi dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm 26

merupakan anak keempat dari 14 bersaudara putra dari pasangan Muhammad Latief dan Halimah. Dalam kesehariannya, Cak Nun terjun langsung di masyarakat dan melakukan aktivitas-aktivitas yang merangkum dan memadukan dinamika sosial kesenian, agama, pendidikan politik, sinergi ekonomi guna menumbuhkan potensialitas rakyat.³

3. Acara Mocopat Syafaat

Mocopat Syafaat merupakan sebuah acara rutin yang diselenggarakan satu bulan sekali yaitu setiap tanggal 17 Masehi. Mocopat Syafaat merupakan salah satu dari beberapa pengajian yang dibentuk oleh Cak Nun. Acara yang pertama kali digelar pada tanggal 17 Juni tahun 1999 ini sampai sekarang masih berlangsung bertempat di kediaman Cak Nun kompleks TKIT Alhamdulillah Kasihan Bantul.

4. ADiTV

ADiTV merupakan salah satu nama stasiun televisi lokal di Yogyakarta yang sebelumnya bernama Ahmad Dahlan TV (ADTV) yang kemudian dijalankan secara profesional dengan nama PT Arah Dunia Televisi (ADiTV). Dengan visi menjadi televisi lokal utama dan unggul di Yogyakarta, ADiTV menyiarkan acara-acara dengan jiwa, nafas dan nuansa Islami yang mendidik dan menarik bagi keluarga khususnya Anak dan Ibu (A-D-I).

³ <http://id.wikipedia.org/wiki/EmhaAinunNadjib> diakses tanggal 12 april 2014 pukul 20:45

Jadi maksud dari pengertian judul “Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocopat Syafaat di ADiTV” ialah, tata cara atau kebiasaan berdakwah yang dilakukan oleh Emha Ainun Nadjib dalam acara Mocopat Syafaat ditinjau melalui bentuk komunikasi, proses komunikasi dan teknik komunikasi yang digunakan oleh Cak Nun.

B. Latar belakang Masalah

Komunikasi adalah kebutuhan setiap manusia, sejak manusia lahir selama menjalani hidupnya sebenarnya telah melakukan kegiatan komunikasi secara terus menerus, namun manusia tidak menyadari bahwa komunikasi yang dilaksanakan dapat diciptakan untuk tujuan-tujuan tertentu agar lebih efektif.⁴

Komunikasi tidak serta merta soal bicara akan tetapi komunikasi dapat digambarkan melalui kode-kode ataupun petunjuk-petunjuk (komunikasi non verbal). Sebagaimana dalam Al-Quran Surat Ar-Rahmaan :

الرَّحْمَنُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

*Tuhan yang maha pengasih, yang telah mengajarkan Al-Quran, Dia menciptakan manusia, mengajarkan pandai berbicara atau berkomunikasi (QS,55:1-4).*⁵

⁴Iswandi Syahputra dkk. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Pokja kademik UIN Suka,2006), hlm. 2

⁵ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994) hlm. 885

Tetapi tidak semua orang pandai untuk berkomunikasi secara baik dan benar. Banyak tokoh, pejabat bahkan da'i yang tidak disukai masyarakat atau bahkan kurang dikenal masyarakat karena mereka kurang pandai dalam berkomunikasi. Tetapi ada juga di antara mereka yang sangat digandrungi masyarakat bahkan masyarakat sangat mengenal pribadi mereka lebih jauh karena mereka pandai dalam berkomunikasi.

Dengan berkomunikasi pula manusia dapat mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan sosial, dan mengembangkan kepribadiannya. Para pakar psikologi dan komunikasi berpendapat bahwa kegagalan komunikasi akan berakibat fatal, baik secara individual maupun sosial. Secara individual, kegagalan komunikasi menimbulkan frustrasi, alienasi, dan penyakit-penyakit jiwa lainnya. Secara sosial, kegagalan komunikasi menghambat saling pengertian, kerja sama, toleransi, dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial.

Terlebih dalam aktivitas berdakwah, orang harus memahami ilmu komunikasi dan hambatan-hambatan apa yang akan menjadi rintangan dalam berkomunikasi. Berkomunikasi dengan orang lain tidak semudah yang dibayangkan, terlebih untuk mengubah pandangan, sikap, dan perilaku orang lain terkait dengan dakwah yang disampaikan. Untuk dapat mengkomunikasikan materi dakwah yang baik komunikator tentu harus pula mengetahui siapa yang menjadi sasaran dakwah. Dengan demikian mereka

akan mampu memprediksi tentang keefektifan terhadap dakwah yang akan dilakukan.⁶

Dakwah merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang muslim, bahkan tidak berlebihan kiranya apabila kita katakan bahwa tidak sempurna bahkan sulit kita katakan seseorang itu muslim apabila dia menghindari atau membutakan matanya dari tanggung jawabnya sebagai juru dakwah. Lapangan dakwah meliputi semua aktivitas manusia dalam hubungannya dengan secara totalitas, baik sebagai individu, sebagai anggota masyarakat, bahkan sebagai warga alam semesta. Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang bersifat *conditio sine quanon*, tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya.

Dakwah karenanya melekat erat bersamaan dengan pengakuan dirinya sebagai seorang yang mengidentifisir diri seorang penganut Islam. Sehingga orang yang mengaku diri sebagai seorang muslim maka secara otomatis pula dia itu menjadi seorang juru dakwah.⁷ Dakwah kemudian mencapai dimensi yang lebih besar lagi. Dakwah tidak hanya sekedar berkhotbah di masjid, tetapi dakwah merupakan suatu aktivitas hidup pribadi muslim dalam segala aspeknya. Dakwah dapat menyorot segala bidang (inilah bedanya agama islam dari prinsip sekularisme).⁸

⁶ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*. hlm 113

⁷ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*. (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987) hlm 32

⁸ Ibid. Hlm 47

Banyak sekarang kita jumpai di televisi-televisi atau tempat-tempat berdakwah para ustadz (juru dakwah) menggunakan metode-metode yang berbeda-beda dalam menyampaikan dakwahnya. Salah satunya ialah Emha Ainun Nadjib (Cak Nun), sosok Cak Nun bukanlah sekedar seorang penyair. Cak Nun sebagai budayawan maupun sebagai pribadi adalah cermin dari sensibilitas atau cara masyarakat merasakan sesuatu. Terutama lapisan masyarakat generasi muda saat ini. Dalam diri Cak Nun terwakili suatu sensibilitas pemuda. Yaitu, pemuda yang kritis, suka protes, tapi sekaligus religius.⁹

Melihat banyaknya antusiasme masyarakat yang selalu hadir dalam acara Mocopat Syafaat yang diselenggarakan tanggal 17 di setiap bulannya serta padatnya jadwal tausyiah beliau dalam hal ini penulis ingin mengetahui bagaimana komunikasi dakwah yang dilakukan Cak Nun sehingga mampu membuat banyak masyarakat hadir di setiap tausyiahnya. Dan sampai sebuah stasiun televisi lokal aditv mendokumentasikan serta menyiarkan acara Mocopat Syafaat secara regular seminggu sekali.

C. Rumusan Masalah

Untuk memberi penjelasan mengenai Komunikasi Dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib sebagai pembicara dalam acara Mocopat Syafaat di ADiTV, maka penulis membuat rumusan masalahnya sebagai berikut : Bagaimana Komunikasi Dakwah yang digunakan Emha Ainun

⁹ Emha Ainun Nadjib, *Surat Kepada Kanjeng Nabi* (Bandung: Mizan, 1996) hlm xv

Nadjib dalam acara Mocopat Syafaat di ADiTV, di lihat dari bentuk komunikasi, proses komunikasi dan teknik komunikasinya.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang hendak dicapai ialah : Untuk mengetahui bentuk komunikasi, proses komunikasi serta teknik komunikasi yang digunakan Cak Nun pada aktivitas Dakwahnya dalam acara Mocopat Syafaat di ADiTV.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Dapat menambah referensi bagi perpustakaan atau bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian terkait komunikasi dakwah secara lebih jauh.
- b. Bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai komunikasi yang efektif dan efisien dalam berdakwah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pembaca, dapat dijadikan contoh atau acuan bagi para da'i atau yang ingin menjadi da'i agar dakwah yang ingin disampaikan dapat diterima secara baik, dengan sedikit gambaran komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai komunikasi yang efektif dalam berdakwah.

F. Telaah Pustaka

Ada beberapa penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga yang penulis temukan relevan dengan apa yang sedang penulis teliti mengenai komunikasi dakwah.

Penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah “Pesan Dakwah dalam Siaran Macapat Syafaat Cak Nun di Aditv” milik Slamet Suyanto/06210046/2012. Dalam penelitian tersebut lebih membahas mengenai pesan dakwah apa yang ingin disampaikan oleh stasiun aditv melalui progam acaranya yang berjudul macapat syafaat, pengemasan siaran macapat syafaat yang berdurasi 90 menit dengan format dialog interaktif dengan tema-tema khasanah kehidupan serta apa pesan yang terdapat dalam setiap materi dakwah Cak Nun.¹⁰ Penelitian ini membahas mengenai Komunikasi Dakwah yang dilakukan Cak Nun, yang dalam acara Mocopat Syafaat beliau sebagai pembicaranya. Saudara Slamet Suyanto lebih fokus ke stasiun televisi ADiTV dan manajemen siaran progam acara Mocopat Syafaatnya, sedangkan penelitian ini fokusnya kepada pengisi acaranya (Cak Nun).

Penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah “Pola Komunikasi Dakwah di Pondok Pesantren Putri Nyai Ahmad Dahlan” milik Nur Khasanah Indrawati/9921286/2004. Dalam penelitian mahasiswi tersebut bagaimana pola-pola komunikasi yang diterapkan di pondok pesantren Nyai Ahmad Dahlan antara pengurus dengan santri, pengurus dengan pengurus serta santri

¹⁰ Slamet Suyanto, *Pesan Dakwah Dalam Siaran Macapat Syafaat Cak Nun di AdiTV*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012.

dengan santri.¹¹ Dalam penelitian saudari Nur Khasanah lebih fokus ke dalam komunikasi Antarpribadi. Sedangkan dalam penelitian ini lebih ke dalam komunikasi kelompok.

Penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah “Pola Komunikasi H. Makmur Dalam Khutbah Jum’ah (studi tentang materi, metode penyampaian, dan pemukulan terhadap da’i oleh masyarakat nelayan desa bulu-bancar-tuban)” milik Ali Mutarom/05210088/2010. Dalam penelitian mahasiswa tersebut membahas tentang pola komunikasi yang dilakukan oleh H. Makmur sehingga memicu terjadinya anarki oleh masyarakat.¹² Sedang dalam penelitian ini membahas mengenai komunikasi dakwah yang di tinjau dalam bentuk komunikasi, proses komunikasi, dan teknik komunikasi.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara luas komunikasi dakwah berarti aktifitas pertukaran pesan secara timbal balik antara da’i dan mad’u sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap dakwah. Secara sempit komunikasi dakwah berarti segala cara dan upaya, metode serta teknik penyampaian pesan dan ketrampilan-ketrampilan dakwah yang ditujukan kepada umat atau masyarakat secara luas dengan tujuan agar

¹¹ Nur Khasanah Indrawati, *Pola Komunika Dakwah di Pondok Pesantren Putri Nyai Ahmad Dahlan*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2004.

¹²Ali Mutarom, *Pola Komunikasi H. Makmur Dalam Khutbah Jum’ah*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010.

masyarakat (mad'u) dapat memahami, menerima dan melaksanakan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.¹³

b. Objek Kajian Dakwah

Secara sederhana merupakan peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Hal ini dapat dijelaskan dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran dakwah. Sedangkan objek formalnya adalah segala proses komunikasi dapat berperan maksimal dalam pelaksanaan dakwah.¹⁴

c. Peran, Fungsi dan Kegunaan Komunikasi Dakwah

Fungsi utama komunikasi ialah untuk membujuk. Sebagaimana yang dikatakan Carl I Hovland dalam bukunya *Personality and Persuabilities* bahwa efek persuasi bersumber pada perubahan sikap, pendapat, persepsi serta efek itu sendiri. Namun, mudah atau tidaknya orang terpengaruh bergantung pada apa yang ada dalam individu itu sendiri.¹⁵ Jadi fungsi komunikasi dakwah disini yaitu sebagai upaya seorang da'i untuk membujuk mad'u lewat materi dakwah yang ia miliki melalui media tertentu sampai terjadi efek pada diri mad'u.

d. Komponen-Komponen Dakwah

1) Da'i

¹³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 26

¹⁴ Ibid, hlm. 31

¹⁵ Ibid, hlm. 34

Pada dasarnya seorang pribadi muslim berperan otomatis sebagai juru dakwah. Namun da'i atau komunikator dakwah dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

Secara umum adalah setiap muslim atau muslimah yang mukallaf (dewasa) dimana kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat tidak dapat dipisahkan dari misinya sebagai penganut Islam. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang Agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.¹⁶

2) Mad'u

Dalam bahasa komunikasi dakwah mad'u dapat diartikan sebagai komunikan, penerima pesan, khalayak, audiens atau receiver. Mad'u adalah elemen yang paling penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang akan menjadi sasaran dalam komunikasi dakwah.¹⁷

3) Pesan dakwah

Apa yang dikomunikasikan oleh da'i kepada mad'u berupa simbol verbal maupun non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan tersebut dapat disampaikan langsung tatap muka atau melalui sarana media.

¹⁶Ibid, hlm 77

¹⁷ Ibid, hlm. 87

4) Efek dakwah

Efek adalah merupakan tujuan komunikasi dan tujuan komunikasi dapat berupa perubahan opini, perubahan sikap, perubahan perilaku dan perubahan masyarakat.¹⁸

5) Media dakwah

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi dakwah banyak sekali jenisnya dari yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, film, majalah, radio, televisi, internet. Dari semua itu pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan, cetak, visual dan audiovisual.¹⁹

Dari penjelasan mengenai dakwah di atas, bahwasannya dakwah merupakan proses atau kegiatan komunikasi. Jadi teori-teori komunikasi sebenarnya akan cukup membantu dalam proses kegiatan dakwah. Oleh karena itu menjadi sangat penting kegiatan dakwah di hubungkan dengan teori komunikasi.

¹⁸ Drs.Kholili, *komunikasi untuk dakwah* (suatu pengantar:bidang akademik,2008), hlm. 59

¹⁹Wahyu ilaihi, *Komunikasi dakwah*, hlm. 104

2. Tinjauan Tentang Komunikasi

a. Pengertian komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya *sama makna*.²⁰ Jadi, ketika dua orang terlibat dalam sebuah percakapan, maka komunikasi akan tercipta selama kedua orang tersebut sama dalam memaknai apa yang sedang dibicarakan. Jadi bisa dikatakan komunikatif ketika kedua belah pihak tidak hanya sekedar mengerti bahasanya tetapi juga mengerti makna dari apa yang dibicarakan.

Komunikasi sangat penting dalam kelangsungan hidup kita, baik itu untuk sosial, budaya, agama, pendidikan maupun politik dan ini sudah disadari oleh para cendekiawan pada masa Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi, akan tetapi studinya hanya berkisar retorika dalam lingkungan kecil. Oleh karena itu para cendekiawan pada abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan (*knowledge*) menjadi ilmu (*science*).

Menurut Carl I. Hovland sendiri, ilmu komunikasi adalah “upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.” Komunikasi sendiri menurut paradigma Harold Lasswell harus bisa

²⁰ Onong Uchjana E, *Ilmu komunikasi teori dan praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), hlm. 9

menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*” dari paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban atas pertanyaan tersebut, yakni:

1) Komunikator (communicator, source, sender)

Orang yang menyampaikan pesan.

2) Pesan (message)

Pernyataan yang didukung oleh lambang.

3) Media (channel, media)

Sarana atau saluran yang mendukung pesan jika komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.

4) Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)

Orang yang menerima pesan.

5) Efek (effect, impact, influence)

Dampak sebagai pengaruh pesan.²¹

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dan komunikator. Proses komunikasi ini dibagi menjadi dua tahap yaitu secara primer dan secara sekunder.

²¹ Ibid, hlm. 13

1) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.²²

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Contoh media kedua yang sering digunakan untuk komunikasi yaitu televisi, radio, majalah, internet, surat, telephone, film dan lain sebagainya.²³

²² Ibid, hlm. 11

²³ Ibid, hlm. 21

c. Bentuk Komunikasi

Bentuk komunikasi ialah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikan yang seperti itu maka dapat diklasifikasikan menjadi bentuk komunikasi, yaitu :

1) Komunikasi Pribadi (personal communication)

Komunikasi pribadi merupakan komunikasi seputar diri seseorang, baik dalam fungsinya sebagai komunikator maupun sebagai komunikan, bentuk komunikasi ini dibagi menjadi dua jenis yaitu :

a) Komunikasi Intrapribadi (intrapersonal communication)

Adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang tersebut berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan.

b) Komunikasi Antarpribadi (interpersonal communication)

Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya “The Interpersonal Communication Book” adalah Proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang, atau sekelompok kecil orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

2) Komunikasi Kelompok (group communication)

Adalah komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Komunikasi kelompok ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

a) Komunikasi Kelompok Kecil (small group communication)

Adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikasi prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok kecil ini komunikator menunjukkan pesannya kepada benak atau pikiran komunikasi. Misal kuliah, seminar, diskusi, rapat dll.

b) Komunikasi Kelompok Besar (large group communication)

Adalah komunikasi yang ditujukan kepada afeksi komunikasi prosesnya berlangsung secara linear. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada afeksi komunikasi, kepada hatinya atau kepada perasaannya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya pengajian akbar, rapat besar di lapangan dll.

3) Komunikasi Massa (mass communication)

Yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) di sini ialah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Komunikasi massa dibedakan menjadi dua, yaitu :

a) Komunikasi Media Massa Cetak/Pers (printed mass media communication)

Komunikasi media massa cetak/pers ialah komunikasi yang dilakukan melalui media cetak. Contoh dalam komunikasi media massa cetak/pers ialah Koran, majalah, pamphlet, brosur dll.

b) Komunikasi Media Massa Elektronik (electronic mass media communication)

Komunikasi media massa elektronik ialah komunikasi yang dilakukan melalui media elektronik. Contoh dalam komunikasi media massa elektronik ialah televisi, radio, internet dll.²⁴

²⁴ Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 57.

d. Teknik Komunikasi

Dalam berkomunikasi tentu saja diperlukan teknik-teknik komunikasi, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima atau sampai ke komunikan sesuai keinginan komunikator. Teknik-teknik komunikasi di bagi menjadi beberapa macam, yaitu :

1) Komunikasi Persuasif

Istilah persuasi (persuasion) bersumber pada perkataan latin *persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Para ahli komunikasi sering kali menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Penegasan ini dimaksudkan untuk membedakan dengan koersi (coersion). Tujuan persuasi dan koersi adalah sama, yakni untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.

Tetapi persuasi dilakukan secara halus, luwes yang mengandung sifat-sifat manusiawi sedangkan koersi mengandung sanksi atau ancaman, perintah, instruksi, suap, pemerasan dan boikot. Akibat dari tindakan koersi ini adalah perubahan sikap, pendapat, atau perilaku dengan perasaan terpaksa karena diancam, yang menimbulkan rasa tidak senang, bahkan rasa benci,

mungkin juga dendam. Sedangkan akibat dari kegiatan persuasi adalah kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang.²⁵

Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif itu berikut ini adalah teknik-teknik yang di pilih:

a) Teknik Asosiasi

Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Teknik ini sering digunakan oleh kalangan bisnis atau kalangan politik.

b) Teknik Integrasi

Adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Melalui kata-kata verbal maupun nirverbal, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

c) Teknik Ganjaran

Adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.

²⁵ Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi* (Bandung:PT Remadja Karya,1986), hlm. 27

d) Teknik Tataan

Adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. Teknik tataan atau *icing technique* dalam kegiatan persuasi ialah seni menata pesan dengan *imbauan emosional* (emotional appeal) sedemikian rupa sehingga komunikan tertarik perhatiannya.

e) Teknik Red-Herring

Istilah red-herring adalah nama ikan yang hidup di samudera atlantik utara. Jenis ikan ini terkenal dengan kebiasaannya dalam membuat gerak tipu ketika diburu oleh binatang lain atau oleh manusia.

Jadi teknik red-herring ini adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini digunakan dalam keadaan komunikator berada dalam posisi terdesak.²⁶

²⁶ Ibid, hlm. 28

Keberhasilan komunikasi persuasif harus dilaksanakan secara sistematis. Ada formula khusus guna menjadikan komunikasi persuasif dapat berhasil, yaitu AIDDA yang merupakan singkatan dari :

A – Attention – perhatian

I – interest – minat

D – desire – hasrat

D – decision – keputusan

A – action – kegiatan

Formula tersebut sering dinamakan A-A Procedure singkatan dari Attention Action Procedure, yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dimulai dengan menumbuhkan perhatian.²⁷

2) Komunikasi informatif

Dalam kamus besar informasi berarti penerangan, keterangan, pemberitahuan kabar atau berita tentang sesuatu. Informatif, yakni agar orang lain yang diajak berkomunikasi dapat mengerti dan tahu apa yang disampaikan atau diucapkan oleh seorang komunikator. Komunikasi ini bersifat memberi informasi,

²⁷ Ibid, hlm. 31

bersifat menerangkan. Sedangkan suatu penerangan harus bersifat edukatif, stimulatif, dan persuasif.

Menurut Joseph A Devito dalam bukunya *Human Communication*, ada tiga prinsip komunikasi informatif yaitu :

a. Deskripsi

Deskripsi ialah menjelaskan atau menggambarkan suatu obyek atau peristiwa.

b. Definisi

Definisi merupakan pernyataan dari makna sebuah istilah.

c. Demonstrasi

Demonstrasi yaitu menunjukkan bagaimana melakukan sesuatu atau bagaimana sesuatu beroperasi.²⁸

3) Komunikasi Pervasif

Pervasif dapat diartikan merembas atau meresap. Yakni komunikasi yang sifatnya bisa membuat seseorang dapat merasakan dan meresapi suatu komunikasi yang dihadapi pada waktu itu dan pada waktu tertentu.

Sehingga orang tersebut dapat teringat secara terus menerus karena komunikasi yang didapat sudah menempel dan meresap pada otak atau pikirannya.

²⁸ Joseph A Devito, *Human Communication* (New York: Pearson, 2008) hlm 379

4) Komunikasi Koersif

Koersif dapat diartikan suatu pemaksaan yang nantinya kebanyakan pada hasilnya menampakkan suatu hasil yang negatif, yang sifatnya berkenaan dengan koersi.

Koersi adalah sos bentuk akomodasi yang prosesnya dilakukan atau dilaksanakan dengan mempergunakan tekanan sehingga salah satu pihak yang berinteraksi berada dalam keadaan lemah dibandingkan dengan pihak lawan. Dan merupakan sistem komunikasi yang menggunakan paksaan atau kekerasan.

5) Komunikasi Instruktif

Instruktif adalah suatu perintah yang bersifat mengancam. Tetapi ancamannya itu mengandung suatu yang dapat menjadikan seseorang itu untuk melakukan perintahnya. Instruktif bersifat memerintah, nasihat-nasihatnya bergaya.

Sedangkan yang dimaksud dengan instruksi adalah perintah atau arahan (untuk melakukan suatu pekerjaan atau melakukan suatu tugas, dan merupakan pelajaran dan petunjuk).

6) Hubungan Manusiawi

Hubungan manusiawi adalah terjemahan dari *human relation*, ada juga orang yang menterjemahkan menjadi “hubungan manusia” dan “hubungan antar manusia”, yang sebenarnya tidak

terlalu salah karena yang berhubungan tidak seperti orang berkomunikasi biasa, bukan hanya merupakan penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain, tetapi hubungan antara orang-orang yang berkomunikasi itu mengandung unsur-unsur kejiwaan yang sangat mendalam.

Hubungan manusiawi dikatakan komunikasi karena sifatnya *action oriented*, yang mengandung sebuah kegiatan untuk merubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Hubungan manusiawi dalam arti luas adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan. Jadi, hubungan manusiawi dapat dilakukan di mana saja berada seperti, di rumah, di jalan, dalam bus, dan sebagainya.

Sedangkan hubungan manusiawi dalam arti sempit adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain. Akan tetapi, interaksi di sini hanyalah dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekayaan (work organization).²⁹

e. Hambatan Komunikasi

Seorang komunikator tentunya tidak mudah dalam menciptakan komunikasi yang efektif maupun komunikatif. Dalam

²⁹ <http://tulisendw.blogspot.com/2010/05/teknik-ilmu-komunikasi.html>. diakses hari sabtu 1 maret 2014, pukul 13:27.

upaya menciptakan komunikasi yang efektif dan komunikatif pastinya akan ditemui hambatan-hambatan didalamnya.

Begitu pula seorang da'i dalam aktifitas dakwahnya tidak serta merta selalu lancar, akan banyak sekali kendala-kendala yang dihadapi dengan keanekaragaman budaya dan karakteristik masyarakat. Hambatan-hambatan yang sering terjadi dalam aktifitas komunikasi atau berdakwah meliputi :

1) Noice factor

Hambatan yang berupa suara, baik disengaja maupun tidak ketika dakwah sedang berlangsung.

2) Semantic factor

Hambatan ini berupa pemakaian kosakata yang tidak dipahami oleh mad'u.

3) Interest

Menarik, Seorang da'i harus mampu menyajikan pesan yang sekiranya mad'u tertarik, supaya menimbulkan feedback yang positif.

4) Motivasi

Motivasi terlihat dari sudut mad'u. Motivasi sendiri sebenarnya bukan merupakan hambatan, akan tetapi apabila pesan

yang disampaikan bertentangan dengan motivasi komunikasi maka komunikasi akan mengalami hambatan.

5) Prasangka

Prasangka merupakan hambatan yang paling berat terhadap kegiatan komunikasi dakwah. Dalam prasangka emosi memaksa seseorang untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan logika.

Selain hambatan diatas ada beberapa faktor lain yang menghambat komunikasi, yaitu :

1) Hambatan sosio-antro-psikologis

Sosiologis yaitu perbedaan jenis pergaulan yang menjadikan berbeda karakter sehingga menimbulkan perlakuan berbeda dalam berkomunikasi. Antropologis yaitu perbedaan budaya, warna kulit, bentuk tubuh (RAS). Psikologis yaitu komunikator dalam melancarkan komunikasinya tidak mengkaji dulu kondisi psikologis sang komunikan.

2) Hambatan semantic

Hambatan ini menyangkut bahasa yang digunakan komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaanya pada komunikan.

3) Hambatan mekanis

Hambatan mekanis terdapat pada media yang digunakan dalam melancarkan komunikasi.

4) Hambatan ekologis

Hambatan ini disebabkan oleh gangguan lingkungan (alam) terhadap proses berlangsungnya komunikasi.³⁰

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang dilakukan dalam proses penelitian dalam rangka memperoleh fakta dan prinsip secara sistematis.³¹ Metode dalam pengkajian penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitiannya adalah tipe deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan atau menkonstruksi secara mendalam terhadap subjek penelitian.

1. Subjek Penelitian

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa arti subjek mengandung beberapa pengertian, seperti di antaranya pokok pembicaraan, pokok pembahasan, pokok kalimat, pelaku, mata pelajaran, orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembuntutan sebagai sasaran.

³⁰ Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, hlm. 113

³¹ Daud Rasyid, *Islam dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta: Gema Insani Pres, 1998), hlm 15

Subyek penelitian adalah sumber data dari penelitian yang dimana data itu diperoleh.³² Dalam subjek penelitian ini penulis menggunakan subjek primer yaitu mereka yang tergolong pelaku (orang) utama (asli) yang dijadikan penelitian.³³ Yang menjadi subjek dalam penelitian ini ialah Emha Ainun Nadjib (Cak Nun).

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah masalah apa yang hendak diteliti atau masalah penelitian yang disajikan, penelitian pembatas di pertegas dalam penelitian.³⁴ Obyek dalam penelitian ini yaitu komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib (Cak Nun) di setiap dakwahnya dalam acara mocopat syafaat di aditv, yang ditinjau melalui bentuk komunikasi, proses komunikasi dan teknik komunikasi. Dalam teknik komunikasi penulis membahas mengenai komunikasi persuasif dengan indikator (memperkuat atau melemahkan sikap, mengubah sikap dan memotivasi) serta komunikasi informatif dengan indikator (relevan, tepat, berguna dan benar).

3. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer berupa empat video tayangan Mocopat Syafaat

³² Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Renika Cipta, 1991), hlm. 102

³³ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Yogyakarta:Ar-Ruzz Media,2011) hlm 27

³⁴ Tatang M.Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*,(Jakarta: Raja Grafika persada, 1995), hlm. 92-93

Cak Nun di ADiTV dengan tahun yang berbeda. Adapun data skunder buku-buku, dokumen-dokumen atau artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian. Fungsi dari data skunder yang peneliti gunakan adalah untuk melengkapi analisis masalah sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komperhensif.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data, di antaranya :

a. Dokumenter dan Literatur

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.³⁵ Dokumenter merupakan informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai bahan dokumenter. Literatur adalah bahan-bahan yang diterbitkan, baik secara rutin maupun berkala.³⁶

³⁵ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta:PT Rineka Cipta,2008) hlm 158

³⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007) hlm 122

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan bentuk wawancara pembicaraan formal yaitu pertanyaan yang diajukan sangat bergantung pada wawancara itu sendiri, jadi bergantung pada spontanitasnya dalam mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai. Hubungan pewawancara dengan yang diwawancarai adalah dalam suasana biasa, wajar, sedangkan pertanyaan dan jawabannya berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari.³⁷

c. Observasi

Observasi bisa kita pahami sebagai suatu upaya mengamati atau memerhatikan suatu objek. Pada observasi, ada jarak antara si pengamat dan apa yang diamati.³⁸ Dalam penelitian ini penulis mengobservasi empat video tayangan Mocopat Syafaat di ADiTV

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar

³⁷ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hlm 127

³⁸ Audifax, *Re-Search: Sebuah Pengantar Untuk "Mencari Ulang" Metode Penelitian Dalam Psikologi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008) hlm 73

sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data.³⁹ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yakni data yang telah masuk selanjutnya dianalisis dan diinterpretasikan dengan kata-kata sedemikian rupa, untuk menggambarkan objek penelitian saat dimana penelitian dilakukan.⁴⁰ Dalam hal ini yang akan di analisis yaitu bentuk komunikasi, proses komunikasi dan teknik komunikasi Cak Nun dalam empat video tayangan Mocopat Syafaat di ADiTV

I. Sistematika Pembahasan

Bab pertama, menguraikan tentang pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua, menguraikan tentang Gambaran Umum mengenai Profil Emha Ainun Nadjib, Profil Acara Mocopat Syafaat, Profil Kyai Kanjeng dan Profil ADiTV.

Bab ketiga, berisi tentang analisis Bentuk Komunikasi, Proses Komunikasi dan Teknik Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocopat Syafaat di ADiTV.

³⁹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami penelitian Kualitatif*, hlm 91

⁴⁰ Lexy J. Moelong, *Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2000) hlm 178.

Bab keempat, merupakan bab terakhir dari pembahasan yang terdiri dari Kesimpulan, Penutup dan Saran-Saran.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan menganalisa Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocopat Syafaat di ADiTV, melalui bentuk komunikasi, proses komunikasi dan teknik komunikasi dengan mengamati empat video program acara mocopat syafaat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam acara tersebut bentuk komunikasi yang di gunakan oleh Emha Ainun Nadjib yaitu bentuk komunikasi kelompok, karena Emha Ainun Nadjib (Cak Nun) berbicara di depan audiens yang jumlahnya lebih dari dua orang. beliau juga menggunakan komunikasi antarpribadi, beliau sesekali berdiskusi dengan pembicara pendamping. Komuniiasi kelompok yang Cak Nun gunakan ialah komunikasi kelompok kecil prosesnya berlangsung secara dialogis baik antara komunikator-komunikator atau komunikator-komunikan.
2. Cak Nun menggunakan proses komunikasi secara primer dengan menggunakan lambang sebagai media komunikasi, beliau menggunakan dialektika bahasa setempat yang beliau kunjungi, musik Kiai Kanjeng juga berperan dalam proses komunikasi yang beliau gunakan, isyarat-isyarat serta gaya bahasa yang Cak Nun gunakan juga menyesuaikan dengan tempat di mana Cak Nun sedang menjadi pembicara.

3. Dalam menyampaikan pesannya Cak Nun banyak menggunakan komunikasi persuasif dan informatif. beliau memberi tahu apa yang masyarakat belum tahu dengan cara persuasif khas Cak Nun yaitu dengan humor, musik dan sholawatan serta contoh-contoh nyata yang dekat dengan kehidupan di masyarakat atau sering terjadi dan dilakukan oleh masyarakat.

Jadi dalam empat video program acara mocopat syafaat yang penulis teliti, kami menemukan beberapa persamaan dalam empat video tersebut, yaitu, Cak Nun selalu didampingi tokoh atau pejabat setempat dimana Cak Nun memberikan tausiyah, seperti bupati, ulama, akademisi, pendeta, lurah dll. Cak Nun selalu berinteraksi dengan audiens untuk bersama-sama bersholawat diiringi musik Kiai Kanjeng. Di tengah-tengah tausiyahnya. Sesekali Cak Nun juga mengajak audiens untuk berdiskusi atau tanya jawab, meskipun tidak rutin dalam dakwahnya, hanya pada saat-saat tertentu saja.

B. Saran-Saran

Tidak ada gading yang tak retak itulah peribahasa yang menggambarkan bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini setiap ada kelebihan tentu saja memiliki kekurangan. setelah penulis melakukan penelitian dan analisa terhadap Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib, bahwasanya Komunikasi Dakwah yang beliau gunakan cukup bagus dan menarik, sebab Cak Nun tidak hanya ceramah layaknya pengajian pada umumnya akan tetapi Cak Nun juga berdiskusi, dialog dan bersholawatan

serta menyanyikan lagu-lagu dengan diiringi gamelan Kiai Kanjeng, namun dalam hal ini penulis memberikan sedikit saran, yaitu :

Sangat bagus ketika Cak Nun membuka sesi tanya jawab dengan batasan penanya, mengenai permasalahan di tempat di mana Cak Nun sedang mengisi tausiyah. jadi berdakwah sekaligus memberi solusi dari masalah audiens dan permasalahan di tempat tersebut.

C. Penutup

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberi petunjuk, rahmat, nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Komunikasi Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocapat Syafaat di ADiTV”.

Dengan ini penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangannya karena keterbatasan kemampuan yang ada. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011
- Audifax, *Re-Search: Sebuah Pengantar Untuk "Mencari Ulang" Metode Penelitian Dalam Psikologi*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2004.
- Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*. Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo. 1994.
- Devito A Joseph, *Human Communication The Basic Course*. New York: Pearson, 2008.
- Iswandi Syahputra, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Suka, 2006.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1985.
- *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992.
- Lexy J. Moelong, *Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- M. Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah*. Suatu Pengantar: Bidang Akademik, 2008.
- Onong Uchjana, Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984.
- *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remadja Karya, 1986.
- *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003.

—————*Human Relation & Public Relation*. Bandung: Mandar Maju, 2009.

—————*Hubungan Masyarakat*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 1986.

Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987

Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Widjaja AW, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara, 1993.

Skripsi

Ali Mutarom, *Pola Komunikasi H. Makmur Dalam Khutbah Jum'ah*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010.

Humam Binnuroini, *Nilai-Nilai Agama Dalam Kegiatan Mocapat Syafaat Emha Ainun Nadjib dan Relevansinya Dengan Pendidikan Agama Islam*, Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2011.

Noviana Widyaningsih, *Proses Produksi Acara Mocapat Syafaat Bersama Cak Nun di ADiTV Yogyakarta*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013.

Nur Khasanah Indrawati, *Pola Komunika Dakwah di Pondok Pesantren Putri Nyai Ahmad Dahlan*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2004.

Slamet Suyanto, *Pesan Dakwah Dalam Siaran Macapat Syafaat Cak Nun di AdiTV*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012.

Websaite

<http://www.psychologymania.com/2013/08/pengertian-pola-komunikasi.html>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pola>

<http://tulisendw.blogspot.com/2010/05/teknik-ilmu-komunikasi.html>

<http://www.aditv.co.id>





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/3464/2012

Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Aditya Happi Kurniawan
Tempat, dan Tanggal Lahir : Bantul, 22 Maret 1991
Nomor Induk Mahasiswa : 09210098
Fakultas : Dakwah

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2011/2012 (Angkatan ke-77), di :

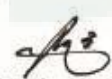
Lokasi : Banjarasri 4
Kecamatan : Kalibawang
Kabupaten/Kota : Kulon Progo
Propinsi : Daerah Istimewa Yogyakarta

dari tanggal 16 Juli s/d. 9 September 2012 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 94,39 (A-) Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 12 Oktober 2012

Ketua,


Dr. H. Maksudin, M. Ag.
NIP. : 19600716 199103 1 001

Nomor: UIN.02/R.1/PP-00/9/2752.a/2013



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : ADITYA HAPPY KURNIAWAN
NIM : 09210098
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014
(Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran))

Yogyakarta, 2 September 2013
a.n. Rektor
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

D. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.
NIP. 19591218 197803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. 552230 Yogyakarta 55281

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/Prakma KPI/PP.00.9/930 /2012

Panitia pelaksana Praktikum Media Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan
Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan ke-27
tahun akademik 2012/2013, Menyatakan :

Nama : ADITYA HAPPY KURNIAWAN
NIM : 09210098
Fakultas : DAKWAH
Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Telah melaksanakan Praktikum Media Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
semester ganjil tahun akademik 2012/2013 di **Harian Jogja** dengan nilai **A**
Demikian sertifikat ini diberikan semoga dapat dimanfaatkan semestinya.

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI



Dra. Evi Septiati P.H., M.Si
NIP. 196409231992032001

Yogyakarta, 25 April 2013

Ketua Panitia pelaksana

Khadiq S. Ag. M. Hum.
NIP. 197001251999031001

LABORATORIUM AGAMA
MASJID SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



SERTIFIKAT

Pengelola Laboratorium Agama Masjid Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Aditya Happi Kurniawan
NIM : 09210098
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tempat tanggal lahir: Bantul, 22 Maret 1991

Telah berhasil menyelesaikan ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Quran di Laboratorium Agama Masjid Sunan Kalijaga dengan predikat:

CUKUP

Ketua

Laboratorium Agama
Masjid Sunan Kalijaga


Dr. Imam Muhsin, M.Ag.

NIP: 19730108 199803 1 010





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT
Jl. Marsada Adisucipto , Phone. (0274) 590727 Yogyakarta 55281

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No : UIN.02/L.5/PP.00.9/1465.b/2014

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Aditya Happi Kurniawan**
Date of Birth : **March 22, 1991**
Sex : **Male**

took TOEC (Test of English Competence) held on **April 24, 2014** by Center for Language Development of Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	45
Structure & Written Expression	34
Reading Comprehension	42
Total Score	403

**Validity : 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, April 30, 2014

Director,

Dr. Hisyam Zaini, M.A.

NIP. 19631109 199103 1 002



شهادة

الرقم: UIN.02/L.0/PP.00.9/291.a/2014

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن:

الاسم : Aditya Happy Kurniawan

تاريخ الميلاد : ٢٢ مارس ١٩٩١

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٣٠ يناير ٢٠١٤،
وحصل على درجة :

٤١	فهم المسموع
٣١	التركيب النحوية والتعبيرات الكتابية
٢٥	فهم المقروء
٣٢٣	مجموع الدرجات

*هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٥ فبراير ٢٠١٤

الدكتور الحاج صفى الله الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٧١٠٥٢٨٢٠٠٠٠٣١٠٠١



Nomor: UIN-02/L.3/PP.00.9/21.12/2013

Sertifikat

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

P K S I

Program Komputer & Sistem Informasi

Nama : ADITYA HAPPI KURNIAWAN
NIM : 092110098
Fakultas : FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jurusan/Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	95	A
2	Microsoft Excel	95	A
3	Microsoft Power Point	95	A
4	Microsoft Internet	100	A
5	Total Nilai	96.25	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Mogyakarta, 17 Februari 2014



Dr. Adhiko Fatwanto S.Si., M.Kom.
NIP. 19770103 200501 1 003

Angka	Nilai	Huruf	Predikat
96 - 100	A	Sangat Memuaskan	
71 - 85	B	Memuaskan	
56 - 70	C	Cukup	
41 - 55	D	Kurang	
0 - 40	E	Sangat Kurang	