BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Adapun tinjauan pustaka yang peneliti lakukan untuk melengkapi penelitian ini dilakukan dengan berbagai aspek tinjauan. Ini dilakukan guna menambahkan ilmu dan melengkapi penelitian yang berkaitan dengan keilmuan ilmu komunikasi, khususnya tentang perilaku komunikasi.

2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Peneliti
1	Perilaku Komunikasi Komunitas Musisi Dalam Rirual Khuruj Fil Sabilillah di Jamaah Al-Madinah Kota Bandung	Miechal Alfonso, 2012 UNPAD	Penelitian ini berupa pendekatan Kualitatif dengan Desain Penelitian Studi Deskriptif	.Menunjukan bahwa setiap musisi yang akan melakukan kegiatan ritual Khuruj Fil Sabilillah di Jamaah Al-Madinah, mengalami kesulitan, hambatan dan tantangan baik yang muncul dari diri sendiri maupun datang dari pihak luar. Kegiatan ritual tersebut untuk memakmurkan Masjid-Masjid dan juga untuk tuntunan bagi diri sendiri bahwa kegiatan tersebut	Penelitian Miechal Alfonso meneliti objek komunitas musisi yang bergabung di jamaah Al-Madinah, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti lebih terfokus kepada jamaah tunarungu yang tergabung dalam jamaah tabligh yang berada di

				merupakan kegiatan benar.	Masjid Al-Madinah.
2	Perilaku Komunikasi Penyandang Autis Yang Berprofesi Sebagai *Arranger* Musik	Euis Ratna Sari, 41810133 UNIKOM	Penelitian ini berupa pendekatan Kualitatif dengan Desain Penelitian Studi Kasus	Diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Indonesia dan Aksen bahasa Inggris, *echolalia,* dan tahap komunikasi *The Partner Stage*. Komunikasi non verbal berupa ekspresi wajah & kontak mata, pesan proksemik, dan penggunaan busana. Lalu, adanya motif masa lalu menjadi *Music Arranger* dan motif masa depan menjadi *Music Arranger* dalam membentuk perilaku komunikasi tersebut. Perilaku komunikasinya hambatan tidak terlalu menonjol, hanya saja memiliki sedikit kesulitan menyampaikan pesan dan memaknai pesan yang diterima dan memiliki kepentingan yang membuat penyandang autis dapat memaknai pesan	Penelitian Euis hanya terfokus pada objek penelitian yang mempunyai keunikan sendiri dalam perilaku komunikasi Penyandang Autis, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada cara berkomunikasi secara keseluruhan tunarungu dalam melaksanakan dakwah.
3	Komunikasi Antar Pribadi Tunagrahita (Studi	Devita Futriana. 41808014 UNIKOM	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan	Proses komunikasi akan berjalan dengan baik jika dipersiapkan terlebih dahulu dan dikonsepkan	Penelitian yang dilakukan oleh Devita lebih terfokus kepada

	Etnografi Kegiatan Belajar Mengajar Komunikasi Tunagrahita di (SLB)-C Lanud Sulaiman)		desain penelitian yang digunakan adalah Etnografi Komunikasi	secara matang, guru berkomunikasi dan memberikan dan mengarahkan komunikasi secara positif. Sehingga komunikasi yang dilakukan oleh anak tunagrahita berjalan dengan yang diharapkan	pendukung objek yang diteliti, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti terfokus pada keseluruhan.

Sumber : Peneliti 2014

2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah suatu hal yang tidak dapat lepas kaitannya dengan kehidupan sehari-hari, seperti pada kenyataanya yang diungkapkan oleh Everett M. Rogers yang dikutip Deddy Mulyana dalam bukunya "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar" menjelaskan bahwa Komunikasi adalah "proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka" (Mulyana, 2003: 62). Namun secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan dari individu yang satu kepada individu lainnya.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *Communications*" berasal dari kata latin *Communicatio*, dan

bersumber dari kata *Communis* yang berarti “sama”, maksudnya adalah sama makna. kesamaan makna disini adalah mengenai sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan atau dikomunikasikan, “Suatu percakapan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan” (Effendy, 2005:9).

Dari beberapa definisi komunikasi menurut pendapat bebarapa ahli di atas, ada satu definisi yang sangat *familiar* yang sering digunakan dan merupakan salah satu dari model – model komunikasi yaitu definisi komunikasi menurut Harold D. Laswell. Menurut Laswell, komunikasi adalah merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” menyatakan “apa”, “kepada siapa”, “dengan saluran apa”, dan “dengan akibat atau hasil apa” (***Who*** *says* ***what*** *in which* ***channel*** *to* ***whom*** *and with what* ***effect***), (Effendy, 2002:10). Dengan demikian dari beberapa definisi menurut ahli – ahli komunikasi tersebut, kita dapat menarik sebuah pengertian ataupun kesimpulan dari apa itu komunikasi. Komunikasi dapat diartikan juga sebagai sebuah proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan untuk memberikan informasi ataupun mengubah prilaku.

2.1.2.2. Bentuk Komunikasi

Adapun bentuk – bentuk komunikasi seperti yang dikutip dalam buku "Metode Riset Komunikasi Organisasi" adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi Personal (*Personal Communication*). Terdiri dari komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) dan komunikasi antarpersonal (*interpersonal Communication*).

2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*). Pertama dalam bentuk komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) seperti : ceramah (*lecture*), diskusi panel (*panel discussion*), simposium (*symposium*), forum, seminar, dan curahsaran (*brainstorming*). Kedua, komunikasi kelompok besar (*large group communication/public speaking*).

3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*), misalnya : pers, radio, televisi, dan film.

4. Komunikasi Medio (*Medio Communication*), misalnya : surat, telepon, pamflet, poster, dan spanduk.

Bentuk komunikasi diklasifikasikan berbeda di kalangan para ahli sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang pakar tesebut. Joseph A. Devito dalam bukunya *Communicology* (1982) mengklasifikasi ada empat tipe komunikasi, sedangkan R. Wayne Pace dan teman-temannya dalam bukunya *Techniques of Effective*

Communication (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe. (Cangara, 2005)

Berdasarkan sudut pandang beberapa pakar komunikasi, dapat diklasifikasikan ada tujuh tipe atau bentuk komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal (Komunikasi Dengan Diri Sendiri)

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. (Cangara, 2005:30)

2. Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antarpribadi)

   Komunikasi antapribadi adalah "komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal". (Mulyana, 2003:73)

3. Komunikasi Kelompok Kecil

   Komunikasi kelompok kecil diartikan sebagai "proses pertukaran pesan verbal dan nonverbal anatara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi". (Tubbs dkk, 2008:17)

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik (public communication) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut juga pidato, ceramah atau kuliah umum. (Mulyana, 2003:74)

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasional terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. (Mulyana, 2003:75) komunikasi organisasional juga didefinisikan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (Goldbaher dalam Tubbs dkk, 2008:18)

6. Komunikasi Lintas Budaya

Komunikasi lintas budaya atau antarbudaya yaitu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda secara ras, etnik atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). (Tubbs dkk, 2008:19)

7. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau eletronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu

> lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, ananonim dan heterogen. (Mulyana, 2003:75)

2.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

2.1.3.1. Definisi Komunikasi Antar Pribadi

Salah satu indikasi bahwa manusia sebagai makhluk sosial, adalah perilaku komunikasi antarmanusia. Manusia tidak dapat hidup sendiri, pasti membutuhkan orang lain (tidak terbatas pada keluarga, saudara, dan teman). Meskipun komunikasi antar pribadi (komunikasi interpersonal) merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Menurut Deddy Mulyana mengenai tentang komunikasi interpersonal bahwa:

> "Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal" (Mulyana, 2008:81).

Berdasarkan definisi itu, komunikasi antar pribadi dapat berlangsung antara dua orang atau lebih yang melakukan interaksi secara langsung, dan menangkap reaksi dari hasil interaksi secara langsung.

2.1.3.2. Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi

pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa diantaranya dipaparkan berikut ini:

a. Mengungkapkan Perhatian Kepada Orang Lain.
b. Menemukan Diri Sendiri.
c. Menemukan Dunia Luar.
d. Membangun dan Memelihara Hubungan Yang Harmonis.
e. Mempengaruhi Sikap dan Tingkah Laku (Suranto, 2011:19-21).

2.1.3.3. Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Hardjana (2003), dalam buku Komunikasi Interpersonal, mengatakan bahwa:

> "Komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara suka relaoleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi, dan tidak ada hambatan untuk hal itu" (Suranto, 2011:77).

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal dikatakan efektif, apabila memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu pesan yang dapat diterima dan dipahami oleh komunikan sebagaimana dimaksud oleh komunikator, ditindak lanjuti dengan perbuatan secara suka rela, dan meningkatkan kualitas hubungan pribadi.

2.1.4. Tinjauan Perilaku Komunikasi

Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan, dengan kata lain perilaku pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Tujuan spesifik tidak selamanya diketahui dengan sadar

oleh yang bersangkutan. Dorongan yang memotivasi pola perilaku individu yang nyata dalam kadar tertentu berada dalam alam bawah sadar (Hersey & Blanch, 2004:68)

Rogers menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasan dari individu atau kelompok di dalam menerima dan mencari informasi yang diindikasikan dengan adanya partisipasi hubungan dengan sistem sosial, hubungan dengan agen perubahan, dengan media, keaktifan dalam mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal yang baru dalam inovasi

Rogers (1993) mengungkapkan ada tiga perubahan perilaku komunikasi yang sudah teruji secara empiris signifikan yaitu pencarian informasi, kontak dengan penyuluh, dan keterdedahan pada media massa. Peubah pertama yaitu pencarian informasi masih perlu didampingi dengan penyampaian informasi, sesuai dengan model transaksional yang bersifat saling menerima dan memberi informasi cara bergantian.

Gould dan Kolb yang dikutip oleh Ichwanudin (1998),

> "perilaku komunikasi adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan. Perilaku komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku seseorang pada umumnya dimotivasi dengan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu".

Berdasarkan definisi perilaku yang telah diungkapkan sebelumnya,

> "perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada, atau dengan kata lain perilaku komunikasi adalah cara berfikir, berpengetahuan, berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga atau masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada di dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat" (Hapsari 2007:36).
>
> Di dalam mencari dan menyampaikan informasi, seyogyanya juga mengukur kualitas (level) dari komunikasi. Berlo (1960:40) mendeskripsikan level komunikasi adalah mengukur derajat kedalaman mencari dan menyampaikan informasi yang meliputi (1), sekadar bicara ringan, (2), saling ketergantungan (independen), (3), tenggang rasa (empaty), (4), saling interaksi (interaktif). Kebutuhan seseorang akan informasi mampu menggerakannya secara aktif melakukan pencarian informasi.

Perilaku Komunikasi Menurut Pandangan Littlejohn :

1. Komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka.
2. Komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, apakah di sengaja ataupun tidak.
3. Komunikasi harus mencakup pesan-pesan yang dikirimkan secara sengaja, namun sengaja ini sulit untuk ditentukan.(Littlejohn 1992:6)

Lebih lanjut Berlo (1960:45), mengungkapkan bahwa perilaku komunikasi seseorang dapat dilihat dari kebiasaan berkomunikasi. Berdasarkan definisi perilaku komunikasi, maka hal-hal yang sebaiknya perlu dipertimbangkan adalah bahwa seseorang akan melakukan komunikasi sesuai dengan kebutuhannya.

Halim (1992:39) mengungkapkan bahwa komunikasi, kognisi, sikap, dan perilaku dapat dijelaskan secara lebih baik melalui pendekatan

situasional, khususnya mengenai kapan dan bagaimana orang berkomunikasi tentang masalah tertentu.

2.1.5. Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.1.5.1. Definisi Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan. Komunikasi verbal menempati porsi besar karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Simbol atau pesan verbal adalah "semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal" (Deddy Mulyana, 2005). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Jalaluddin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan dimiliki bersama, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat

menurut peraturan tatabahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti.

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51)

2.1.5.2. Macam-macam Bahasa Verbal

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan sebagai aspek realitas individual kita. Adapun macam bahasa verbal yang digunakan adalah:

1. Bahasa Indonesia adalah bahasa nasional yang digunakan sebagai bahasa persatuan Indonesia yang dipakai untuk memperlancar hubungan komunikasi dan merupakan lambang kebangsaan bangsa Indonesia (Buku Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan & Kebudayaan).
2 Bahasa daerah adalah bahasa yang digunakan pada suatu daerah tertentu dan memiliki ciri khas tertentu di bidang kosa kata, peristilahan, struktur kalimat dan ejaannya. Bahasa daerah merupakan lambang kebanggaan daerah

yang bersangkutan (Buku Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan & Kebudayaan).

2.1.5.3. Tata Bahasa Verbal

Tatabahasa meliputi tiga unsur, yaitu fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata.

2.1.5.4. Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana,2005)bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari

bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills,* mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

1. Mengenal dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.
2. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.
3. Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita

2.1.6. Tinjauan Tentang Komunikasi NonVerbal

2.1.6.1.Definisi Komunikasi NonVerbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Sebagaimana yang diungkapkan Arni Muhammad memberikan definisi komunikasi non verbal sebagai berikut:

> "Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya". (Suranto, 2010:146)

Sedangkan menurut Edward T.Hall mengartikan komunikasi non verbal adalah:

> "Komunikasi non verbal adalah sebuah bahasa diam (*silent language*) dan dimensi tersembunyi (*hidden dimension*) karena pesan non verbal yang tertanam dalam konteks komunikasi". (Mulyana, 2010:344)

2.1.6.2. Ciri-ciri Umum Pesan NonVerbal

Devito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan non-verbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi non-verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non-verbal.
3. Pesan non-verbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan non-verbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
4. Pesan non-verbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan non-verbal.
5. Komunikasi non-verbal di kendalikan oleh aturan.

Komunikasi non-verbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan non-verbal seringkali berfungsi untuk mengkomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non-verbal.(Devito (2011:54))

2.1.6.3. Klasifikasi Pesan NonVerbal

Jalaludin Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

1. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
    1) Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan

tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:

a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan tak senang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk
b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan
c. Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi.
d. Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.

2) Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
3) Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:
   a. *Immediacy* yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif

b. *Power* mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah

c. *Responsiveness*, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.

2. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.

3. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.

4. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.

5. Pesan sentuhan dan bau-bauan.

   1) Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.

Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan –menandai wilayah mereka, mengidentifikasikan keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

2.1.6.4. Fungsi Komunikasi NonVerbal

Komunikasi non verbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk:

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Mark Knapp 1978)

Fungsi dari komunikasi non verbal dapat menjelaskan maksud dari penyampain pesan itu sendiri. Menurut Mark L. Knapp fungsi-fungsi tersebut yaitu:

1. Repetisi
   Mengulang kembali gagasan yang sebelumnya sudah disajikan secara verbal.
2. Subtitusi
   Menggantikan lambang-lambang verbal.
3. Kontradiski
   Menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal.

4. Komplemen
   Melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal.
5. Aksentuasi
   Menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya
   (Mark L. Knapp, 2010:173)

2.1.6.5. Tujuan Komunikasi Non Verbal

Ketika kita melakukan komunikasi, baik itu melakukan komunikasi verbal terlebih dahulu yang kemudian diiringi dengan komunikasi non verbal atau sebaliknya. Bahkan keduanya seringkali berbarengan dalam melakukannya ataupun penyampaiannya. Setiap penyampaian pesannya baik secara verbal ataupun non verbal sebenarnya memiliki tujuan-tujuan tertentu didalam pesan tersebut.

Adapun tujuan dari komunikasi non verbal diantarany adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan atau memberikan informasi.
2. Mengatur alur suara percakapan.
3. Mengekspresikan emosi.
4. Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan dari komunikasi verbal.
5. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.

Mempermudah tugas-tugas khusus yang memerlukan komunikasi non verbal.[1]

2.1.6.6. Jenis Komunikasi NonVerbal

Komunikasi non verbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang

[1] *http://ahmadsofwan85.blogspot.com/2010/01/tujuan-komunikasi–nonverbal.html*

digunakannya. Dari jenis komunikasi non verbal yang pernah diberikan oleh para ahli sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi non verbal yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa tubuh :
   - Isyarat tangan
   - Gerakan tangan
   - Postur tubuh dan posisi kaki
   - Ekspresi wajah dan tatapan mata
2. Sentuhan
3. Parabahasa
4. Penampilan fisik :
   - Busana
   - Karakteristik fisik
5. Bau-bauan
6. Orientasi ruang dan jarak pribadi :
   - Ruang pribadi dan ruang publik
   - Posisi duduk dan pengatutan ruangan
7. Konsep waktu
8. Diam
9. Warna
10. Artefak(Mulyana, 2010:353-433)

2.1.7. Tinjauan Tentang Motif

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Misalnya, apabila seseorang merasa lapar, itu berarti kita membutuhkan atau menginginkan makanan. Motif menunjuk hubungan sistematik antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Apabila dorongan dasar itu bersifat bawaan, maka motif itu hasil proses belajar.

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam

pernyataan Schutz (dalam Kuswarno 2009). Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu : *inorder to motive dan because motive*.

Because motive merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan *inorder to motif* merupakan motif yang berorientasi ke masa depan. Melalui interpretasi tindakan orang lain, seseorang dapat merubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain. Individu tersebut perlu mengetahui makna, motif dan maksud dari tindakan orang lain tersebut. Menurut Weber untuk memahami motif dan makna tindakan manusia pasti terkait dengan tujuan.

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa motif merupakan suatu dorongan dan kekuatan, yang berasal dari dalam diri seseorang baik yang disadari maupun yang tidak disadari untuk mencapai tujuan tertentu. Motif merupakan salah satu aspek psikis yang paling berpengaruh dalam tingkah laku individu.

2.1.8. Tinjauan Tentang Dakwah

2.1.8.1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara bahasa berarti ajakan, seruan (Sanwar : 1985 : 3). Sedangkan secara istilah ada beberapa pendapat mengenai definisi dakwah, di antaranya adalah :

Pertama, H. M. Arifin dalam bukunya yang berjudul Psikologi Dakwah mengungkapkan bahwa dakwah mengandung pengertian sebagai :

> "Suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, pernghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message (pesan) yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan" (Arifin, 1993 : 17).

Kedua, pengertian dakwah menurut Hamzah Ya'kub adalah "mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-rasul-Nya" (Ya'kub, 1981 : 23).

Ketiga, Hasymi mengungkapkan bahwa dakwah adalah "mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syari'at Islam yang lebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah" (Hasymi, 1974 : 28).

Berdasarkan beberapa pengertian tentang dakwah di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa dakwah merupakan serangkaian aktivitas mensosialisasikan ajaran-ajaran dan nilai-nilai yang terkandung dalam Islam dengan hikmah dan kebijaksanaan agar mereka mengerti, memahami dan melaksanakan pesan tersebut guna mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Pembicaraan tentang dakwah Islam selalu merujuk pada pola-pola perilaku dakwah Nabi dengan para sahabatnya. Proses dakwah pada saat

itu telah memberikan bentuk yang khas sesuai dengan tingkatan peradaban masyarakat. Dakwah Rasulullah SAW yang dilakukan di tengah masyarakat jahiliyah ketika beliau tinggal di Makkah menunjukkan pola yang sangat berbeda jika dibandingkan dengan dakwah Rasulullah SAW di Madinah. Bahkan seolah-olah Tuhan sendiri mengisyaratkan pendekatan dakwah yang berbeda antara kedua model masyarakat tersebut dengan memberikan ciri-ciri tersendiri pada ayat Al Qur'an yang diwahyukan.

2.1.8.2. Unsur-Unsur Dakwah

Seperti halnya pada proses komunikasi, dakwah juga memiliki unsur-unsur yang ada di dalamnya. Unsur-unsur dakwah tersebut jika dikaitkan dengan aktivitas dakwah melalui majalah meliputi penyampai pesan dakwah (da'i atau pelaku dakwah), penerima pesan dakwah (mad'u atau obyek dakwah), pesan dakwah (materi dakwah yang disampaikan), cara atau metode penyampaian pesan dakwah dan media yang digunakan dalam penyampain pesan dakwah.

1. Penyampai Pesan Dakwah (Da'i)

Da'i atau sering disebut dengan istilah juru dakwah adalah setiap manusia laki-laki dan wanita yang baligh dan berakal. Adapun da'i atau orang yang menyampaikan materi dakwah dalam majalah adalah semua orang yang membantu dalam menyampaikan pesan atau materi dakwah dimulai membuat hingga pemasarannya. Dengan kata lain da'i di sini

adalah “da’i kolektif (lembaga penerbitan pers) yang terdiri dari beberapa insan media cetak” (Abdullah, 2000 : 13).

Lembaga penerbitan pers tersebut terdiri atas beberapa bagian, yakni :

a. Redaksi atau orang yang bekerja pada proses pembuatan materi dakwah, baik berita, kolom, artikel maupun yang lainnya. Secara organisatoris bagian ini berada di bawah pimpinan redaksi yang juga membawahi dewan redaksi, redaktur pelaksana, sekretaris redaksi, staf redaksi, redaktur hingga wartawan dan atau koresponden.

b. Bagian tata usaha adalah bagian yang menguasai administrasi baik administrasi ke dalam maupun ke luar, atau orang yang bekerja dalam bidang administrasi kepegawaian, bagian administrasi pemasaran, sirkulasi dan lainnya yang berkaitan dengan orang atau lembaga di luar perusahaan percetakan itu sendiri.

c. Bagian reproduksi percetakan. Pada bagian percetakan ini sangat penting dalam proses komunikasi melalui media cetak (majalah), bagaimanapun bagusnya bagian redaksi dan tata usaha apabila bagian ini tidak dapat digunakan secara optimal maka hasilnya pun sia-sia sehingga mobilitas pesan terhambat (Abdullah, 2000 : 13).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan pelaksana dakwah dalam penelitian ini adalah seluruh kru Majalah Suara

Muhammadiyah. Pelaksanaan dakwah melalui teknologi, khususnya teknologi komunikasi mutlak diperlukan. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini telah jauh dan semakin beragam, namun teknologi penulisan merupakan tahapan yang tidak pernah lekang. Situasi demikian adalah peluang sekaligus tantangan bagi para da'i. Jika para da'i hanya mengandalkan dakwah bi al-lisan saja dan hanya sebagai konsumen untuk informasi yang disampaikan oleh media lain, maka satu lahan potensi tidak tergarap.

2. Penerima Pesan Dakwah (Mad'u)

Penerima pesan dakwah adalah seluruh umat manusia tanpa kecuali baik pria atau wanita, beragama atau tidak beragama, pemimpin maupun rakyat biasa. Seluruh manusia sebagai penerima atau obyek dakwah adalah karena hakekat diturunkannya agama Islam dari kerisalahan Rasulullah SAW berlaku secara universal untuk menusia seluruhnya tanpa memandang warna kulit, asal usul keturunan, daerah tempat tinggal, pekerjaan dan lain-lain" (Sanwar, 1985 : 66). Adapun yang menjadi obyek dakwah dalam penelitian ini adalah warga perserikatan dan masyarakat secara umum.

Di samping itu, Majalah Suara Muhammadiyah merupakan bacaan yang di anjurkan atau wajib bagi pengurus, pimpinan serta karyawan amal usaha. Sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Islam

yang tidak terjaring dalam organisasi keagamaan manapun, maka Majalah Suara Muhammadiyah membulatkan niatnya untuk menjadi milik semua umat tanpa membedakan kelompok dan tingkatan kualitas agamanya.

3. Pesan Dakwah (Materi)

Pesan dakwah adalah semua bahan atau sumber yang dipergunakan atau yang akan disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam kegiatan dakwah untuk menuju tercapainya kegiatan dakwah. Pesan dakwah sebagai materi dakwah merupakan isi ajakan, anjuran dan idea gerakan dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Hal ini dimaksudkan agar manusia mau menerima dan memahami serta mengikuti ajaran agama Islam sehingga benar-benar diketahui, difahami, dihayati dan selanjutnya diamalkan sebagai pedoman hidup dan kehidupannya "(Sanwar, 1985 : 73-74).

Al-Qur'an dam Hadits merupakan sumber materi dakwah. Keduanya merupakan materi pokok yang harus disampaikan melalui dakwah dengan bahasa yang dimengerti oleh masyarakat. Dalam konteksnya sebagai pedoman hidup, Al-Qur'an mencakup secara lengkap tentang petunjuk, pedoman, hukum, sejarah serta prinsip-prinsip baik yang menyangkut masalah keyakinan, peribadatan, pergaulan, akhlak, politik, ilmu pengetahuan dan sebagainya" (Abda, tth : 45).

Secara umum materi atau pesan dakwah yang bersumber dari ajaran Islam di bagi menjadi 3 (tiga) macam, yaitu akidah, syari'ah dan akhlak.\

a. Akidah atau Keyakinan

Akidah merupakan sistem keimanan atau kepercayaan kepada Allah SWT. Akidah bersifat fundamental bagi setiap muslim. Akidah inilah yang menjadi dasar untuk memberi arah bagi kehidupan seorang muslim. Akidah merupakan tema dakwah Nabi ketika beliau melakukan dakwah pertama kali di Makkah. Materi tentang akidah ini secara lebih lanjut tercover dalam rukun iman.

b. Syari'ah atau Hukum

Hukum merupakan peraturan atau sistem yang disyari'atkan oleh Allah SWT untuk umat manusia, baik terperinci maupun pokoknya saja. Hukum-hukum ini meliputi lima bagian yaitu :

1. Ibadah, yaitu sistem yang mengatur tentang hubungan manusia sebagai hamba dengan Tuhannya, sebagai Dzat yang disembah meliputi tata cara sholat, zakat, puasa, haji dan ibadah lainnya.

2. Hukum Keluarga atau al-Ahwalu Syakhshiyah yang meliputi hukum pernikahan, nasab, waris, nafkah dan masalah yang ada dalam lingkupnya.

3. Hukum yang mengatur tentang ekonomi atau al muamalatul maliyah yang meliputi hukum jual beli, gadai, perburuan, pertanian dan masalah yang melingkupinya.

4. Hukum Pidana yang meliputi hukum qishas dan masalah yang melingkupinya.

5. Hukum ketatanegaraan yang meliputi perang, perdamaian, ghanimah, perjanjian dengan negara-negara lain dan masalah yang berkaitan dengan lingkup ketatanegaraan.

c. Akhlak atau Moral

Akhlak atau moral merupakan pendidikan jiwa agar jiwa seseorang dapat bersih dari sifat-sifat yang tercela dan dihiasi dengan sifat terpuji, seperti rasa persaudaraan dan saling tolong menolong antar sesama manusia, sabar, tabah, belas kasih, pemurah dan sifat terpuji lainnya. Akhlak yang mulia ini merupakan buah dari imannya dan amal perbuatannya (Anshari, 1997 : 146).

Tiga macam bidang ajaran Islam di atas tidak dapat dipisahkan dan saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Pesan-pesan keyakinan, hukum-hukum yang disyari'atkan Allah SWT dan moral itulah yang menjadi materi dakwah yang harus disampaikan kepada manusia.

Tampilan pesan dakwah yang dimuat dalam media cetak merupakan saluran penyebar informasi yang cukup efektif dan efisien. Informasi keislaman dapat sampaikan melalui artikel, opini, karangan khas atau yang lainnya, seperti kolom, feature, dan resensi buku. Ada yang menyebutkan bahwa artikel opini maupun karangan khas merupakan suatu bentuk tulisan non fiksi, bukan berita, tak tentu panjangnya dan diungkapkan dengan gaya yang hidup sehingga enak dibaca. Berdasarkan data penilitian penulis baik secara obyektif maupun subyektif yang berusaha mengulas suatu persoalan dengan tinjauan kritis yang memberikan nuansa bagi pembacanya (Al Faruqi, 1997 : 40-41).

Artikel

Artikel adalah tulisan yang berisi fakta, masalah yang ada di tengah masyarakat, ulasan atau kritik terhadapnya disertai gagasan atau pendirian subyektif yang disertai argumentasi berdasarkan teori keilmuan dan bukti berupa

data statistik yang mendukung pendirian itu. Maksud dituliskannya artikel adalah sebagai wahana penampung ide-ide, gagasan-gagasan serta pemikirannya tentang suatu hal. Mengingat isinya berupa opini, maka apa saja bisa ditulis. Di sini letaknya kesempatan para da'i bisa menuliskan buah pikirannya dalam mencermati perkembangan di sekelingnya. Gagasan yang mengembalikan persoalan ke arah terciptanya rahmatan lil 'alamin merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi pemecahan persoalan yang ada di masyarakat tersebut (Kusnawan, 2004 : 128).

Ada beberapa persoalan yang penting mendapat perhatian untuk penulisan sebuah artikel. Persoalan-persoalan tersebut adalah (1) Hendaknya persoalan yang ditulis berkaitan dengan masalah aktual yang sedang menjadi perbincangan di tengah masyarakat. (2) Masalah yang ditulis tidak bersifat menghasut, mengadu domba, memfitnah dan sejenisnya. (3) Isi tulisan sebaiknya berisi solusi terhadap persoalan yang ada. (4) Artikel ditulis dengan menggunakan bahasa populer-ilmiah "(Kusnawan, 2004 : 129).

Feature

Feature adalah tulisan kreatif yang dirancang untuk memberi informasi tentang sesuatu kejadian, situasi atau aspek kehidupan seseorang serta sambil menghibur. Ia juga merupakan karangan lengkap non fiksi, bukan berita lempang dalam media massa yang tak tentu panjangnya, dipaparkan secara hidup, sebagai pengungkapan data kreativitas, kadang dengan sentuhan subjektivitas penulis dengan tekanan pada daya pikat manusiawi, untuk tujuan memberitahu, menghibur, mendidik dan meyakinkan pembaca. Dengan demikian Feature dapat dikatakan tulisan yang lebih ringan dibandingkan artikel opini. Kekhasannya terletak pada kreativitas (dalam penciptaanya), informatif (isinya), menghibur (gaya penulisannya), dan subjektif (cara penuturannya) (Kusnawan, 2004 : 143).

Kolom

Kolom (coloum) merupakan artikel yang lebih panjang uraiannya dan lebih ringan isinya dari tajuk rencana namun lebih pendek dari feature. Ada kolom yang bersifat fakta dibumbui opini, ada pula yang hanya berisi komentar-komentar. Masalah yang dibahas meliputi

bidang politik, sosial, ekonomi, budaya dan soal-soal sensasi (Gunadi, 1998 : 163). Struktur penulisan kolom terdiri atas judul, newspage (kadang-kadang tidak ada) dan **opini.**

Istilah kolom sendiri berasal dari bahasa Inggris coloum yang berarti suatu jenis artikel yang khas, unik dan lebih memiliki daya tariknya di antara artikel-artikel lain di media massa. Ia lebih bersifat personal, yaitu lebih akomodatif memberikan keleluasan terhadap visi otonomi penulisnya (Kusnawan, 2004 : 137). Kolom biasanya dihadirkan untuk menyoroti suatu masalah tertentu dengan gaya berpikir dan bahasa yang paling bebas sesuai dengan visi dan kemampuan serta kapasitas kolumnisnya.

Ciri-ciri kolom adalah pertama, merupakan jenis artikel istimewa karena memiliki keunggulan orisinalitas dan personalitas secara otonomi serta kreatif menyajikan keseluruhan judul dan isinya sehingga membangkitkan daya tarik dan kesegaran terhadap pembacanya. Kedua, tema atau topik dan visinya bervariasi tidak tercegah untuk mendapatkan proses pengolahan dan pengedepanan secara matang atau memadai serta penafsiran personal yang dilakukan kolumnis. Ketiga, memiliki fleksibilitas yang amat kuat dalam kebebasan bentuk dan struktur serta

teknik pengungkapannya. Keempat, kolom dapat juga dikatakan sebagai sajian mulai yang paling serius sampai pada yang paling humoris, mulai dari yang filosofis sampai yang sangat keseharian, selama semuanya dapat ia pertanggungjawabkan. Kelima, kolom biasanya bersifat padat,

4. Metode Penyampaian Pesan Dakwah

Beberapa metode penyampaian pesan dakwah telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW, di antaranya adalah melalui media tulisan (dakwah bil qalam). Penerapan metode ini dapat dilihat melalui sejarah dakwah Rasulullah SAW, yaitu pada tahun ke IV H beliau menerapkan suatu metode dakwah dengan menggunakan media tulisan (dalam bentuk risalah) yang ditujukan kepada raja-raja dan kaisar. Oleh karena itu, risalah dapat diartikan sebagai surat. Surat-surat Nabi SAW ada yang ditolak dengan sikap jelek dan ada pula yang disambut dengan baik. Dalam aplikasinya, materi atau risalah dakwah yang terdapat dalam sebuah majalah dapat terbagi ke dalam materi faktual (berita dan reportase) dan opini (artikel, tajuk rencana, kolom) serta materi perpaduan antara opini

5. Media Dakwah

Dalam rangka mencapai tujuan dakwah Islam, yakni mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan baik di dunia dan akhirat, seorang da'i

membutuhkan perantara untuk menyampaikan materi-materi dakwahnya. Media cetak merupakan media dakwah bil-qalam yang sangat populer di masyarakat. Oleh karena itu, media cetak sangat penting bagi proses penyampaian pesan dakwah. Dengan kemajuan zaman dakwah harus menyesuaikannya supaya dakwah yang dilakukan dapat diterima oleh banyak orang dalam waktu yang hampir bersamaan dan tempat yang berbeda.

Dengan melakukan dakwah bil-qalam di media massa cetak, maka seorang da'i dapat menjalankan peranannya sebagai jurnalis muslim, yakni sebagai muaddib (pendidik), musahid (pelurus informasi tentang ajaran dan umat Islam), mujaddid (pembaharu ajaran Islam), muwahid (pemersatu ukhuwah islamiyah) dan mujahid (pembela ajaran Islam) (Romly, 2003 : 23).

Media massa Islam memiliki karakteristik yang sedikit berbeda dengan media massa umum dalam hal pemuatan artikel-artikel keagamaan. Sekumpulan majalah mempunyai ciri tersendiri, meskipun demikian majalah dapat difungsikan sebagai media dakwah, yaitu dengan menyelipkan di dalamnya misi yang bersifat dakwah. Tentu saja pengungkapan misi tersebut harus serasi dengan ciri majalah tersebut.

Semakin banyak media tulis yang muncul, maka semakin banyak pula membutuhkan tulisan-tulisan yang bermutu dari para penulis dakwah. Penulis itu erat kaitannya dengan ilmu pengetahuan. Semakin

banyak lahan pemikiran, penulis semakin banyak khazanah ilmu pengetahuan. Fungsi strategis menulis di samping untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan mengabadikan hasil karya intelektual juga memiliki peran untuk menyelamatkan manusia dari kebusukan-kebusukan informasi yang disampaikan oleh musuh-musuh Islam

2.1.8.3. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Pada hakekatnya kegiatan dakwah berfungsi membangun dan menyelamatkan manusia, dalam arti sempit untuk membina, mengajak dan memelihara manusia dari kehancuran moral dan akhlaknya. Adapun fungsi dakwah secara lebih luas di antaranya adalah sebagai berikut :

a. Mendorong manusia melakukan kebajikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan dan meninggalkan kemungkaran agar memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

b. Mengadakan seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang jalan Allah SWT yang benar.

c. Mengubah umat dari situasi yang kurang baik kepada situasi yang lebih baik di dalam segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari, baik kehidupan pribadi, keluarga maupun bermasyarakat sebagai keseluruhan tata hidup.

d. Menyampaikan panggilan Allah SWT dan Rasul Allah SWT kepada apa yang menghidupkan umat manusia yang sesuai dengan martabat, fungsi dan tujuan hidup (Mulkhan, 1993 : 10).

Berdasarkan fungsi dakwah di atas, maka dapat dikatakan bahwa penyampaian informasi dakwah merupakan substansi dakwah. Penyampaian informasi tersebut bukan saja bertujuan supaya orang mengerti dan memahami isi suatu informasi akan tetapi agar meyakini dan memposisikan diri.

Sedangkan tujuan dakwah adalah untuk mensosialisasikan dan merealisasikan ajaran dan nilai-nilai yang terkandung dalam agama Islam. Ajaran dan nilai-nilai tersebut mencakup semua aspek dan bidang kehidupan, baik yang berkaitan dengan bidang ekonomi, politik, sosial, budaya maupun bidang-bidang yang lainnya. Di samping itu, aktivitas dakwah bertujuan agar masyarakat dalam konteksnya sebagai obyek dakwah bersedia dan mampu mengerti, memahami serta merealisasikan ajaran dan nilai-nilai yang terkandung dalam agama Islam dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat mencapai kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat[2]

[2] http://makalah-ibnu.blogspot.com/2011/05/tinjauan-tentang-dakwah.html (12 Desember 2014 pukul 21.23 Wib)

2.1.9. Tinjauan Tentang Jamaah

Jamaah menurut bahasa yaitu satu kelompok manusia yang berada di sebuah bangunan atau satu kelompok manusia yang menduduki satu tempat. Juga dapat diartikan sebagai satu rombongan manusia yang berkumpul menuju ke satu tempat.

Sedangkan arti jamaah menurut istilah yaitu kumpulan atau satu kelompok manusia yang berada dalam satu jamaah yang mempunyai satu cita-cita, menuju kepada satu tujuan, dan dipimpin oleh seorang pemimpin.[3]

2.1.10. Tinjauan Tunarungu

2.1.10.1. Definisi Tunarungu

Tunarungu dapat diartikan sebagai suatu keadaan kehilangan pendengaran yang mengakibatkan seseorang tidak dapat menangkap berbagai rangsangan, terutama melalui indera pendengarannya. Andreas Dwidjosumarto (1990:1) mengemukakan bahwa seseorang yang tidak atau kurang mampu mendengar suara dikatakan tunarungu. Selain itu, Mufti Salim (1984:8) menyimpulkan bahwa :

> "Anak tunarungu adalah anak yang mengalami kekurangan atau kehilangan kemampuan mendengar yang disebabkan oleh kerusakan atau tidak berfungsinya sebagian atau seluruh alat pendengarannya sehingga ia mengalami hambatan dalam perkembangan bahasanya. Ia memerlukan bimbingan dan pendidikan khusus untuk mencapai

[3] http://kawansejati.ee.itb.ac/ Jamaah (18 november 2014 pukul 22.57 WIB)

kehidupan lahir batin yang layak." (Mufti Salim, dalam Sutjihati Somantri, 2006 : 93).

Ketunarunguan dibedakan menjadi dua kategori yaitu :

1. Tuli (*deaf*).

   Tuli adalah mereka yang indera pendengarannya mengalami kerusakan dalam taraf berat sehingga pendengaran tidak berfungsi lagi.

2. Kurang dengar (*low of hearing*).

   Kurang dengar adalah mereka yang indera pendengarannya mengalami kerusakan tetapi masih dapat berfungsi untuk mendengar, baik dengan maupun tanpa menggunakan alat bantu dengar (*hearing aids*).

2.1.10.2. Klasifikasi Tunarungu

Klasifikasi yang akan dibahas adalah klasifikasi secara etiologis yaitu pembagian berdasarkan sebab–sebab, dalam hal ini ketunarunguan ada beberapa faktor penyebab, yaitu :

1. Pada saat sebelum dilahirkan
   a. Salah satu atau kedua orang tua anak menderita tunarungu atau mempunyai gen sel pembawa sifat abnormal.
   b. Penyakit ; sewaktu ibu mengandung terserang suatu penyakit, terutama penyakit–penyakit yang diderita pada saat kehamilan tri semester pertama yaitu pada saat pembentukan ruang telinga. Penyakit itu adalah *rubella, morbilli,* dan lain – lain.

c. Keracunan obat–obatan ; pada suatu kehamilan, ibu meminum obat–obatan terlalu banyak, ibu seorang pecandu alcohol, atau ibu tidak menghendaki kehadiran anaknya sehingga ia meminum obat penggugur kandungan, hal ini akan dapat menyebabkan ketunarunguan pada anak yang dilahirkan.

2. Pada saat kelahiran
    a. Sewaktu melahirkan, ibu mengalami kesulitan sehingga persalinan dibantu dengan penyedotan (tang).
    b. Prematuritas, yakni bayi lahir sebelum waktunya.
3. Pada saat setelah kelahiran (*post natal*)
    a. Ketulian yang terjadi karena infeksi, misalnya infeksi pada otak (meningitis) atau infeksi umum seperti *difetri*, *morbilli*, dan lain–lain.
    b. Pemakaian obat–obatan ototoksi pada anak–anak.
    c. Karena kecelakaan yang mengakibatkan kerusakan alat pendengaran bagian dalam, misalnya jatuh.

Perkembangan bahasa dan bicara berkaitan erat dengan ketajaman pendengaran. Akibat terbatasnya ketajaman pendengaran, anak tunarungu tidak mampu mendengar dengan baik. Dengan demikian pada anak tunarungu tidak terjadi proses peniruan suara setelah masa meraban (masa dimana anak mulai mencoba untuk mereaksi suaranya sendiri), proses peniruannya hanya terbatas pada peniruan visual. Dalam

perkembangan bicara dan bahasa, anak tunarungu memerlukan pembinaan secara khusus dan intensif sesuai dengan kemampuan dan taraf ketunarunguannya.

Bahasa adalah salah satu alat komunikasi yang dipergunakan manusia dalam mengadakan hubungan dengan sesamanya. Dengan dimilikinya bahasa yang sama oleh sekelompok orang, akan memudahkan mereka untuk saling bertukar pikiran mengenai segala sesuatu yang mereka alami. Tanpa mengenal bahasa yang digunakan dalam suatu masyarakat, akan sulit untuk mengambil bagian dalam kehidupan sosial mereka. Oleh sebab itu bahasa menjadi suatu hal penting dalam kehidupan, dengan memilki kemampuan berbahasa berarti seorang individu memiliki media untuk berkomunikasi. Adapun beberapa fungsi dan peranan pokok bahasa sebagai media untuk berkomunikasi, seperti :

a. Bahasa sebagai wahana untuk mengadakan kontak/hubungan.
b. Untuk mengungkapkan perasaan, kebutuhan, dan keinginan.
c. Untuk mengatur dan menguasai tingkah laku orang lain.
d. Untuk pemberian informasi.
e. Untuk memperoleh pengetahuan.

Dengan demikian apabila seseorang mempunyai kemampuan berbahasa, mereka akan mempunyai sarana untuk mengembangkan segi komunikasi, sosial, emosional, maupun intelektualnya. Mereka akan memiliki kemampuan untuk mengungkapkan perasaan dan keinginannya

terhadap sesama, dapat memperoleh pengetahuan, dan saling bertukar pikiran. (Sutjihati Somantri, 2006 : 96).

Ketajaman pendengaran seseorang diukur dan dinyatakan dalam satuan *deci-Bell* (disingkat dB). Penggunaan satuan tersebut untuk membantu dalam interpretasi hasil tes pendengaran dan mengelompokkan dalam jenjangnya. Berdasarkan kriteria *International Standard Organization* (ISO) klasifikasi anak kehilangan pendengaran atau tunarungu dapat dikelompokkan menjadi kelompok tuli (*deafness*) dan kelompok lemah pendengaran (*hard of hearing*) (Kirk ; 1970), Moores (1978). Ditinjau dari kepentingan tujuan pendidikannya, secara terinci anak tunarungu dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut :

Tabel 2.2

Tingkat Tunarungu

Rata–rata Kehilangan Pendengaran	Tingkat Tunarungu	Ciri – ciri tunarungu sesuai dengan rentangannya
20 – 30	*Slight losses*	a. Kemampuan mendengar masih baik karena berada pada taraf ringan b. Tidak mengalami kesulitan memahami pembicaraan dan dapat mengikuti sekolah biasa dengan syarat tempat duduknya harus diperhatikan, terutama harus dekat dengan guru c. Dapat belajar bicara secara efektif dengan melalui kemampuan pendengarannya d. Perlu diperhatikan kekayaan

		perbendaharaan bahasanya agar perkembangan bicara dan bahasanya tidak terhambat e. Disarankan yang bersangkutan menggunakan ABM untuk meningkatkan ketajaman daya pendengarannya
30 – 40	*Mild losses*	a. Dapat mengerti percakapan biasa pada jarak yang sangat dekat b. Tidak mengalami kesulitan untuk mengekspresikan isi hatinya c. Kesulitan menangkap isi pembicaraan lawan bicaranya jika tidak berhadapan d. Tidak dapat menangkap suara percakapan yang lemah e. Untuk menghindari kesulitan bicara membutuhkan bimbingan yang baik dan intensif f. Sebaikknya untuk kelas permulaan dimasukan ke kelas khusus g. Disarankan menggunakan ABM untuk menambah ketajaman daya pendengarannya
40 – 60	*Moderate losses*	a. Dapat mengerti percakapan keras pada jarak yang dekat b. Sering terjadi *miss-nderstanding* terhadap lawan bicara jika diajak bicara c. Mengalami kelainan bicara pada huruf konsonan, misalnya “K” diucap menjadi “T” d. Kesulitan mengunakan bahasa dengan benar dalam percakapan e. Perbendaharaan kosakatanya sangat terbatas

60 – 75	*Severe losses*	a. Kesulitan menbedakan suara b. Tidak memiliki kesadaran bahwa benda–benda disekitarnya memiliki getaran suara c. Tidak mampu berbicara spontan d. Kebutuhan pendidikannya perlu latihan pendengaran intensif, membaca bibir, dan latihan kosakata
75	*Profoundly losses*	a. Hanya dapat mendengar suara keras sekali pada jarak kira–kira 1 inchi (± 2,54 cm) atau sama sekali tidak mendengar b. Tidak menyadari bunyi keras.

Sumber: M. Efendi, 2006 ; 59

2.1.11. Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

Pengertian interaksi dalam kamus bahasa Indonesia adalah saling mempengaruhi , saling menarik, saling meminta dan memberi. Dalam bahasa inggris disebut interaction yang dalam kamus ilmiah berarti pengaruh timbal balik, saling mempengaruhi satu sama lain. Sedangkan simbolik dalam kamus bahasa indonesia berarti perlambangan, dan dalam bahasa inggris disebut symbolic yang dalam kamus ilmiah berarti perlambangan, gaya bahasa yang melukiskan suatu benda dengan mempergunakan benda-benda lain sebagai simbol atau pelambang.

Interaksionisme simbolik adalah salah satu model penelitian budaya yang berusaha mengungkap realitas perilaku manusia. Falsa-fah dasar interaksionisme simbolik adalah fenomenologi.

Interaksionisme simbolik (IS) adalah nama yang diberikan kepada salah satu teori tindakan yang paling terkenal. Melalui interaksionisme simboliklah pernyataan-pernyataan seperti "definisi situasi", "realitas dimata pemiliknya", dan "jika orang mendefinisikan situasi itu nyata, maka nyatalah situasi itu dalam konsekuensinya", menjadi paling relevan. Meski agak berlebihan, nama IS itu jelas menunjukkan jenis-jenis aktifitas manusia yang unsur-unsurnya memandang penting untuk memusatkan perhatian dalam rangka memahami kehidupan sosial.

Dalam interaksi tersebut terjadi pertukaran simbol – simbol baik itu verbal maupun non verbal. Dalam simbol – simbol atau lambang – lambang tersebut terdapat makna yang hanya di dipahami oleh anggotanya saja. Makna ini sangat akan mempengaruhi individu bertingkah laku atau berperilaku. Pendekatan atau teori yang mengkaji mengenai interaksi ini adalah interaksi simbolik.

"Persperktif interaksi simbolik berusaha memahamami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka" (Deddy Mulyana, 2007:70).

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self)*, dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap.

Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: (1) Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain, (2) Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya, dan (3) Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

2.2. Kerangka Pemikiran

Perilaku komunikasi Anggota Jamaah Tabligh Tunarungu Masjid Al-Madinah Dalam Melaksanakan Dakwah Kepada Masyarakat dapat dilihat dari pandangan teori Interaksi Simbolik. Interaksi simbolik lebih menekankan studinya tentang perilaku manusia pada hubungan interpersonal, bukan pada keseluruhan kelompok atau masyarakat. Proporsi paling mendasar dari interaksi simbolik adalah perilaku dan interaksi manusia itu dapat dibedakan, karena ditampilkan lewat simbol dan maknanya.

Dalam terminologi yang dipikirkan Mead, setiap isyarat non verbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting, dengan demikian interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Perspektif interaksi simbolik, perilaku manusia harus di pahami dari sudut pandang subyek. Dimana teoritis interaksi simbolik ini "memandang bahwa kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol". (Mulyana, 2001:70).

Inti pada penelitian ini adalah mengungkap bagaimana cara manusia menggunakan simbol-simbol yang menjelaskan apa yang akan mereka sampaikan dalam proses komunikasi dengan sesama.

Pada penelitian ini, peneliti mencoba mendeksripsikan dan menganalisis perilaku komunikasi Anggota Jamaah Tabligh Tunarungu Masjid Al-Madinah Dalam Melaksanakan Dakwah Kepada Masyarakat yang menggunakan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, serta motif.

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal adalah komunikasi yang pesannya berbentuk pesan verbal, yakni pesan yang berbentuk kata. Pesan verbal tersebut dapat dikomunikasikan secara tertulis (verbal/non vokal) dan dapat pula secara lisan (verbal vokal). Proses komunikasi

mencakup pengiriman pesan pada sistem saraf seseorang kepada sisten saraf orang lain, dengan maksud untuk menghasilkan sebuah makna yang serupa dengan yang ada dalam pikiran si pengirim.

Pesan verbal melakukan hal tersebut melalui kata-kata, yang merupakan unsur dasar bahasa. Idealnya, bahasa merupakan instrument pikiran yang berharga, bahwa kadang-kadang bahasa mengganggu kemampuan berpikir kritis.

Penerapan komunikasi verbal pada anggota jamaah tabligh tunarungu ini adalah ketika berinteraksi dengan masyarakat. Anggota jamaah tabligh tunarungu dalam mengunakan kata-kata dengan bahasanya dan juga media yang digunakan dalam melakukan interkasi atau dakwah kepada masyarakat.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Pada dasarnya, komunikasi nonverbal memiliki beberapa fungsi, yakni menggantikan komunikasi verbal, menguatkan

komunikasi verbal atau menentang komunikasi verbal. Jika ada komunikasi nonverbal, maka makna yang dihasilkannya cepat dan mudah dimengerti dan meningkatkan pemahaman.

Penerapan komunikasi nonverbal pada anggota jamaah tabligh tunarungu ini adalah ketika berinteraksi dengan masyarakat, yaitu dari bahasa tubuh dan penampilan fisik anggota jamaah tabligh tunarungu dalam melakukan interaksi atau melaksanakan dakwah.

3. Motif

Motif adalah dorongan yang menggerakan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan –kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan

Penerapan motif pada anggota jamaah tabligh tunarungu ini adalah hal apa yang membuat anggota jamaah tabligh tunarungu ini mau melaksanakan dakwah yang dilihat dari pengalaman masa lalu dan harapan masa depan.

Dari paparan diatas untuk memahami perilaku komunikasi anggota jamaah tabligh tunarungu, peneliti menggunakan teori interaksi simbolik sebagai teori pendukung. Teori interaksi simbolik memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Dalam interaksi

tersebut terjadi pertukaran simbol – simbol baik itu verbal maupun non verbal. Dalam simbol – simbol atau lambang – lambang tersebut terdapat makna yang hanya di dipahami oleh anggotanya saja. Makna ini sangat akan mempengaruhi individu bertingkah laku atau berperilaku. Pendekatan atau teori yang mengkaji mengenai interaksi ini adalah interaksi simbolik.

> "Persperktif interaksi simbolik berusaha memahamami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka" (Deddy Mulyana, 2007:70).

Memahami makna, simbol serta tindakan yang tersembunyi menurut interaksionisme simbolik ini memerlukan metode penelitian kualitatif. Sifat dan kondisi alamiah dari subjek yang diteliti, misalnya dengan memberi mereka kesempatan atau membiarkan mereka berbicara atau berperilaku apa adanya sebagaimana yang mereka kehendaki akan memungkinkan munculnya perilaku tersembunyi ini.

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self),* dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap.

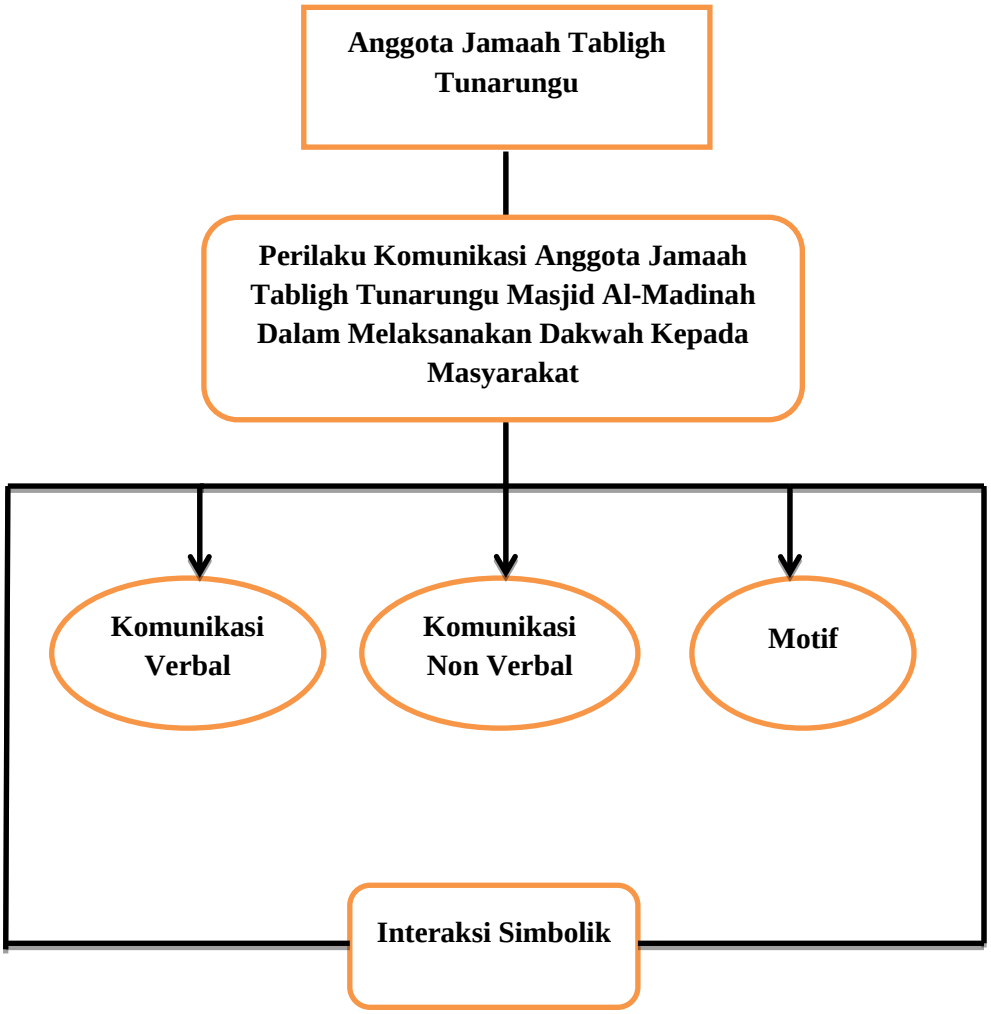
Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: (1) Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu

harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain, (2) Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya, dan (3) Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Jadi, pada dasarnya teori interaksi simbolik adalah sebuah teori yang menjelaskan suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu. Interaksi yang terjadi antar-individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2014