



KOMUNIKASI DAKWAH DALAM BINGKAI TEORI-TEORI PSIKOLOGI

Da'wah Communication In The Frame Psychological Theories

Indah Siti Romadhonah*¹, Malik Ibrahim²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

¹Email: indahromadhonah26@gmail.com

²Email: m4likibrahim98@gmail.com

Abstract

A da'i when he wants to convey a da'wah message certainly wants to get a good response or response from the communicant to the message he conveys. To deliver an effective and maximum message, a da'i must give a da'wah message in accordance with the mental condition or feelings of mad'u at that time. Therefore, one of the fields of science that discusses explaining, predicting, and controlling mental or mental events and mad'u behavior is psychology. This study aims to describe the theories of da'wah psychology. This research uses qualitative research methods with a library research approach. Technical analysis of data in this study is in the form of analysis of a documentation content. This analysis is a way to get the appropriate data. rare then the researcher identifies the data from the bias of the data characteristics, then the information is made systematically so that the object under study is able to provide a perfect conclusion. The research results show that the theories of da'wah psychology include: persuasive theory, learning theory, cognitive dissonance theory, cognitive response theory, planned action theory, Elaboration of Likelihood Model (ELM) theory, and systematic heuristic theory.

Keywords: *Communication, Da'wah, Psychological Theories*

Abstrak

Seorang *da'i* ketika hendak menyampaikan pesan dakwah tentunya ingin mendapat respon atau tanggapan baik dari komunikan terhadap pesan yang ia sampaikan. Untuk menyampaikan pesan yang efektif dan maksimal, seorang *da'i* harus memberikan pesan dakwah sesuai dengan kondisi jiwa atau perasaan mad'u pada saat itu. Oleh karena itu salah satu bidang ilmu yang membahas menjelaskan, memprediksi, dan mengontrol peristiwa-peristiwa mental atau jiwa serta perilaku mad'u adalah ilmu psikologi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan teori-teori psikologi dakwah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kepustakaan atau *library research*. Teknis analisis datan pada penelitian ini berupa analisis dari sebuah isi dokumentasi. Analisi ini merupakan sebuah cara untuk mendapatkan data yang sesuai. langkah selanjutnya peneliti melakukan identifikasi data dari biasanya karakteristik data, lalu informasi dibuat secara sistematis sehingga objek yang diteliti mampu memberikan kesimpulan yang sempurna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori-teori psikologi dakwah meliputi: teori persuasif, teori belajar, teori kognitif disonansi, teori respon kognitif, teori tindakan terencana, teori *Elaboration of Likelihood Model* (ELM), dan teori *heuristik sistematis*.

Kata Kunci: *Komunikasi, Dakwah, Teori-teori Psikologi*

PENDAHULUAN

Seorang komunikator atau *da'i* ketika menyampaikan pesan dakwah

tentunya ingin mendapat respon atau tanggapan baik dari komunikan terhadap pesan yang ia sampaikan. Untuk menyampaikan pesan yang efektif dan maksimal, seorang *da'i* harus memberikan pesan dakwah sesuai dengan kondisi jiwa atau perasaan *mad'u* pada saat itu (Salim, 2017: 106). Oleh karena itu salah satu bidang ilmu yang membahas menjelaskan, memprediksi, dan mengontrol peristiwa-peristiwa mental atau jiwa serta perilaku *mad'u* adalah ilmu psikologi (Nasution, 2020: 160). Psikologi merupakan salah satu ilmu yang mempelajari tingkah laku *mad'u*, sehingga bisa mengetahui cara pendekatan dengan seseorang tersebut (Siregar, 2012: 19). Menurut Amin (2013: 208) psikologi merupakan ilmu yang fokus mempelajari jiwa dan gejala-gejalanya. Psikologi juga membantu *da'i* untuk memprediksi kondisi *mad'u* (Hidayat, 2019: 172).

Ilmu psikologi ketika dikolaborasikan dengan ilmu dakwah dapat membantu seorang *da'i* untuk menyampaikan pesan keislamannya kepada *mad'u*. Dengan demikian ilmu psikologi tersebut sangat diperlukan oleh seorang *da'i*. Dakwah salah satu ilmu pengetahuan yang mengkaji tentang ketuhanan khususnya untuk melakukan undangan, ajakan, dan seruan yang kesemuanya menunjukkan adanya komunikasi antara dua pihak dan upaya mempengaruhi pihak lain (Hermawan, 2019: 1). Dakwah juga merupakan usaha para *da'i* untuk menyadarkan umat agar bisa menjalankan roda kehidupan berdasarkan tuntunan yang benar (Soebahar & Ghoni, 2019: 130).

Dakwah juga salah satu kegiatan menyebarkan dan mengajarkan ajaran Islam kepada orang lain (Hendra & Hartati, 2019: 69). Pendapat lain menegaskan bahwa, dakwah itu bukanlah sekedar menyampaikan dan mengajak orang lain untuk taat kepada tuhan, akan tetapi dakwah juga suatu praktek atau tauladan yang diberikan kepada *mad'u* (Basit, 2013: 5). Berdasarkan ungkapan tersebut respon atau efek dari sebuah dakwah menjadi poin penting untuk mengetahui apakah dakwah seorang *da'i* diterima oleh *mad'u* dengan baik dan paham atau sebaliknya (Hasan, 2013: 86).

Lebih lanjut, seorang *da'i* setelah menggabungkan ilmu psikologi dengan ilmu dakwah menjadi bidang ilmu baru, maka secara sederhana ilmu tersebut dapat membantu *da'i* dalam menyebarkan pesan-pesan kebaikan kepada *mad'unya*. Ilmu baru tersebut adalah psikologi dakwah yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi *mad'u* berdasarkan dengan psikologinya, sehingga pesan dakwah yang disampaikan akan memberikan dampak kepada seorang *mad'u* (Rahmah, 2013: 2). Psikologi dakwah ini diartikan juga sebagai ilmu yang mempelajari gejala-gejala kehidupan mental manusia yang berkaitan dengan proses dakwah (Wahid, 2021: 117).

Hal tersebut kuranglah sempurna ketika tidak dilandasi atau diikuti dengan teori-teori dakwah yang dapat membantu *da'i* dalam mensukseskan dakwahnya. Ketika seorang *da'i* menyampaikan dakwahnya tentunya, harus memiliki cara, strategi atau teori tertentu, sehingga pesan keislaman yang disampaikan *da'i* dapat diterima *mad'u*. Pada bagian ini, penulis akan lebih fokus pada teori-teori psikologi dakwah yang digunakan *da'i* dalam menyampaikan pesan keislamannya.

Pengetahuan psikologi dan komunikasi seorang *da'i* harus selaras dan seirama, sehingga penyampaian pesan atau informasi kepada *mad'u* akan lebih efektif dan memberikan manfaat perubahan perilaku pada komunikan. Penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u* harus diperhatikan oleh komunikator dengan efektif, baik dari sisi kepribadiannya, isi dari pesan, teknik penyampaian

pesan, dan penggunaan sastra dalam berbahasa dalam menyampaikan pesan, sehingga penerapan psikologi dakwah kepada *mad'u* lebih selaras dan sejalan.

Ketika seorang komunikator ingin menyampaikan pesan kepada komunikan pasti memiliki teori tertentu agar bisa memberi perubahan sikap dan perilaku komunikan, sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan efektif oleh komunikan. Oleh karena itu seorang komunikator perlu mengetahui dan mempelajari teori-teori dalam psikologi komunikasi dakwah, guna agar bisa mendapatkan respon dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan. Berdasarkan pernyataan di atas maka, penulis akan menjelaskan terkait definisi komunikasi psikologi dakwah dan teori-teorinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kepustakaan atau *library research*. Penelitian kualitatif merupakan hasil penelitian yang didapatkan dari objek atau sumber data kemudian digambarkan atau diuraikan menggunakan kata atau kalimat (Gunawan, 2013: 213). Kualitatif adalah penelitian yang dapat dijelaskan melalui kalimat dan bukan dengan statistic (Rasimin, 2019: 75). Diegaskan juga oleh Kriyantono (2016: 56–57) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan perkara atau peristiwa melalui berdasarkan kualitas dan kuantitas dari data yang didapatkan.

Pendekatan kepustakaan atau *library research* biasanya lebih fokus menggali data melalui dokumentasi agar dapat menyempurnakan hasil penelitian. Dokumentasi adalah teknik dari pengumpulan data yang bersumber dari berbagai catatan, buku, jurnal, surat kabar, laporan penelitian (Sadiyah, 2015: 91). Pada penelitian ini, di dalam menyelesaikan analisis dari komunikasi dakwah dalam bingkai teori-teori psikologi untuk lebih mendalam dan akurat, peneliti menggunakan teknis analisis data yang berupa analisis dari sebuah isi dokumentasi.

Analisis ini merupakan sebuah cara untuk mendapatkan data yang sesuai dan berdasarkan kebutuhan dari analisis. Adapun tahapan yang dilakukan adalah mengidentifikasi data dari biasanya karakteristik data, lalu informasi dibuat secara sistematis sehingga objek yang diteliti mampu memberikan kesimpulan yang sempurna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Sarana Psikologi Dakwah

Komunikasi menurut bahasa latin berasal dari kata *communicatus* atau *comunicare* atau *communication* sedangkan menurut bahasa Inggris berasal dari kata *communication* yang memiliki arti berbagi atau menjadi milik bersama. Oleh karena itu komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara orang ke orang lain dengan menggunakan bahasa verbal atau nonverbal dan dihantarkan dengan secara langsung atau menggunakan media tertentu (Riswandi, 2013: 1). Menurut pendapat lain pengertian komunikasi berasal dari bahasa latin comunis yang memiliki arti membentuk kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih, sedangkan kata comuni tersebut berakar dari kata *communico* yang memiliki arti berbagi (Ilyas, 2016: 116). Komunikasi adalah suatu proses perilaku masyarakat yang melakukan interaksi secara

bersama-sama dengan menggunakan bahasa verbal dan nonverbal yang mereka ciptakan (Heath & Jennings, 2000: 49).

Menurut Syahputra (2016: 1) komunikasi adalah tindakan perilaku atau perbuatan seseorang dalam bentuk tutur kata atau ucapan yang dikemas menjadi pesan atau informasi kemudian disampaikan ke orang lain. Ilmu komunikasi sebenarnya bukan subdisiplin psikologi, akan tetapi ilmu komunikasi dapat digunakan dari berbagai disiplin ilmu maka penggunaan psikologi dalam komunikasi bisa dikolaborasikan menjadi satu dan sangat membantu dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada komunikan. Psikologi komunikasi mampu mendeteksi secara muqtadhol makom dan muqtadhol hal dari apa yang terjadi pada jiwa manusia Ketika menerima suatu pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator (Ma'arif, 2015: 43).

Perlu diketahui psikologi menurut bahasa Yunani terdiri dari kata *Psyche* yang memiliki arti jiwa dan *logos* yang memiliki arti ilmu, sedangkan diartikan secara bersamaan adalah ilmu jiwa. Namun pengertian ilmu jiwa itu sendiri masih dianggap kabur dan belum jelas. Hal ini disebabkan karena para sarjana belum mempunyai kesepakatan tentang jiwa itu sendiri. Menurut Sarlito, tidak ada seorang pun yang tahu dengan sesungguhnya apa yang dimaksud dengan jiwa itu sendiri, karena jiwa adalah suatu kekuatan yang abstrak yang tidak tampak oleh pancaindra wujud dan zatnya, melainkan yang tampak hanya gejala-gejalanya saja (Faizah and Effendi, 2006: 1-2).

Psikologi komunikasi adalah suatu perkara penting yang harus diketahui oleh setiap komunikator. Komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada orang lain harus memberikan pemahaman kepada komunikan, sehingga mendapat respon atau penerimaan yang baik dari mereka. Pemakaian ilmu psikologi dalam komunikasi juga sangat diperlukan guna mengetahui keadaan jiwa/kondisi secara emosional seorang komunikan. Psikologi komunikasi merupakan disiplin ilmu yang membahas tentang kondisi kejiwaan para aktivis komunikasi agar pesan komunikasi dapat diterima secara efektif (Ma'arif, 2015: 47).

Psikologi dakwah tentunya memiliki peran penting dalam komunikasi karena psikologi dakwah adalah "Ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang tingkah laku manusia yang merupakan cerminan hidup kejiwaannya untuk diajak kepada pengalaman ajaran-ajaran Islam demi kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat" (Faizah and Effendi, 2006: 8). Berdasarkan prinsip psikologi dakwah bahwa peran seorang *da'i* adalah untuk menghilangkan penyakit-penyakit masyarakat yang bersifat kejiwaan dengan cara mengajak, memotivasi dan memberika uswatun hasanah agar penyakit kejiwaannya bisa hilang dan pada akhirnya mereka bisa menerima ajaran Islam dengan baik dan benar serta menjalankan ajaran Islam sesuai dengan syari'at.

Psikologi komunikasi dakwah memfokuskan pada daya imbau dari pesan yang disampainya oleh komunikatornya dengan memanfaatkan media komunikasi dan dengan memperhatikan daya psikologis komunikannya, seperti sensasi, persepsi, memori, berpikir, sikap, dan motif sehingga komunikasi dakwah mampu menimbulkan kesenangan, kedekatan, serta persahabatan dalam berbagai tatanan komunikasi dakwah (Ma'arif, 2015: 42).

Oreantasi Mengenai Teori

1. Pemahaman tentang teori

Suatu teori dibangun sebagai suatu hipotesis untuk diuji berdasarkan karakteristik tertentu. Ketika teori itu benar maka dinyatakan benar dan dapat digunakan karena telalu melalui uji hipotesis. Namun ketika teori tersebut salah, maka akan ditinjau ulang mengapa hal tersebut salah, kemudian dicari penyebab kesalahan tersebut. Kebenaran ilmiah tidak harus selalu mengacu pada kebenaran dari sisi aqidah. Namun biasanya disesuaikan realitas dengan konsep yang dibangun. Jika dilihat dari sisi kebenaran maka teori orang Barat sudah terbukti memberi manfaat kepada kehidupan manusia dan telah melewati uji hipotesis, namun ketika teori tersebut dilihat dari hukum-hukum Allah maka belum bisa dibenarkan karena teori tersebut dibuat bukan dari wahyu ilahi (Ma'arif, 2015: 64).

Teori adalah hasil kajian dan pengamatan terhadap perilaku alam ataupun manusia. Kemudian perilaku tersebut dikaji secara ilmiah dan sesuai kode etik, kemudian diuji kebenarannya sehingga mendapatkan suatu hukum yang tetap. Teori suatu abstraksi yang memberikan penjelasan dan pemahaman lebih mudah dan jelas terhadap realitas atau kenyataan. Teori dapat membantu manusia agar bisa lebih mudah menyelesaikan pekerjaannya. Teori juga dapat menjadi landasan bagi seseorang untuk memahami semesta dan kehidupan secara baik dan nyata. Selain itu teori menawarkan suatu perspektif tentang masyarakat, kehidupan dan realitas dalam suatu keadaan (Ma'arif, 2015: 66)

2. Konsep, hipotesis, dan teori

Konsep adalah pemahaman atau fikiran terhadap suatu objek. Objek tersebut bisa berupa perbuatan, benda, dan pengertian. Pengertian tersebut berupa peristilahan atau perumpamaan. Ketika pemahaman dapat memberikan makna disebut sebagai konsep. Contoh cari konsep adalah air surut dan air pasang. Contoh tersebut telah memberikan makna sehingga bisa disebut suatu konsep. Selain itu konsep bisa digunakan sebagai proposisi yaitu suatu objek yang memiliki dua makna. Contohnya kenakalan remaja berhubungan sdengan pola asuh (Ma'arif, 2015: 66-67). Hipotesis adalah kredibilitas sumber mempengaruhi penerimaan pesan dari komunikator. Kemudian dilakukan uji coba hipotesis sehingga mengetahui hakikat sebenarnya dari uji coba tersebut. Setelah itu peneliti mengetahui kesalahan atau kebenaran dari hal tersebut (Ma'arif, 2015: 67).

Teori berawal dari mengajukan proposisi yang memiliki pengertian bahwa suatu ungkapan yang memiliki makna tertentu, dan lazimnya terdiri dari dua kata. Kemudian dilakukan uji coba sesuai dengan kode etik. Teori yang baik pasti lazimnya bersifat heuristik yaitu sesuatu perkara yang dapat digunakan untuk memahami suatu objek yang berharga bagi manusia dan hueristik secara hakiki dapat dilakukan uji coba. Selain itu juga teori lahir dari kontruksi dengan proposisi karena berfokus pada suatu entitas dari alam dan sosial yang dikembangkan dalam kehidupan (Ma'arif, 2015: 67-68).

3. Teori dinamika dan aplikasi

Suatu teori dikatakan benar bila adanya sinkronisasi antara kesimpulan dengan realitas. Tujuan dari sinkronisasi agar manusia nyaman dan senang menggunakan teori yang ada, kemudian proses penerapan teori tidak mengalami gangguan, secara hakiki penerapan suatu aplikasi akan berjalan

dengan lancar dan baik. Akan tetapi ketika seseorang mengalami kejanggalan terhadap teori maka lakukanlah tinjauan ulang. Pada saat melakukan peninjauan ulang seseorang akan melakukan koreksi, menyampaikan revisi terhadap teori tersebut (Ma'arif, 2015: 68).

Dinamika sosial dapat mendeteksi akar permasalahan dan manusia berupaya untuk mencari solusi pada masalah tersebut sehingga masalah dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu ilmu pengetahuan sangat berpengaruh pada manusia dan lingkungannya. Contohnya untuk mencari obat dari penyakit HIV/AIDS telah digelontorkan uang ratusan triliun rupiah namun sampai saat ini obat dari penyakit tersebut belum ditemukan. Akan tetapi meskipun obatnya belum ditemukan tidak dapat merubah perilaku kebiasaan sek orang-orang barat (Ma'arif, 2015: 69).

Teori-Teori Psikologi Komunikasi

1. Teori persuasi

Persuasi adalah cara seorang komunikator untuk membujuk, merayu dan mempengaruhi komunikan (*mad'u*) agar mengikuti kenginannya dengan secara alami tanpa paksaan dan kekerasan serta suruhan dari komunikator (Ma'arif, 2015: 69).. Terdapat sudut pandang mengenai persuasi, yaitu paradigma motif dorongan (*drive-motive*) yang mengamsumsi bahwa rangkai dari pesan-pesan persuasi dapat menjadi aspek untuk mendorong masyarakat (Ma'arif, 2015: 70). Pada tahun 1940 pembahasan tentang persuasi sudah mulai dikaji. Pembahasan mengenai persuasi dipengaruhi oleh pemikiran dan perilaku manusia yang terletak para paradigma di posisi kognitif. Karena realitasnya sikap dan perilaku manusia berbentuk variable tidak bebas, sedangkan komunikasi dalam bentuk pesan merupakan variabel bebas dan tidak terbatas (Ma'arif, 2015: 70).

Sejarah awal munculnya teori persuasi ini pada tahun 1940 an yang dikemukakan oleh peneliti dari Universitas Yale, Amerika Serikat. Penelitian yang mereka fokuskan pada kredibilitas yang mempengaruhi penerimaan suatu pesan sehingga lebih diarahkan pada sumber, pesan, media, dan karakteristik penerimaannya. Dengan demikian penelitian tersebut menemukan ketertarikan untuk mengerucutkan pada sumber dan penerimaan pesan (Ma'arif, 2015: 70).

Hasil penelitian dari Universitas Yale, Amerika Serikat tersebut telah mengalami perubahan setiap waktu dan situasi, seperti dikurangi hingga hanya menjadi 4 komponen, yaitu evaluasi atensi, komprehensi, dan antisipasi, penjelasan tentang evaluasi tentunya merupakan suatu faktor penerimaan. Sedangkan penjelasan tentang atensi, komprehensi, dan antisipasi merupakan faktor belajar, Jika seseorang termotivasi, dia akan memperhatikan pesannya, mengerahkan tenaga untuk memahaminya, serta mengantisipasi potensi setiap pesan untuk memprediksi sikap dan perilaku mana yang layak untuk diberikan (Ma'arif, 2015: 71).

Terdapat hal yang mendasar dan menarik dari seorang komunikator, yaitu sisi kepribadian, pesan, teknik penyampaian pesan dan penggunaan sastra dalam berbahasa dalam menyampaikan pesan. Perubahan akan terjadi jika pesan disampaikan dengan jelas, menarik dan menyenangkan komunikator. Salah satu contoh agar komunikan bisa menerima dan mengikuti perintah dari komunikator secara alami tanpa disuruh ataupun dipaksa. Yaitu,

اذالم يزيدك البعد حبا ۞ فانت لم تحب حقا

Artinya: “ketika jarak jauh cintamu tidak bertambah, maka cintamu bukan cinta yang sejati.”

Ketika seorang komunikator menggunakan bahasa sastra dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, kemungkinan besar komunikan akan terbujuk dan terlena terhadap pesan yang diterima. Selain itu komunikator bisa menggunakan ilmu tasbih yang terdiri dari musyabah, musyabah bih, alat syabah dan wajah syabah. Namun masih banyak ilmu lain yang bisa digunakan oleh komunikator untuk mempengaruhi komunikan.

2. Teori belajar (Learning Theory)

Menurut Ma'arif (2015: 72) teori belajar pertama kali dirumuskan oleh Carl L Hovland, Greenwald, Petty, dan Cacioppo khususnya yang berhubungan dengan Teori Respons Kognitif. Teori Respons Kognitif diterapkan untuk komunikasi persuasi dalam tiga konteksnya, seperti ruang kelas, pengadilan, dan dakwah. Teori Belajar diterapkan pada komunikasi persuasi dalam dakwah, karena dakwah berperan sebagai konteks komunikasi persuasi. Penelitian dari Universitas Yale mempertemukan Teori Belajar dengan persuasi kemudian menyatakan bahwa persuasi harus memiliki empat unsur dalam tatanan komunikasi yang harus diperhatikan, yaitu sumber informasi, isi pesan, penerima pesan, dan cara penyampaian pesan.

Teori-teori yang berorientasi kognitif adalah teori yang memfokuskan pada proses-proses sentral seperti: sikap, ide, dan harapan untuk menerangkan tingkah laku. Teori Belajar memberi perhatian pada perjuangan komunikasi persuasi terhadap sikap audiens yang diqiyaskan dengan model hierarki pengaruh. Model hierarki pengaruh dipergunakan untuk melihat adanya perbedaan pengaruh yang terjadi akibat dari adanya perbedaan karakteristik audiens dalam memproses pesan komunikasi. Selain itu model hierarki pengaruh juga dapat dideteksi melalui tahapan mendengar, belajar, merasakan, memahami, dan kemudian minat untuk melakukan (Ma'arif, 2015: 72-73).

Teori Belajar memfokuskan pada sikap dengan berbagai komponennya yang terdiri atas kognisi yang meliputi kesadaran dan pemahaman, afeksi yang meliputi kepercayaan dan keinginan untuk bertindak. Teori Respons Kognitif menyatakan bahwa perubahan sikap saat merespons pesan-pesan akan mengambil tempat melalui suatu proses argumentasi dan membangkitkan argumen-tandingan. Teori-teori yang berorientasi kognitif lebih banyak mempelajari pembentukan konsep, berpikir, dan membangun pengetahuan (Ma'arif, 2015: 73).

3. Teori kognitif disonansi

Pada tahun 1957 Teori Kognitif Disonansi pertama kali dirumuskan oleh Leon Festinger. Teori Kognitif Disonansi berawal dari gagasan bahwa seseorang yang memiliki dua kepercayaan yang tidak konsisten. Teori ini akan memotivasi seseorang untuk menghilangkan ketidakkonsistenan terhadap kepercayaan. Perumus teori ini melakukan tindakan dengan mencoba menjembatani kesenjangan pada dirinya dan mengubah perilakunya dengan mengubah kepercayaannya Suatu perilaku dan sikap diharapkan untuk sejalan dengan pengetahuan yang dimiliki seseorang agar perbuatannya selalu sesuai dengan pengetahuannya. Ketika terdapat ketidakcocokan pasti seseorang akan mencari kebenaran dengan argumentasi (Ma'arif, 2015: 74).

Menurut Kelman perubahan sikap dapat terjadi melalui tiga cara, yaitu

dengan cara internalisasi, identifikasi dan menakut-nakuti. Perubahan sikap juga dapat terjadi ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dan sikapnya komunikan dapat dibentuk oleh komunikator ketika pesan yang disampaikan bertolak dari pemahaman yang sejalan dengan sikap yang sudah ada (Ma'arif, 2015: 74).

Kebebasan untuk menerima atau menolak pesan akan dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dan penilaian serta persepsi antara pendengar terhadap komunikator. Ketika tidak ada kepercayaan dan kesamaan nilai maka komunikan akan menolak atau netral serta tidak memberikan komentar apa pun terhadap pesan yang disampaikan namun, ketika adanya kepercayaan dan kesamaan nilai atau persepsi, maka komunikan akan menerima pesan dari komunikator. Selain itu ketika komunikan berpendidikan dan cerdas serta komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, konteks dan efektif maka pesan akan diterima dengan baik oleh komunikan (Ma'arif, 2015: 74).

Menurut Walter dan L. Festinger penyampaian pesan dengan tidak sengaja biasanya dapat merubah sikap komunikan dari pada penyampaian pesan dengan disengaja atau direncanakan oleh komunikator. Ketika pesan dakwah yang sampaikan langsung dirasakan manfaatnya oleh komunikan maka akan lebih disenangi oleh komunikan dibandingkan dengan yang tidak langsung dirasakan manfaatnya. Biasanya komunikan lebih suka menerima pesan yang sesuai dengan karakternya dan hanya menerima pesan yang sejalan dengan sikapnya (Ma'arif, 2015: 75).

Faktor kepribadian yang ada pada komunikan sangat mempengaruhi perubahan sikapnya terhadap pesan yang mereka terima, oleh karena itu seorang komunikator harus memiliki berbagai ilmu pengetahuan seperti Psikologi komunikasi dakwah agar bisa memberi perubahan sikap terhadap komunikan dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

4. Teori respon kognitif

Teori Respons Kognitif berupaya untuk memahami pemikiran orang-orang yang dibangkitkan oleh pesan untuk merespons komunikasi persuasi melalui sikap dan proses perubahannya. Teori ini beranggapan bahwa seseorang bertindak pada berbagai aspek dari suatu posisi tertentu dengan pemikiran yang positif maupun pemikiran yang negatif, kemudian pemikiran tersebut akan menentukan pada pilihan individu untuk mendukung atau tidak. Teori ini mengatakan bahwa perubahan sikap akan terjadi ketika pesan persuasif disampaikan melalui dan menggunakan proses argumentasi dan proses membangkitkan argument (Ma'arif, 2015: 76).

Beberapa argument yang diangkat dalam merespons komunikasi tidaklah sempurna jika tanpa aspek lain dari komunikasi, oleh karena itu perluasan konsep Mutz terhadap model respons kognitif menjadi pelengkap dari teori respons kognitif ini karena saling berhubungan antara riset persuasi, riset keterpaduan psikologi, dan model spiral-diam (spiral of silence model). Konsep respon kognitif berkembang pesat dan melahirkan satu model yang didasarkan pada pengertian bahwa orang-orang ingin memiliki sikap dan kepercayaan yang benar. Seseorang akan memproses informasi yang masuk kepadanya. Konsep inilah yang disebut sebagai Model Penghargaan Elaborasi (Ma'arif, 2015: 77).

Hubungan sikap dan perilaku sangat mempengaruhi pesan yang

disampaikan oleh komunikator, dengan demikian tidak semua informasi yang masuk ke komunikan dapat langsung diterima dan melahirkan tindakan. Komunikan akan berfikir sesuai dengan informasi yang sudah ada. Dengan penjelasan tersebut maka teori ini berhubungan dengan analisis mengenai kemampuan manusia untuk mengolah informasi rasional dan memperkuat pemahaman komunikan. kemampuan tersebut diperlukan dalam komunikasi antarpribadi, pikiran subjektif, dan kenyataan sosial yang muncul dari interaksi (Ma'arif, 2015: 78).

Sikap lebih mudah diterima oleh komunikan dari memorinya serta mungkin dihidupkan dan mempengaruhi proses perilaku (Aaker & Myers, 1987). Menurut Ma'arif (2015: 78) sikap merupakan kondisi mental yang membentuk kesiapan dan kesanggupan seseorang untuk berperilaku positif atau negatif terhadap sesuatu. Sikap tersebut terdiri dari tiga ciri, yaitu: sikap dapat dipelajari, maksudnya seseorang tidak dilahirkan langsung dengan membawa sikap yang sudah terbentuk. kemudian sikap memiliki objek dan bersikap menanggapi. Serta sikap memiliki intensitas.

Menurut Littlejohn dan Karen (2016: 167) bahwa terdapat lima aspek yang dapat memperjelas pemahaman seseorang tentang sikap diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sikap merupakan kondisi mental dan jiwa
- b. Terorganisasi dengan baik
- c. Sikap merupakan kondisi-kondisi atau situasi kesiapan untuk merespons
- d. Mengupayakan adanya saluran tertentu atau pola perilaku
- e. Melalui pengalaman sehingga hasilnya maksimal

5. Teori Tindakan terencana (Planned Action Theory)

Teori ini dirumuskan oleh Azjen dan Fishbein. Teori Tindakan Terencana adalah suatu usaha untuk menetapkan factor-faktor yang menentukan konsistensi sikap dan perilaku. Asumsinya adalah bergerak sesuai dan sejalan dengan keinginan pengetahuan seseorang yang didasari oleh manajemen rasional lingkungan sekitar, manfaatnya akan berdampak pada perbuatan dan bagaimana orang lain akan merasakan dari perubahan sikap dan perilaku tersebut (Ma'arif, 2015: 80).

Teori tindakan terencana adalah perilaku seseorang dapat diprediksi dari niatan untuk bergerak atau bertindak. Sedangkan niatan dapat diketahui melalui dua variabel, diantara adalah sebagai berikut: (1) Sikap seseorang yang fokus terhadap perilaku dapat diprediksi melalui kerangka harapan dan nilai. (2) sikap seseorang terhadap perilaku dan norma sosial subjektif. Nilai sosial subjektif tersebut dapat diprediksi melalui bayangan harapan dari pihak lain yang dikuatkan oleh motivasi (Heath & Jennings, 2000).

6. Elaboration of Likelihood Model (ELM)

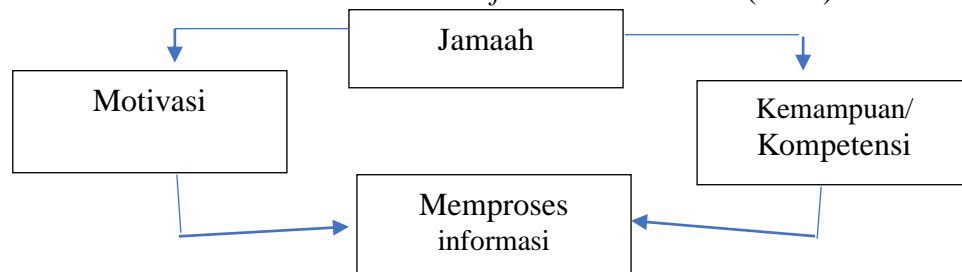
Ciri khas dari Teori Elaboration of Likelihood Model adalah sebagai model kemungkinan elaborasi yang memiliki makna bahwa pesan atau informasi akan diproses secara kognitif oleh komunikan karena mereka terlibat secara aktif dalam proses mengevaluasi pesan yang mereka dapatkan (Aaker & Myers, 1987: 255). Teori ini merupakan informasi atau pesan sampai kepada komunikan melalui dua jalan, yaitu jalur pinggir (*peripheral route*) dan jalur pusat (*central route*). Jalur pinggir persuasi adalah memproses informasi tidak secara sempurna melibatkan kiprah kognitif, sedangkan jalur pusat adalah

memproses informasi secara cermat dan hati-hati terhadap kelayakan topik yang diterima. Jalur pusat dapat terjadi ketika subjeknya termotivasi untuk memproses dan memiliki kemampuan dalam melakukannya (Ma'arif, 2015: 82).

Faktor-faktor yang memiliki peran sebagai pengelola informasi atau pesan adalah Need for Cognition (NFC) yang pertama kali dirumuskan oleh Cohen dan dikembangkan oleh Cacioppo dan Petty. NFC memiliki pengertian sebagai kesenangan dan kenikmatan seseorang untuk berfikir secara mendalam. Oleh karena itu ketika seseorang memiliki NFC tinggi maka akan cenderung termotivasi melalui jalur pusat, memikirkan gagasan-gagasan penting dan menganalisis argumentasi. Sedangkan seseorang yang memiliki NFC rendah maka akan lebih fokus pada factor-faktor berfikir dari luar person, seperti menarik tidaknya komunikator. Selain itu skala perkembangan NFC bertujuan untuk mengetahui factor pembawaan pribadi (Ma'arif, 2015: 83).

Menurut (Miller, 2002: 118) EFC mulai diasumsi dengan kenyataan bahwa individu-individu termotivasi untuk berpegang teguh dengan suatu sikap. Selain itu individu-individu tidak selalu minat dan mampu untuk memproses pesan atau informasi secara layak dan tepat untuk mendapatkan hasil atau tujuan dari informasi tersebut. Ketika proses penerimaan pesan dilaksanakan dengan baik maka termasuk dalam katagori kognitif tinggi yang menggunakan jalur pusat, namun ketika proses penerimaan pesan tidak dilakukan dengan cermat dan efektif maka hal tersebut termasuk dalam katagori kognitif rendah yang menggunakan jalur pinggiran.

Gambar dari Teori *Elaboration of Likelihood Model* (ELM)



Pada gambar Teori Elaboration of Likelihood Model di atas Ma'arif (2015: 88) mengatakan bahwasuatu proses sentral yang membutuhkan motivasi untuk memproses informasi atau pesan yang diterima oleh komunikan. Lalu memiliki kemampuan dalam memproses informasi atau pesan. Maka dengan demikian akan masuk pada proses informasi, sehingga pada akhirnya akan memberikan tindakan atau gerakan bagi komunikan.

7. Teori Heuristik Sistematis (*Systematic Heuristic Theory*)

Teori Heuristik Sistematis ini berlawanan dari konsep heuristik yang memberikan pemahaman bahwa informasi yang diterima seseorang akan diseleksi, disimpan, dan menjadi asas pemrosesan informasi selanjutnya. Heuristik merupakan proses yang berjalan secara berkala dan berlangsung secara sistematis. Informasi yang baru didapatkan akan disaring, dicrosscheck dan diverefikasi oleh informasi terdahulu yang sudah dimiliki oleh komunikan. Teori ini biasanya sering digunakan untuk mempraktekan suatu kondisi baru yang sudah diketahui oleh komunikan berdasarkan informasi yang sudah diduplikasinya sebelumnya (Ma'arif, 2015: 89-90). Menurut (Aaker & Myers,

1987: 42–45) heuristik memiliki beberapa macam, diantaranya adalah sebagai berikut: (1) Heuristik kognitif (*cognitive heuristic*). (2) Heuristik simulasi (*the simulation heuristic*). (3) Heuristik ketersediaan (*the availability heuristic*). (3) Heuristik jangkar (*anchoring heuristic*).

Heuristik kognitif (*cognitive heuristic*) adalah jalan pintas atau instan dalam meningkatkan informasi lama dengan yang terbaru. Sedangkan Heuristik simulasi (*the simulation heuristic*) dapat dipergunakan untuk berbagai macam kepentingan yang luas seperti, kausalitas, prediksi, dan respond afeksi atau kasih sayang. Kemudian Heuristik ketersediaan (*the availability heuristic*) adalah suatu proses informasi atau pesan berdasarkan telaah yang sudah hadir sebelumnya, baik melalui sikap ataupun perilaku. Dan Heuristik jangkar (*anchoring heuristic*) adalah pemahaman yang membatasi seseorang dengan apa yang dilakukan dan dengan pemahaman yang dimiliki oleh seorang komunikan (Ma'arif, 2015: 91-93).

KESIMPULAN

Berdasarkan prinsip psikologi dakwah bahwa peran seorang *da'i* adalah untuk menghilangkan penyakit-penyakit masyarakat yang bersifat kejiwaan dengan cara mengajak, memotivasi dan memberikan *uswatun hasanah* agar penyakit kejiwaannya bisa hilang dan pada akhirnya mereka bisa menerima ajaran Islam dengan baik dan benar serta menjalankan ajaran Islam sesuai dengan syari'at. Psikologi dakwah adalah "Ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang tingkah laku manusia yang merupakan cerminan hidup kejiwaannya untuk diajak kepada pengalaman ajaran-ajaran Islam demi kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat."

Psikologi komunikasi dakwah memfokuskan pada daya imbau dari pesan yang disampaikan oleh *da'i* dengan memanfaatkan media komunikasi dan dengan memperhatikan daya psikologis *mad'unya* seperti sensasi, persepsi, memori, berpikir, sikap, dan motif sehingga komunikasi dakwah mampu menimbulkan kesenangan, kedekatan, serta persahabatan dalam berbagai tatanan komunikasi dakwah.

Lebih lanjut, setelah mengetahui hakikatnya psikologi komunikasi dakwah hendaknya seorang *da'i* mengetahui teori-teorinya sehingga dapat menggunakan berbagai metode dalam berdakwah. Adapun beberapa teori tersebut seperti teori persuasif, teori belajar, teori kognitif disonansi, teori respon kognitif, teori tindakan terencana, teori Elaboration of Likelihood Model (ELM), dan teori *heuristik sistematis*. Berdasarkan beberapa teori tersebut, tentunya dengan penggunaan teori yang tepat dapat memberikan hasil yang maksimal dan memuaskan, sehingga pesan yang di sampaikan dapat diterima oleh *mad'u* dan memberikan perubahan pada perilakunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Myers, J. G. (1987). *Advertising Management*. Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Amin, S. M. (2013). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Basit, A. (2013). *Filsafat dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Faizah, & Effendi, L. M. (2006). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Grup.



- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, M. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Heath, R. L., & Jennings, B. (2000). *Human Communication Theory and Research Concept, Contexts, and Challenges*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hendra, T., & Hartati, S. (2019). Etika Dakwah Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Komunikasi. *Al Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(67–73), 2.
- Hermawan, A. (2019). *Pengantar Psikologi Dakwah*. Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus.
- Hidayat, A. (2019). Dakwah pada masyarakat Pedesaan dalam Bingkai Psikologi dan Strategi Dakwah. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1, 1.
- Ilyas. (2016). Strategi pengembangan Komunikasi Masyarakat Kelompok Tani Qorya Toyyibah di Kalibening Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*, 1, 2.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W., & Karen A. Foss. (2016). *Teori Komunikasi (Theories Of Human Communication) 9th Edition*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ma'arif, B. S. (2015). *Psikologi Komunikasi Dakwah: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Miller, K. (2002). *Communication Theories: Perspective, Process, and Contexts*. Boston Burr Ridge: McGraw-Hill.
- Nasution, I. (2020). Analisa Fungsi Ritual Suroan (Ruwatan Kampung) Dalam Adat Jawa Persepektif Psikologi Dakwahdi Kabupaten Asahan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 1(158–174), 1.
- Rahmah, M. N. (2013). Kredibilitas Juru Dakwah Sebagai Komunikator. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 12, 24.
- Rasimin. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Kualitatif*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sadiyah, D. (2015). *Metodologi Penelitian Dakwah*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Salim, A. (2017). Peran dan Fungsi da'i dalam Perspektif psikologi Dakwah. *Jurnal Al-Hikmah*, 9(92–107), 14.
- Siregar, L. Y. S. (2012). Psikologinya Dakwah. *Alhikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 6(17–27), 2.
- Soebahar, M. E., & Ghoni, A. (2019). Reformulasi Metode Dakwah bi al-Lub'ah sebagai Trauma Healing pada Anak Korban Bencana Alam. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39, 2.
- Syahputra, I. (2016). *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*. Yogyakarta: Carpulis.
- Wahid, L. A. (2021). Penerapan Psikologis Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 13, 1.

