

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Masa pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia dan dunia dari awal tahun sampai pertengahan tahun 2020, sangat memukul beragam sektor yang ada di Indonesia maupun dunia, mulai dari kesehatan, ekonomi, hingga pendidikan. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemi virus corona. Kesehatan mental ikut terkena imbasnya dari penyebaran virus Corona yang sangat masif dalam penyebarannya. Sebagai wabah virus besar di abad ke-21, pandemi penyakit Coronavirus 2019 (COVID-19) telah menyebabkan bahaya yang belum pernah terjadi sebelumnya terhadap kesehatan mental secara global. Sementara dukungan psikologis diberikan kepada pasien dan petugas layanan kesehatan, kesehatan mental masyarakat umum juga membutuhkan perhatian yang signifikan (Xiong et al., 2020).

Lebih lanjut dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Li S et al, menyebutkan COVID-19 (Corona Virus Disease 2019) secara signifikan mengakibatkan jumlah kasus yang besar terhadap konsekuensi psikologis. Hasilnya menunjukkan bahwa emosi negatif (misalnya, kecemasan, depresi dan kemarahan) dan kepekaan terhadap sosial risiko meningkat, sedangkan skor emosi positif (misalnya, kebahagiaan Oxford) dan kepuasan hidup menurun. Orang-orang lebih memperhatikan kesehatan dan keluarga mereka, sementara lebih sedikit tentang waktu luang dan teman-teman (Li et al., 2020)

Naik turunnya saham yang berimbas pada ekonomi makro maupun mikro turut serta terdampak karena adanya pandemi corona. Hasil yang dikemukakan oleh (Ashraf, 2020) menunjukkan pengumuman mengenai penerapan tindakan jarak sosial oleh pemerintah memiliki pengaruh ganda, negatif langsung dan positif tidak langsung, pada pengembalian pasar saham. Secara khusus, pengumuman langkah-langkah *social distancing* menghasilkan pengembalian pasar saham yang negatif karena dampak negatif yang diharapkan terhadap kegiatan ekonomi. Sementara pengumuman ini mengarah pada pengembalian pasar yang positif melalui saluran pengurangan kasus COVID-19 yang dikonfirmasi.

Pendidikan yang terdapat pada dakwah Islam pun turut serta terkena imbasnya, seperti kajian-kajian atau majlis taklim yang biasanya terselenggara secara terbuka di masjid-masjid umum, kini pelaksanaannya dilarang karena dapat menimbulkan kerumunan masyarakat yang dapat memicu persebaran virus secara lebih masif (Rizal, 2020). Pendidikan yang terdapat pada dakwah, harus menerapkan protokol kesehatan dalam melakukan dakwah dan tarbiyah kepada murid-murid atau santri yang mengikuti pembelajaran atau kajian. Mengacu pada penelitian yang dilakukan Syah tahun 2020 pada guru-guru TPQ Awalmu'minin di Gamping yang melakukan pengajaran, sekaligus dakwah kepada anak-anak. Penerapan protokol Kesehatan di TPQ Awalmu'minin juga disampaikan kepada para guru pengajar. Guru pengajar disamping memberikan materi Alqur'an juga selalu mengingatkan urutan protokol Kesehatan yang sudah diajarkan. Guru

atau ustadz sebelum memulai kegiatan menyampaikan materi kesehatan selama 5 menit, begitu juga saat akan pulang santri dingatkan juga untuk mencuci tangan pakai sabun (Syah et al., 2020)

Teknik komunikasi persuasif dalam Ilmu Dakwah disebut dengan dakwah "*Tabisyir*". *Tabisyir* secara bahasa berasal dari kata "*Basyara*" yang mempunyai arti memperhatikan, merasa senang. Secara istilah dakwah, "*Tabisyir*" adalah penyampaian dakwah yang berisi kabar-kabar yang menggembirakan bagi orang-orang yang mengikuti dakwah (Hariyanto, 2017). Teknik ini sangat efektif dan sering digunakan oleh para dai, terutama para dai muda yang berada di kawasan kota Banjar dan kabupaten Tasikmalaya dalam melakukan atau menyampaikan dakwah secara langsung.

Dai dan ustad sebagai penyampai atau yang bertugas mensyiarkan dakwah harus mencari alternatif lain untuk dapat berdakwah selain dengan mengadakan majlis taklim secara langsung di masjid, atau tempat umum lainnya (Hafil, 2020). Beragam kegiatan seperti *Tabligh* akbar, seminar dakwah, pengajian dilarang. Sementara, pandangan orang tentang dakwah adalah *tabligh* akbar. Hal tersebut pada saat ini tak dapat dilakukan sebagai bagian dari pencegahan penyebaran virus corona. Pencegahan kegiatan *tabligh* akbar di masa pandemi covid-19, dan penerapan new normal sebagai salah satu upaya pencegahan penyebaran covid-19, tetapi ini bisa menjadi kesempatan di kalangan dakwah untuk menemukan alternatif lain. Metode alternatif tersebut, dapat dilihat dari beberapa dai yang ada di beragam daerah Indonesia yang menggunakan media sosial sebagai metode dakwah

secara tidak langsung untuk mensiasati para jamaah agar tidak berkumpul di satu titik dan dapat mendengarkan tausiyah lewat media sosial dari rumah masing-masing atau tempat yang tidak menimbulkan kerumunan dan keramaian. Pandemi virus corona merupakan sebuah keadaan atau musibah yang menunjukkan pentingnya media baru dalam dakwah. Walau dituntut menjaga jarak atau *physical distancing*, tidak ada alasan bagi urusan dakwah atau mencari ilmu agama, untuk tidak dilakukan (Novia, 2020). Selain media sosial ada beberapa alternatif lainnya dalam penyampaian dakwah, yaitu melewati media jurnalistik. Jurnalis dakwah terus gelorakan syiar Islam melalui tulisan di tengah pandemic Covid-19. Jurnalis yang menjadi garda depan tidak surut nyali mencari aneka berita di tengah pandemi corona. Mulai dari tahap meliput, merangkum dan menyimpulkan berita melalui proses observasi secara langsung dengan narasumber hingga diseminasi informasi bagi publik (Sufkasman, 2020).

Alternatif media dalam berdakwah menemui beragam pilihan, contohnya media jurnalisme. Jurnalisme sebagai media yang digunakan dalam mengantisipasi atau sebagai alternatif dakwah ketika terjadi pandemi, memiliki beberapa peran. Peran jurnalis dakwah termasuk ujung tombak dalam peliputan berita seputar pandemik Covid-19. Jurnalis dakwah diharap dapat tampil terus menerus memberikan siraman rohani dan peneguhan untuk menghadapi wabah Covid-19. Jurnalis dakwah juga berperan aktif untuk memberi ketenangan kepada masyarakat, agar masyarakat terus waspada dari ancaman virus mematikan (Sufkasman, 2020).

Komunikasi yang kerap digunakan dalam berdakwah adalah komunikasi persuasif, dikarenakan komunikasi persuasif dapat memengaruhi sikap dari para jamaah terhadap materi yang disampaikan. Tercapainya tujuan dakwah Islamiyah secara efektif dan efisien, dalam proses pelaksanaannya perlu digunakan strategi komunikasi. Salah satu di antara strategi komunikasi yang digunakan dalam kegiatan dakwah adalah strategi komunikasi dakwah persuasif (Mubasyaroh, 2017). Bukan hanya karena itu, akan tetapi komunikasi persuasif sering juga dipakai dalam bidang-bidang lainnya. Contoh bidang tersebut adalah pariwisata dalam rangka menunjang hemat energi, menggunakan komunikasi persuasif untuk memengaruhi sikap dari para wisatawan. Sektor pariwisata terutama yang mengusung tema ramah terhadap lingkungan, memanfaatkan komunikasi persuasif sebagai salah satu cara dalam mengajak para wisatawan cinta terhadap energi juga lingkungan. Contohnya salah satu penelitian yang menunjukkan bahwa tamu atau wisatawan yang menerima komunikasi persuasif, berupa pesan yang disampaikan atau dikomunikasikan secara persuasif, menggunakan secara efektif energi dan lebih sedikit sumber daya. Tamu atau wisatawan yang menerima rekomendasi penghematan khusus akan menghemat paling banyak. Dengan menggunakan langkah-langkah yang disampaikan secara persuasif, tuan rumah dapat memengaruhi komitmen, presentasi, umpan balik lingkungan, dan saran dari para tamu yang mendapat komunikasi persuasif dari tuan rumah (Warren et al., 2017). Organisasi dan politik pun tidak terlepas menggunakan komunikasi persuasif sebagai metode dalam rangka

memengaruhi sikap anggota maupun masyarakat. Komunikasi persuasif yang terorganisir sangat penting untuk menjalankan kekuasaan di tingkat nasional dan level global. Ini telah dipelajari secara ekstensif oleh sarjana hubungan masyarakat, budaya promosi dan propaganda (Bakir et al., 2019).

Hal serupa terjadi pula dengan dakwah, karena berdakwah erat kaitannya dengan komunikasi persuasif dari dai yang menyampaikan dakwah tersebut. Komunikasi persuasif menjadikan dai dapat menyampaikan materi sekaligus memengaruhi jamaah agar sikap dan atensi mereka baik terhadap materi yang disampaikan. Keunggulan dari komunikasi persuasif adalah memiliki kecepatan pesan yang berdampak pada keterlibatan aksi nyata masyarakat. Terdapat prasyarat dalam melakukan komunikasi persuasif yaitu (1) memiliki hubungan primer yang berarti adanya kesamaan lokasi dan wilayah yang berada di wilayah yang sama, (2) memiliki motif yang kuat dan tujuan yang kuat dalam melaksanakan kegiatan tersebut, dan (3) memiliki histori yang dibangun untuk keberlangsungan kegiatan komunikasi persuasif (Kusumadinata & Fitriah, 2017).

Dakwah merupakan suatu bagian dari Islam yang tidak dapat dipisahkan dari Islam itu sendiri, karena dakwah termasuk bagian jihad di jalan Allah Ta 'Ala, maka peranannya sangat penting sekali di dalam tubuh umat Islam untuk mengajak orang yang belum mengenal Islam untuk masuk Islam dan memperbaiki orang yang keislamannya kurang baik untuk menjadi orang muslim yang lebih baik sekali, sehingga dalam berdakwah ini memerlukan metode dan metode ini disesuaikan dengan kondisi mad'unya

karena pemakaian metode dakwah yang tepat, dapat untuk menunjang keberhasilan dakwah sehingga tujuan-tujuan dakwah dapat tercapai. Dan menurut ustadz Jamil metode dakwah yang tepat di lingkungannya adalah dengan menggunakan metode dakwah ceramah persuasif (Nugroho & Masrukan, 2018).

Dakwah yang dilakukan oleh para dai, terkadang memiliki beragam rintangan dan hambatan yang timbul karena masalah-masalah yang kian banyak hadir pada saat melaksanakan aktivitas dakwah. Permasalahan dan tantangan tersebut tentunya sangat kompleks dialami dalam aktivitas dakwah yaitu ; Pertama, pengaruh “globalisasi” dengan berbagai peralatan canggih dan media yang modern mengakibatkan banyak orang terdesak dalam menghadapi pengaruh buruk dari orang-orang sekuler (memisahkan urusan agama dan urusan dunia). Kedua, tantangan dakwah yaitu politik. Politik merupakan suatu bagian dari dakwah, akan tetapi pada kenyataannya masyarakat tidak siap untuk menghadapi perubahan seperti ini, realitanya dakwah terganggu oleh kegiatan politik. Ketiga, dakwah masih banyak “jalan ditempat” apapun bentuk yang disampaikan oleh para dai baik ayat atau materi yang sama, penyampaiannya harus dikemas sedemikian menarik agar memungkinkan para mustami tidak jenuh dengan apa yang disampaikan para dai (Najmudin et al., 2019). Oleh karena itu, keberhasilan dakwah ditunjang oleh kemampuan seorang dai dengan mampu menyelesaikan permasalahan kehidupan, memiliki solusi *real* sesuai syariat Islam akan permasalahan

kehidupan yang berkembang di masyarakat, menjadi *public figure* (suri tauladan) di depan masyarakat (Asiyah, 2017).

Dalam melakukan komunikasi, adakalanya gangguan ' muncul secara disengaja maupun tidak sengaja. Gangguan-gangguan komunikasi dapat muncul dengan sendirinya, setidaknya ada beberapa hambatan dalam proses komunikasi. Hambatan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan. Selanjutnya hambatan kerangka berpikir, rintangan kerangka berpikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda. Hambatan semantik atau gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Alfi & Saputro, 2019).

★ Seiring dengan kemajuan dan dinamika masyarakat modern saat ini, seorang dai memanfaatkan kemajuan dan kecanggihan alat-alat dan media dakwah sebagai bentuk public speaking dalam berdakwah. Oleh karena itu, seorang dai mampu berdakwah di berbagai media seperti radio, televisi, film, sinetron dan seni musik (Asiyah, 2017). Kendala dan hambatan yang muncul pada saat pandemi adalah komunikasi persuasif yang tidak tersampaikan dengan baik ketika dilakukan secara daring atau lewat media sosial, walaupun media dakwah sudah cukup masif tersedia.

Media sosial dipilih untuk melakukan komunikasi dan beragam kegiatan lainnya karena memiliki cukup banyak manfaat. Media sosial hadir memiliki manfaat yaitu selain sebagai media informasi, juga sebagai media hiburan. Hal ini, tentu akan menjadi motif alternatif yang dicari-cari oleh masyarakat setelah bosan pada tayangan hiburan di televisi. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah tahun 2020 menunjukkan, masyarakat menyetujui bahwa media sosial bermanfaat sebagai sosial informasi, 93% orang menyetujui media sosial sebagai media informasi Covid-19, 83% orang menyetujui bahwa informasi di media sosial dapat membantu sesama, 80% orang menyetujui bahwa media sosial mampu memuaskan sebagai pelarian dari rutinitas dan masalah pribadi di masa Covid-19, 85% menyetujui media sosial dapat memuaskan dalam pencarian informasi Covid-19 dan 92% menyetujui bahwa informasi di media sosial memuaskan untuk melakukan sesuatu (Rohmah, 2020).

★ Bentuk-bentuk pola dalam menyampaikan komunikasi ketika berdakwah pun dapat menjadi landasan bagi tercapainya komunikasi persuasif secara baik terhadap jamaah walaupun tidak bertatap muka dan bertemu secara langsung dan mengalihkannya melalui media sosial, karena memiliki banyak manfaat yang didapat. Penelitian yang dilakukan Taufik dan menyatakan bahwa komunikasi dakwah pesantren Bustanul Wildan dalam penyebaran agama Islam mempunyai tiga pola komunikasi dan dua bentuk komunikasi. Tiga pola komunikasi tersebut adalah: (1) Pola komunikasi aksi, (2) Pola komunikasi interaksi, dan (3) Pola komunikasi transaksi (Taufik

Rahman, 2019). Pola komunikasi tersebut dapat dilakukan ketika bertatap muka langsung sehingga, pesan atau materi tersampaikan dengan baik. Berbeda dengan pesan yang dilakukan di kala pandemi melanda yang harus melalui media sosial.

Hasil studi pendahuluan menggunakan teknik wawancara melalui media sosial terhadap 3 orang jamaah yang mengikuti kajian ustad Amaswara, yang merupakan salah satu dai/ustad yang menggunakan persuasi sebagai strategi dakwah dalam melakukan komunikasi kepada para jamaahnya. Tiga informan tersebut terdiri dari 1 orang perempuan, dan 2 orang laki-laki. Setiap informan berpendapat bahwa komunikasi persuasif dai yang mereka lihat masih cukup baik ketika menggunakan media sosial, tetapi beberapa kendala sering muncul dalam pelaksanaannya. Salah satu hal yang disampaikan informan adalah koneksi yang kadang kurang baik. Kendala lain berupa pemilihan jenis media sosial yang dipilih, juga sebagian orang yang masih berpikir banyaknya konten-konten lain di media sosial yang membuat kefokusannya dakwah cukup terganggu.

Masalah lain yang ditemukan adalah kurang tersampainya pesan yang diberikan melalui media sosial kepada para orangtua (sebagai jamaah) yang tidak memiliki/menggunakan media sosial, menurut penuturan dari ustad Amaswara. Kemudian tidak adanya barokah berjumpa, berjabat tangan dan berkumpul bersama di masjid. Maka, berdasarkan fenomena tersebut, maka tampaklah gejala masalah dalam komunikasi yaitu koneksi yang kadang kurang baik, pemilihan jenis media sosial yang dipilih,

banyaknya konten-konten lain di media sosial yang membuat kefokuskan dakwah cukup terganggu, dan orangtua (sebagai jamaah) yang tidak memiliki/menggunakan media sosial. Oleh karena itu metode/bentuk komunikasi berupa pola komunikasi aksi, pola komunikasi interaksi, dan pola komunikasi transaksi perlu dikaji lebih lanjut, dalam penyampaian komunikasi persuasif melalui media sosial sebagai sarana yang digunakan dalam berdakwah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi persuasif dalam berdakwah menggunakan media sosial karena dari penelitian-penelitian sebelumnya masih minim dan belum ada yang melakukan penelitian pada dai yang melakukan dakwah secara persuasif lewat media sosial di masa pandemi covid-19.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Permasalahan yang akan dibahas adalah mengenai bentuk-bentuk atau pola komunikasi persuasif dan hambatan-hambatan yang dialami dai/ustad terhadap metode dakwah yang disampaikan melalui media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pertanyaan peneliti adalah :

1. Bagaimana pola-pola komunikasi persuasif dalam berdakwah lewat media sosial?
2. Bagaimana bentuk hambatan-hambatan yang muncul pada dakwah menggunakan komunikasi persuasif melalui media sosial?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk-bentuk atau pola-pola dari komunikasi, terutama komunikasi persuasif yang disampaikan para dai melalui media sosial. Hambatan-hambatan yang timbul pun turut serta dikaji, sehingga mengetahui hal-hal apa saja yang dapat menjadi gangguan bagi dai dalam menyampaikan pesan persuasif lewat dakwah, menggunakan media sosial.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu psikologi sosial terutama dalam bidang psikologi komunikasi dalam bidang atau metode persuasif.

#### **2. Manfaat Praktis**

Temuan dari penelitian ini diharapkan, dapat membantu dan memberi masukan kepada para dai khususnya para dai yang berdakwah melalui media sosial, agar lebih baik kembali dalam menyampaikan dakwah secara persuasif, sekaligus menghindari gangguan-gangguan yang terkadang terjadi dalam berdakwah melalui media sosial.