

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam
IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v6i1.5619>

Vol. 6 No. 1, 2019

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

INTENSITAS KOMUNIKASI KELOMPOK SEBAGAI ALTERNATIF MODEL DAKWAH

Mubasyaroh

IAIN Kudus, Jawa Tengah, Indonesia

mubasyaroh@gmail.com

Abstrak

Komunikasi adalah interaksi sosial yang bertujuan. Komunikator dan komunikan terlibat dalam proses komunikasi karena ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai bersama. Tujuan komunikasi menjadi lebih kompleks dari sekedar mencapai konsensus, demikian juga yang akan berlangsung dalam komunikasi dakwah. Terdapat beberapa jenis komunikasi diantaranya adalah komunikasi kelompok. Pada tulisan ini akan dibahas komunikasi kelompok sebagai alternatif model dakwah. Komunikasi kelompok berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok masyarakat, seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi, dan sebagainya. Dalam komunikasi kelompok dakwah, akan terjadi perubahan perilaku akibat adanya pesan dalam komunikasi, adapun indikasi kelompok, diantaranya Konformitas, yang merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau dibayangkan.

Kata Kunci: Komunikasi Kelompok, Dakwah, model, Perubahan Perilaku

Pendahuluan

Islam adalah agama yang berorientasi kepada amal shaleh, dan menghindarkan pemeluknya maupun bukan pemeluknya dari perbuatan atau amal yang munkar. Amal shaleh yang dimaksudkan sudah barang tentu semua tingkah laku yang selaras sesuai dengan pedoman-pedoman dasar agama, yaitu al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah

Salah satu tugas Rasulullah Muhammad SAW adalah membawa amanah suci berupa menyempurnakan akhlak yang mulia kepada manusia. Akhlak yang mulia ini tidak lain adalah Al Qur'anul karim itu sendiri sebab hanya kepada al-Qur'an sajalah setiap pribadi muslim itu berpedoman. Tujuan dakwah dalam arti luas adalah menegakkan ajaran agama Islam pada setiap insan baik individu maupun masyarakat.

Dalam proses dakwah, tidak dapat dilepaskan adanya komunikasi antara da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan, dimana dua pihak ini adalah orang yang menyampaikan pesan dan lainnya sebagai pihak penerima pesan dakwah itu sendiri.

Sebagaimana diketahui bahwa terwujudnya Islam sebagai *Rahmatan lil 'alamin* bagi seluruh alam, tidak lepas dari usaha aktivitas dakwah itu sendiri dari segi hirarki, tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua macam yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dakwah adalah merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Sedangkan tujuan khususnya yaitu agar seluruh pelaksanaan komunikasi dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan kepada siapa berdakwah dengan cara bagaimana dan sebagainya secara terperinci sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lain yang hanya disebabkan masih umumnya tujuan yang hendak dicapai.

Salah satu upaya mencapai tujuan tersebut adalah dengan komunikasi. Komunikasi secara sederhana dapat dimaknai sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung). Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan.

Menurut Anderson (1959) dalam Ilaihi (2010: 5) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, pesan, gagasan, ide dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu agar tercapai tujuan dalam berbagai hal. Dimana dalam prosesnya melibatkan beberapa komponen yaitu komunikator, komunikan, message (pesan) media dan tujuan.

Ada beberapa jenis komunikasi diantaranya adalah komunikasi kelompok, dimana dalam pelaksanaannya melibatkan beberapa orang. Sebagai bagian dari kegiatan dakwah, komunikasi kelompok menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat yang dalam kehidupan keseharian sering berkelompok dengan teman-teman yang lain dalam beraktifitas. Sehingga identitas kelompok diperlukan. Komunikasi kelompok dapat menjadi alternatif model dakwah, dari sekian model yang ada.

Dakwah merupakan aktualisasi salah satu fungsi kodrati seorang muslim yang berupa fungsi kerisalahan, yaitu sebuah proses pengkondisian agar seseorang atau masyarakat mendengar, mengetahui, memahami, mengimani lalu mengamalkan ajaran Islam di seluruh aspek sendi-sendi kehidupan. Karenanya, dakwah merupakan lapangan bagi seorang muslim untuk bisa berjuang atas nama Allah demi menyelamatkan segenap umat manusia. Berdasar hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengungkap komunikasi kelompok sebagai alternatif bagi model dakwah.

Komunikasi Kelompok

Konsep Dasar Sistem Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok masyarakat, seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi, dan sebagainya. Kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. (Mulyana, 2005: 5).

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya. (Arifin, 1984: 101). Komunikasi kelompok itu melibatkan komunikasi antarpribadi. Oleh karena itu, pada umumnya teori komunikasi antarpribadi berlaku pula bag komunikasi kelompok.

Michael Burgon dalam Wiryanto (2008: 68) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interkasi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, memecahkan masalah, yang anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi antar anggota-anggota yang lain secara tepat.

Kedua definisi tersebut memiliki kesamaan, yaitu adanya komunikasi tatap muka, peserta komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerta tertentu untuk mencapai tujuan kelompok. Adler dan Rodman dalam Bungin (2006: 270-273) mengemukakan empat elemen kelompok yaitu; interkasi, waktu, ukuran dan tujuan.

Interkasi dalam komunikasi kelompok merupakan faktor yang penting, karena melalui interkasi inilah kita dapat melihat perbedaan antara kelompok yang dikenal *coact*. *Coact* sebagai sekumpulan orang yang secara serentak terikat dalam aktivitas sama namun tanpa komunikasi satu sama lain.

Sedangkan sekumpulan orang yang berinterkasi dalam waktu yang singkat, tidak dapat digolongkan sebagai kelompok. Kelompok mempersyaratkan interkasi dalam interkasi dalam jangka waktu yang panjang. Mengenai ukuran, tidak ada ukuran pasti jumlah anggota dalam kelompok. Sementara elemen tujuan mengandung pengertian bahwa keanggotaan dalam suatu kelompok akan membantu individu yang menjadi anggota kelompok tersebut mewujudkan satu atau lebih tujuannya.

Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya

Kelompok Primer dan Sekunder

Sebagaimana diketahui bahwa kelompok primer merupakan kelompok yang naggota-anggotanya berhubungan dengan akrab, personal dan menyentuh hati dalam

asosiasi dan kerja sama. Adapun dalam kelompok sekunder hubungan antar anggotanya tidak akrab, tidak personal dan tidak menyentuh hati kita.

Laksana (2015: 105-106) membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang hanya ditampilkan dalam suasana privat). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Sedangkan pada kelompok sekunder, komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder bersifat nonpersonal.
3. Komunikasi kelompok primer, lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder menekankan sebaliknya
4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder cenderung instrumental
5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder cenderung formal.

Kelompok Keanggotaan dan Kelompok Rujukan

Dalam hal ini, Kelompok rujukan memiliki tiga fungsi; fungsi komparatif, fungsi normatif dan fungsi perspektif. Menurut Theodore Newcomb (1930) istilah kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Adapun kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standar) untuk menilai diri sendiri atau membentuk sikap.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok

Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi sukses atau gagalnya suatu kelompok/komunitas bergantung pada komunikasinya. Seberapa intens dan efektif suatu komunikasi dapat dibangun. Dalam komunikasi kelompok kita harus mengetahui pengertian, sifat, klasifikasi dan lain-lain termasuk ke dalam unsur-unsur komunikasi kelompok.

Saat ini, banyak permasalahan yang terjadi di kalangan sebuah kelompok dan inti masalahnya adalah kurangnya komunikasi. Permasalahan komunikasi yang terjadi pun tidak hanya intern saja tetapi juga eksternalnya.

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan, yaitu melaksanakan tugas kelompok dan memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok disebut prestasi (*performance*). Adapun tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfaction*).

Dengan demikian apabila kelompok dimasukkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), keefektifannya dapat dilihat dari jumlah informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas kelompok adalah:

1. Faktor situasional karakteristik kelompok

Dalam hal ini hubungan antara ukuran kelompok dan prestasi kerja kelompok bergantung pada jenis tugas yang harus diselesaikan oleh kelompok. Tugas kelompok dapat dibedakan dalam dua macam tugas yaitu tugas koaktif, dimana tiap-tiap anggota bekerja sejajar dengan yang lain namun tidak saling berinteraksi. Adapun tugas interaktif, anggota-anggota kelompok berinteraksi secara terorganisir untuk menghasilkan suatu produk, keputusan atau penilaian tunggal (Jalaluddin, 2015: 107).

Lebih lanjut Laksana (2015:107) menyatakan bahwa faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara prestasi dan ukuran adalah tujuan kelompok. Apabila tujuan kelompok memerlukan kegiatan konvergen yaitu untuk mencapai suatu pemecahan yang benar, hanya diperlukan kelompok kecil agar produktif, terutama apabila tugas yang dilakukan hanya memerlukan sumber, ketrampilan dan kemampuan yang terbatas.

Disamping itu, kepemimpinan juga dapat mempengaruhi kelompok untuk bergerak ke arah tujuan kelompok. Kepemimpinan merupakan faktor yang paling menentukan keefektifan komunikasi kelompok. Whire&Lippit (1960) dalam Arifin (1984:121) mengklasifikasikan tiga gaya kepemimpinan yaitu; otoriter, demokratis dan *laissez faire*.

Sebagaimana kita ketahui bahawa kepemimpinan yang otoriter ditandai dengan keputusan dan kebijakan yang seluruhnya ditentukan oleh pemimpin. Adapun kepemimpinan demokratis menampilkan pemimpin yang mendorong dan membantu anggota kelompok untuk membiarakan dan memutuskan semua kebijakan. Sementara itu kepemimpinan yang *laissez faire* memberikan kebebasan penuh bagi kelompok untuk mengambil keputusan individual dengan partisipasi pemimpin yang minimal.

Selain kepemimpinan, kohesi kelompok berhubungan erat dengan kepuasan anggota kelompok. Semakin kohesif kelompok, semakin besar tingkat kepuasan anggota kelompok. Dalam kelompok yang kohesif, anggota merasa aman dan terlindungi sehingga komunikasi menjadi bebas, lebih terbuka dan lebih sering. Pada anggota kelompok yang kohesinya tinggi, para anggota terikat kuat dengan kelompoknya sehingga mereka semakin mudah melakukan konformitas. Kohesifitas kelompok juga dapat menyebabkan anggota-anggotanya tunduk pada norma kelompok yang tidak toleran pada anggota yang devian.

Mc David dan Harari dalam Jalaluddin (2003:181) menyarankan agar kohesi diukur dari beberapa faktor diantaranya ketertarikan sesama anggotanya secara interpersonal; ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok, serta sejauh mana anggota tertarik pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan kelompok.

2. Faktor personal karakteristik kelompok

Disamping faktor karakteristik situasional kelompok faktor lain yang berpengaruh terhadap efektifitas kelompok adalah faktor personal karakteristik kelompok.

Karakteristik kelompok merupakan sifat-sifat yang ditampilkan dalam hubungan dengan orang lain ;ramah, ketus, terbuka atau tertutup, banyak berbicara atau pendiam, penuh perhatian atau tidak peduli dan sebagainya. Hal ini dapat mempengaruhi peran sosial, yaitu segala sesuatu yang mencakup hubungan dengan orang lain dan dalam hubungan dengan orang lain dan dalam masyarakat tertentu.

Peranan juga berpengaruh, seperti tindakan, peranan anggota kelompok dapat membantu menyelesaikan tugas kelompok, memelihara suasana emosional yang lebih

baik, atau menampilkan kepentingan individu saja, yang dapat menghambat kemajuan kelompok.

Intensitas Komunikasi Kelompok Sebagai Model Dakwah Bagi Generasi Milenial

Manusia pada umumnya dilahirkan seorang diri, namun demikian dia harus hidup bermasyarakat. Sebagaimana diketahui bahwa manusia pertama Adam telah ditakdirkan untuk hidup bersama dengan manusia lain yaitu istrinya Hawa. Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya manusia diciptakan oleh Tuhan sebagai makhluk individu dan sosial. Sebagai makhluk individu manusia mampu memenuhi kebutuhannya sendiri, sedangkan sebagai makhluk sosial manusia memerlukan bantuan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karenanya, manusia berpotensi untuk membentuk kelompok. Pembentukan kelompok sebagian bertujuan agar anggotanya dapat saling melengkapi dan menutupi kekurangan diantara anggotanya. (Soekanto, 1990: 123).

Komunikasi dalam hal ini juga merupakan hal yang sangat penting menyatukan dan melakukan setiap tujuan dari berbagai kelompok. Penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain tidaklah mudah sehingga diperlukan suatu keahlian berkomunikasi dalam suatu kelompok yang bisa dikenal dengan komunikasi kelompok.

Dalam hubungan antara manusia dengan manusia yang lain, yang agaknya paling penting adalah reaksi yang timbul sebagai akibat hubungan- hubungan antar manusia tadi. Dalam memmerikan reaksi tersebut menunjukkan manusia untuk memberikan keserasian dan tindakan-tindakan orang lain. Hal ini terjadi karena sejak dilahirkan manusia memiliki keinginan untuk menjadi sama dengan manusia yang lain serta beradaptasi atau menyatu dengan lingkungannya.

Untuk dapat menghadapi dan menyesuaikan diri dengan kedua lingkungan tersebut di atas, manusia menggunakan fikiran, perasaan dan kehendaknya. Kesemuanya itu dapat menimbulkan kelompok-kelompok sosial atau *social group* dalam kehidupan manusia. Kelompok-kelompok tersebut merupakan atau kesatuan-kesatuan manusia yang hidup bersama. Hubungan tersebut dibangun dengan saling mempengaruhi dan saling menolong antar sesama anggotanya (Iver, 1961: 213)

Disamping itu, dalam kelompok perlu adanya komunikasi kelompok sebagai diuraikan pada bab di atas, dimana dalam komunikasi kelompok ditentukan melalui dua hal yaitu norma dan peran. Norma merupakan kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berhubungan dan berperilaku satu sama lainnya. Dalam hal ini Severin dan Tankard (2005: 220) mengatakan bahwa norma-norma deskriptif menentukan apa yang pada umumnya dilakukan dalam sebuah kelompok, sedangkan norma-norma perintah (*injunctive norm*) menentukan apa yang pada umumnya disetujui oleh masyarakat. Keduanya mempunyai dampak pada tingkah laku manusia, namun norma-norma perintah tampaknya mempunyai dampak yang lebih besar.

Adapun peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (*status*). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran (Soekanto, 2002: 242). Peran dibagi tiga, yaitu peran aktif, peran partisipatif dan peran pasif.

Norma maupun peran yang ada pada masing-masing orang yang terlibat dalam kelompok dapat menjadi efektif dalam komunikasinya ketika mereka memang berinteraksi dalam komunikasi kelompok, dimana masing-masing pihak akan memainkan perannya dengan baik terhadap sesama. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai model dakwah.

Proses komunikasi, sebagaimana dalam kelompok juga dibagi menjadi komunikasi primer dan sekunder.

1. *Proses komunikasi primer*, merupakan proses penyampaian pemikiran, perasaan seseorang kepada orang lain yang menggambarkan lambang atau simbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah isyarat, gambar, warna dll. Yang semuanya mampu menterjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi karena hanya bahasalah yang mampu “menterjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.
2. *Proses Komunikasi Sekunder*, terdapat perbedaan antara komunikasi primer dengan sekunder sebagaimana penjelasan di atas. Komunikasi sekunder merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melaksanakan komunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh dan jumlahnya yang banyak serta menyebar. (Ilaihi, 2010: 124)

Sebagai salah satu alternatif model dakwah, komunikasi kelompok dapat berjalan efektif apabila dapat mengubah seseorang maupun masyarakat dari aspek pemikiran, perasaan, maupun perilaku dari kondisi yang buruk ke kondisi yang lebih baik. Secara spesifik, dakwah Islam diartikan sebagai aktivitas menyeru/mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk melakukan kema'rufan dan mencegah dari kemunkaran. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui seberapa besar keberhasilan dakwah dapat dipengaruhi oleh keberhasilan komunikasi yang baik dan efektif. Komunikator sebagai da'i juga harus menampilkan diri sebagai komunikator yang baik.

Dalam komunikasi kelompok yang melibatkan beberapa orang baik dalam jumlah kecil maupun besar, peran komunikator sangat besar. Jika komunikator ingin didengar dan diperhatikan oleh komunikan yang terdiri dari beberapa orang ia harus melakukan dengan penuh perasaan dan hati, sehingga sampai juga dengan kelembutan dan kasih sayang. Hal ini senada dengan ungkapan” suara hati dapat didengar dengan hati”

Menurut Ilaihi (2010: 158) terdapat beberapa tahapan mengubah dan menggugah dengan hati antara lain:

1. Tahapan pra pelaksana, pada tahap ini meliputi; hati yang tulus, penampilan yang bagus dan tujuan fokus
2. Tahap pelaksana yaitu terdiri dari; satukan hati dan visualisasi, bahasa tubuh dan ekspresi serta lengkapi informasi
3. Tahap pasca pelaksana terdiri dari evaluasi diri dan perbaiki diri.

Untuk mengefektifkan bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh da'i berjalan efektif, maka tahapan tersebut harus diperhatikan. Disamping itu, semakin jelas *target audience* yang dibidik, maka efek komunikasi kelompok akan semakin optimal dan tepat sasaran. Penyampaian pesan kepada mad'u dalam hal ini anggota kelompok perlu memilih strategi yang tepat, harus fokus pada inti pesan serta pesan yang disampaikan simpel dan mudah dipahami.

Selain itu, agar komunikasi yang dilaksanakan berlangsung efektif, harus memperhatikan *prinsip berbicara efektif*, dengan indikatornya adalah jelas artikulasinya, hemat kata-kata, bahasa yang mudah dimengerti, suara yang enak untuk dirasakan dan serta enak didengar. Sebuah komunikasi dikatakan efektif jika menarik untuk didengar, sasaran tercapai (instruktif, informatif, ajakan atau imbauan, argumentatif dan klarifikatif).

Selanjutnya adalah *mendengar dengan aktif*, dalam komunikasi kelompok selain berbicara yang simpel dan mudah dipahami juga masing-masing anggota yang ada dalam komunikasi juga harus mampu mendengar dengan aktif. Pada mendengar aktif, saat mendengarkan dengan aktif penerima akan mendapatkan umpan balik dengan menguraikan sendiri melalui kata-katanya tentang pesan yang disampaikan oleh pengirim, dan menguolng kembali dengan caranya sendiri. Dengan mendengar aktif dapat membantu memastikan para komunikator mempunyai informasi akurat.

Dalam kegiatan dakwah dengan model komunikasi kelompok, hubungan yang dibangun antara da'i dan mad'u harus baik, sehingga pada saat komunikator sebagai mad'u sedang menyampaikan pesan dakwah dapat dengan mudah diterima komunikan sebagai mad'u.

Ada beberapa sikap yang perlu diperhatikan dalam komunikasi kelompok sebagai aktifitas dakwah (Ilaihi, 2010: 165-166) yaitu:

1. Respect

Respek merupakan sikap hormat dan saling menghargai terhadap lawan bicara dan anggota lain dalam kelompok. Kita harus memiliki sikap (*attitude*) menghormati dan menghargai lawan bicara karena pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Kelompok akan bertahan jika masing-masing saling menghargai antar sesama anggota.

2. Empati

Empati yaitu kemampuan untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi orang lain. Rasa empati akan memungkinkan kita untuk menyampaikan pesan (*message*) dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan (*receiver*) menerimanya. Antara komunikator dan komunikan dalam komunikasi kelompok harus memahami pihak yang diajak komunikasi dengan penuh rasa empati.

Empati juga dapat berarti kemampuan mendengar dan bersikap perseptif atau siap menerima masukan ataupun umpan balik apapun dengan sikap yang positif.

3. Audible

Audible mengandung makna bahwa pesan yang disampaikan komunikator dapat didengarkan atau dimenegrti dengan baik.

4. Kejelasan dari pesan yang disampaikan (clarity)

Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan beberapa komunikan, sehingga dari beberapa anggota kelompok memiliki latar belakang yang berbeda.

Pesan yang ingin disampaikan harus jelas sehingga tidak menimbulkan multi-intrepretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Clarity juga sangat bergantung pada kualitas suara dan bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa yang tidak dimenegrti, akan membuat isi dari pesan tidak dapat mencapai tujuannya. Sering orang menganggap pentingnya clarity, sehingga tidak menaruh perhatian pada suara.

5. Rendah Hati (humble)

Untuk membangun rasa menghargai orang lain, diantaranya dengan sikap rendah hati. Kerendahan hati dapat berarti tidak sombong dan menganggap diri penting ketika kita berbicara.

Sebagai salah satu model dakwah, komunikasi kelompok yang dilaksanakan juga perlu mengamati keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat yang mencerminkan adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksakana. Diantaranya fungsi hubungan sosial, persuasi dan peroblem solving juga fungsi terapi.

Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa komunikasi merupakan interkasi sosial yang bertujuan. Komunikator dan komunikan terlibat dalam proses komunikasi karena ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai bersama.

Proses komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya

perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam.

Dalam penyampaian pesan dakwah secara lisan atau langsung, juru dakwah akan berhadapan dengan kelompok audiens yang mempunyai kecenderungan sama. Sehingga para juru dakwah dapat menampilkan penyampaian pesan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan.

Dalam komunikasi kelompok dakwah, akan terjadi perubahan perilaku akibat adanya pesan dalam komunikasi, adapun indikasi kelompok, diantaranya Konformitas, yang merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga. (Laksana, 2015: 100)

Dalam hal ini peran kelompok sangat kuat dalam menuju keberhasilan dakwah, karena tekanan kelompok akan berpengaruh terhadap sikap para anggotanya. Disamping itu, faktor identifikasi, cenderung ingin sama dengan anggota yang lain serta faktor imitasi, untuk meniru orang lain juga berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah dengan model komunikasi kelompok. Dalam kelompok, tiap anggota biasanya menghindari perbedaan dengan anggota yang lain, mereka akan cenderung berperilaku dan bersikap sama dengan yang lain, begitu juga dalam dakwah. Komunikan sebagai mad'u dalam komunikasi kelompok akan melakukan perubahan pada dirinya seiring dengan perubahan yang dilakukan oleh anggota yang lain dalam kelompoknya. Dengan demikian melalui kelompok komunikasi sebagai alternatif model dakwah, diharapkan dakwah akan berhasil sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Simpulan

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat

bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan makhluk Tuhan. Dalam hal ini komunikasi kelompok menjadi tawaran alternatif model.

Dalam komunikasi kelompok dakwah, akan terjadi perubahan perilaku akibat adanya pesan dalam komunikasi, adapun indikasi kelompok, diantaranya Konformitas, yang merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Dalam proses dakwah, tidak dapat dilepaskan adanya komunikasi antara da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan, dimana dua pihak ini adalah orang yang menyampaikan pesan dan lainnya sebagai pihak penerima pesan dakwah itu sendiri.

Referensi

- Arifin, Anwar, 1984, Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas, Bandung: Armico.
- Bales, Robert F., 1950, Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups, Cambridge: Addison-Wesley
- Bungin, Burha, 2014, Soisologi Komunikasi; Teori,Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Jakarta: KENCANA
- Ilaihi, Wahyu, 2010, Komunikasi Dakwah, Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA
- Laksana, Muhibudin Wijaya, 2015, Psikologi Komunikasi; membangun Komunikasi yang Efktif dalam Interaksi Manuisis, Bandung: PUSTAKA SETIA
- Littlejohn, 1999, Theories of Human Communication, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Mulyana, Deddy, 2005, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1994, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Schutz, W. D., 1966, *The Interpersonal Underworld*, Palo Alto: Science and Behavior Books.

Soekanto, Soeryono, 2002, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali

Tubbs, Stewart L dan Sylvia Moss, 2005, *Human Communication*, Singapore: Mc. Graw- Hill, Inc

Wiryanto, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

W.D. Schultz , 1996, *The Interpersonal Underworld*, Palo Alto: Scand Behavior Book