

KOMUNIKASI DAKWAH EFEKTIF DALAM PERSPEKTIF ALQURAN

A. Markarma

IAIN Palu, Jl. Diponegoro No. 23 Palu Sulawesi Tengah
e-mail: andi@gmail.com

Abstrak. Dalam perspektif Alquran, komunikasi dakwah efektif (*qaulan balighan*) sangat dianjurkan. Kemampuan seorang penceramah atau *dā'i* berkomunikasi secara efektif, dapat memengaruhi kebenaran pemikiran relatif para *audience* (hadirin) atau *mustami'* (pendengar). Alquran menegaskan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Islam harus disosialisasikan dan diinternalisasikan kepada para pemeluknya untuk lebih dihayati dan diamalkan secara murni dan konsekuen. Jika para penceramah atau *dā'i* menguasai komunikasi dakwah efektif yang dalam bahasa Alquran disebut *qaulan balighan*, maka ia akan mampu menginternalisasikan ajaran Islam dalam benak dan dada semua pemeluknya sehingga dapat bersikap dan berperilaku sebagai muslim sejati.

Abstract. In the Koran perspective, the effective *da'wah* communication (*qaulan balighan*) is highly recommended. The ability or a preacher to communicate effectively can affect the relative truth of thought of the audience or *mustami'* (listeners). The Koran insists that Islam is a perfect religion and must be socialized and internalized into the minds of its adherents in order to understand and to implement it consistently and continually. The *da'i* must possess a good mastery of communication, in Arabic, *qaulan balighan*, in order to be able to internalize the teachings of Islam into the minds of its adherents, through which they will behave as true Muslims.

Kata Kunci: dakwah, komunikasi, perspektif Alquran

PENDAHULUAN

Menurut bentuknya, komunikasi dibedakan menjadi dua, verbal dan non verbal. Mengingat luasnya ruang lingkup komunikasi, tulisan ini hanya akan difokuskan pada komunikasi verbal, yakni bentuk komunikasi dakwah efektif yang menggunakan simbol-simbol bermakna dan berlaku umum dalam proses komunikasi verbal yang menggunakan simbol suara saja.

Dengan kemampuan komunikasi dakwah efektif yang dimiliki, Ṭāriq ibn Ziyad, mampu membakar semangat juang pasukannya, sesaat setelah mendarat dan berpidato dengan latar belakang kapal yang telah dibakar atas perintahnya. Saudara-saudara, lautan di belakang kalian, dan musuh di depan hidung. Kita berada pada *point of no return*. Tidak ada tempat untuk berlari. Tidak ada alternatif lain, selain meluluh-lantakkan musuh, demikian pidatonya. Hasilnya, Ṭāriq pun memenangkan pertempuran itu.

Hitler berhasil memengaruhi kaum Nazi untuk menumpas kaum Yahudi. Bung Karno mampu memukau pendengar selama berjam-jam tanpa bergeming. Bung Tomo, dengan teriakan takbirnya mampu menggerakkan arek-arek Suroboyo melawan dan mengusir Belanda. Kemampuan komunikasi efektif dapat memengaruhi jalan pikiran berjuta anak bangsa.

Islam sebagai agama yang sempurna tentu akan dapat dipahami oleh para pemeluknya untuk lebih dihayati dan diamalkan secara murni dan konsekuen, jika disampaikan oleh para penceramah atau *dā'i* yang mampu melakukan komunikasi dakwah efektif. Komunikasi dakwah efektif dapat menginternalisasikan ajaran Islam dalam benak dan dada semua umat sehingga dapat bersikap dan berperilaku sebagai muslim sejati.

Kegiatan dakwah akan selalu penuh dengan *audience* atau *mustami'* yang setia mendengarkan dakwah, jika para penceramah atau *dā'i* menguasai cara berkomunikasi yang efektif. Banyak pakar komunikasi yang membahas tentang konsep ini, baik yang

terkait dengan masalah teknik presentasi efektif, metode *public speaking*, maupun cara bicara retorik yang pada umumnya berasal dari Barat. Islam sebagai agama yang sempurna dan paripurna sesungguhnya juga memiliki konsep tentang komunikasi dakwah yang efektif.

Alquran sebagai kitab suci memuat berbagai persoalan yang dihadapi manusia, tidak terkecuali tentang konsep komunikasi dakwah efektif. Alquran memerintahkan umat manusia untuk berbicara efektif (*qaulan balighan*). Semua perintah jatuhnya wajib, selama tidak ada keterangan lain yang memperingan. Begitu bunyi kaidah yang dirumuskan *uṣūl fiqh*.

Dari sisi lain Rasulullah bersabda: "Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, hendaklah berbicara secara efektif atau diam". Al-Syaukānī dalam kitab tafsir *Fatḥh al-Qadīr*, sebagaimana dikutip Jalauddin Rahmat, mengartikan *al-bayān* sebagai kemampuan berkomunikasi. Komunikasi efektif tidak hanya cara berbicara tetapi juga etika bicara.¹

Semenjak memasuki era reformasi, masyarakat Indonesia berada dalam suasana euforia, bebas bicara tentang apa saja, terhadap siapapun, dengan cara bagaimanapun. Hal ini terjadi, setelah mengalami kehilangan kebebasan bicara selama 32 tahun di masa orde baru. Memasuki era reformasi sampai saat ini, orang menemukan suasana kebebasan komunikasi.

Tidak jarang kemudian cara maupun muatan pembicaraan berseberangan dengan etika ketimuran, bahkan etika keagamaan Islam, sebagai agama yang dianut mayoritas penduduk Indonesia. Terkait dengan etika berbicara, kebebasan mengemukakan ide serta pikiran, bahwa setiap orang berhak mengemukakan ide dan pikirannya seperti yang diamanatkan UUD 1945 pasal 29.

¹Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. (Cet. VIII; Bandung : Mizan, 2008), h. 49.

Dalam konteks ini, hak itu juga dibatasi dengan ketentuan lain pada pasal yang sama, yakni hak yang dimiliki tidak boleh mengganggu orang lain, norma susila dan agama. Sebagai seorang penceramah atau *dā'i*, tentu komunikasi dakwah efektif sebagaimana pesan yang tertuang dalam kalimat *qaulan balighan* harus dimiliki dalam setiap dakwah yang dilakukan.

Argumentasi di atas, mendorong penulis untuk mengkaji ayat-ayat Alquran tentang konsep komunikasi dakwah efektif, melalui pemikiran-pemikiran mendalam dan mengkonfirmasikannya dengan teori-teori komunikasi. Melalui tulisan ini diharapkan dapat diketahui, ayat-ayat tentang komunikasi efektif dalam Alquran, sebagaimana telah banyak dikupas oleh para mufasir, baik yang menyangkut cara ataupun etika komunikasi.

PARADIGMA KOMUNIKASI VERBAL EFEKTIF

Komunikasi

Secara etimologis, istilah komunikasi merupakan terjemahan dari kata *communication* yang awalnya berkembang di Amerika. Secara terminologis menurut Webster New Dictionary sebagaimana dikutip oleh Sri Haryani bahwa "komunikasi dimaknai sebagai seni mengekspresikan ide-ide atau pikiran, baik melalui lisan maupun tulisan".²

Terminologi lain dikemukakan oleh Hovland seperti yang dikutip Efendi bahwa "Communication is the process by which an individual as communicator transmits stimuli to modify the behavior of other individuals".³ Komunikasi merupakan suatu proses di mana seorang komunikator mengirimkan stimulus untuk mengubah perilaku dari orang lain atau komunikan.

²Sri Haryani, *Komunikasi Efektif untuk Mendukung Kinerja Perkantoran*. (Cet. III; Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 2002), h. 19.

³Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*. (Cet. III; Bandung: Rosda Karya, 2006), h. 31.

Komunikasi adalah “proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”.⁴ Pengertian tersebut mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi yakni: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Agar jalannya komunikasi berkualitas, maka diperlukan pendekatan komunikasi yaitu pendekatan secara ontologis (apa itu komunikasi), secara aksiologis (bagaimana berlangsungnya komunikasi yang efektif) dan secara epistemologis (untuk apa komunikasi itu dilaksanakan).

Konsep komunikasi menurut John R. Wenburg, William W. Wilmoth dan Kenneth K Sereno dan Edward M Bodaken terbentuk menjadi 3 tipe. *Pertama*, searah, pemahaman ini bermula dari pemahaman komunikasi yang berorientasi sumber yaitu semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon penerima.

Kedua, interaksi, pandangan ini menganggap komunikasi sebagai proses sebab-akibat, aksi-reaksi yang arahnya bergantian. *Ketiga*, transaksi, konsep ini tidak hanya membatasi unsur sengaja atau tidak sengaja, adanya respon teramati atau tidak teramati namun juga seluruh transaksi perilaku saat berlangsungnya komunikasi yang lebih cenderung pada komunikasi berorientasi penerima.

Berbicara mengenai komunikasi berarti kita pun akan berbicara mengenai bahasa. Hal ini dikarenakan komunikasi dan bahasa merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan (bersifat komplementer). Sejarah telah mencatat bahwa tak ada satu bangsa pun yang tidak mempunyai bahasa sebagai alat komunikasi efektif dalam proses sosialnya.

⁴ *Ibid.*, h. 36.

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu.

Jelas bahwa percakapan antara kedua orang dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan. Akan tetapi pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya sangat fundamental, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat.

Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informative, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasive, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles hanya sekedar berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil.

Menurut Carl I. Hovland dalam Haryani, ilmu komunikasi adalah "upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap".⁵ Definisi ini menunjukkan bahwa yang dijadikan obyek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik.

⁵ Sri Haryani, *op., cit.* h. 28.

Dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (communication is the process to modify the behavior of other individuals), akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan di atas.

Komunikasi Verbal

Dewasa ini, banyak ragam komunikasi verbal ataupun non verbal, lisan ataupun non lisan yang sering digunakan dalam proses penyampaian informasi, baik itu informasi yang bersifat formal maupun nonformal. Pengklasifikasian ragam komunikasi tersebut menitikberatkan pada penempatan komunikasi dalam kehidupan nyata.

Pada zaman globalisasi dan informasi, perkembangan komunikasi akan berlangsung pesat dan signifikan ditopang oleh perkembangan teknologi dewasa ini. Artinya, perkembangan komunikasi tidak akan "stuck off" pada komunikasi sekarang, melainkan terus mengalami peningkatan dan perkembangan. Ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan dimensi penting dalam peradaban manusia.

Secara garis besar bentuk komunikasi ada dua macam, yakni komunikasi non verbal dan komunikasi verbal. Komunikasi non verbal adalah kumpulan isyarat, gerak tubuh, intonasi suara, sikap dan sebagainya yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi non verbal memiliki berbagai perbedaan dengan komunikasi verbal.

Salah satunya, tidak mempunyai struktur yang jelas, sehingga relatif lebih sulit untuk dipelajari. Disamping itu intensitas terjadinya komunikasi non verbal juga tidak dapat diperkirakan dan bersifat spontanitas. Namun demikian dalam praktiknya banyak digunakan karena mempunyai beberapa

manfaat, setidaknya memperjelas apa yang disampaikan secara verbal.

Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol yang mempunyai makna dan berlaku umum, seperti suara, tulisan, atau gambar. Dari sini dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi ini tidak hanya menyangkut komunikasi lisan saja, tetapi juga komunikasi tertulis. Bahasa merupakan simbol atau lambang yang paling banyak digunakan.

Komunikasi dapat mewakili banyak fakta, fenomena, bahkan sesuatu yang bersifat abstrak yang ada di sekitar manusia. Oleh karena itu dalam komunikasi, bahasa banyak digunakan oleh masyarakat. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Indikator Komunikasi Verbal Efektif

Komunikasi efisien berhubungan dengan pemanfaatan atau optimalisasi waktu dan biaya dalam pertukaran informasi. Komunikasi dapat dikatakan efisien jika pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada *audience*, melalui suatu saluran lebih murah dibandingkan melalui saluran lain, tanpa mengurangi esensi atau inti dari informasi tersebut.

Sedangkan komunikasi efektif merupakan komunikasi yang mengandung pengiriman informasi dari komunikator kepada komunikan secara cermat dan tepat, sehingga kedua pihak memahami makna yang terkandung dalam informasi tersebut. Komunikasi efektif tergantung pada penggunaan bahasa yang sesuai, kejelasan makna, dan media yang digunakan.

Bahasa tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Karena bahasa merupakan alat komunikasi yang mempunyai fungsi-fungsi yang dapat dipahami komunikator dan komunikan. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa bahasa

merupakan salah satu hasil kebudayaan manusia yang digunakan dalam proses sosialisasi yang tentunya melibatkan komunikasi dan interaksi.

Komunikasi verbal merupakan sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, maksud, serta tujuan. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan kata-kata untuk merepresentasikan berbagai aspek realitas yang ada. Dengan demikian komunikasi verbal dapat digunakan untuk menyampaikan ide, keinginan dan harapan-harapan kepada orang lain.

Seseorang yang piawai dalam melakukan komunikasi verbal lazim disebut dengan komunikator efektif. Dalam kaitannya dengan perintah dakwah, secara operasional berarti kegiatan mengajak dan mempengaruhi manusia, dengan lisan, tulisan maupun dengan tingkah laku secara sadar dan terencana, baik individu, kelompok, maupun komunitas tertentu (*jama'ah*).

Komunikasi dakwah efektif penting supaya timbul pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan dan pengalaman beragama sebagaimana yang diharapkan tanpa ada paksaan dan tekanan apa pun. Berdasar teori-teori komunikasi yang ada, seorang komunikator baru disebut efektif jika memiliki beberapa indikator yakni: *credibility*, *capability*, *clarity*, *sympathy* dan *enthusiasity*.

Credibility

Credibility maksudnya citra diri. Hal ini berkaitan dengan prestasi, spesifikasi keilmuan, kompetensi, nama baik, popularitas, serta dedikasinya terhadap profesi yang ditekuni. Bagi penceramah atau *dā'i* yang belum banyak dikenal *audience*, atau karena jam terbang masih terbatas, MC atau moderator perlu membacakan *curriculum vitae*-nya.

Pengenalan ini perlu, karena *audience* yang dalam bahasa arab dikenal dengan istilah *mustami'*(pendengar) akan lebih

mengenal penceramah sehingga lebih *appreciate* dan tergerak untuk mendengarkan ceramahnya. Pada saat itulah, *audience* atau obyek dakwah akan mempertimbangkan, mendengarkan dan memperhatikan dengan sungguh-sungguh.

Membangun kredibilitas atau citra diri sangat penting bagi seorang penceramah atau *dā'i*. Membangun kredibilitas berarti membangun kesuksesan penampilan secara holistik. Tingkat kesuksesan penceramah atau *dā'i* sangat relatif, tetapi minimal ada tiga kawasan yang dapat dijadikan tolok ukur yakni; kawasan teknologi, kawasan akademik dan kawasan humanistik.

Kredibilitas penceramah atau *dā'i* dalam pandangan *audience* atau *mustami'* dibangun berdasarkan kesan yang diperoleh melalui penampilan penceramah ditinjau dari ketiga kawasan tersebut di atas. Kredibilitas juga dapat dibangun berdasarkan informasi tentang penceramah atau *dā'i* yang diperoleh *audience* atau *mustami'* dari MC atau moderator.

Penceramah atau *dā'i* perlu memahami kondisi *audience* atau *mustami'* supaya kegiatan berdakwah bisa dilakukan dengan efektif. Kredibilitas atau citra diri secara operasional adalah sesuatu yang penting dan perlu guna menunjang kegiatan berdakwah dengan mempertimbangkan dimensi kondisi obyektif sasaran dakwah (*mad'u*).

Capability

Seorang penceramah atau *dā'i* yang mumpuni dituntut memiliki kecakapan atau kemampuan memadai. Tidak harus pintar sekali, tetapi cukup memadai dalam beberapa hal yakni; *pertama*, memiliki kecakapan mengemukakan pikiran secara singkat, jelas, tetapi padat. Sehingga dapat meyakinkan *audience* atau *mustami'* dengan mudah.

Untuk membina kecakapan ini, perlu melakukan beberapa upaya antara lain, membuat persiapan yang matang dan mengemas materi pembicaraan yang sistematis, runtut, dan logis.

Kedua, memiliki kecakapan mempertahankan pikiran atau pendapat dalam forum pertemuan yang bersifat dialogis atau komunikasi dua arah seperti dalam diskusi atau seminar.

Ketiga, memiliki kemampuan mengkoordinasikan dan mengkombinasikan secara tepat komunikasi verbal dan non verbal dalam waktu yang bersamaan. Berdakwah secara lisan hendaklah pandai-pandai memilih ungkapan yang baik, benar, santun dan lemah lembut agar pesan dakwah yang disampaikannya membekas pada jiwa para *audience* atau *mustami*'.

Clarity

Clarity dapat dideskripsikan sebagai kejelasan dan ketepatan ucapan. Penerapan komunikasi efektif banyak bertumpu pada *clarity*.⁶ Sebagai komunikator, penceramah atau *dā'i* dituntut mampu mengkomunikasikan pesan kepada *audience* atau *mustami*'. Vokal sebagai media pengungkapan ekspresi merupakan media penyampaian informasi melalui pengucapan.

Sampai atau tidaknya penyampaian pesan, banyak ditentukan oleh keterampilan berkomunikasi. Keterampilan tersebut sangat dipengaruhi tingkat kejelasan penyampaian materi atau pesan. Stigma negatif terhadap Islam yang dicitrakan terkadang diakibatkan oleh penceramah atau *dā'i* karena kurang menguasai komunikasi dakwah efektif.

Pada hakikatnya manusia secara simbolik menggunakan bahasa sebagai simbol komunikasi dalam bertukar pikiran, perasaan, dan pengalaman.⁷ Selain itu, terwujudnya komunikasi efektif tergantung pada kemampuan manusia dalam menggunakan bahasa sebagai simbol dalam berkomunikasi, sehingga kita bisa mengambil makna dari apa yang kita lafalkan.

⁶*Ibid.*, h. 33.

⁷Aribowo Prijosaksono, *Komunikasi Efektif dalam Dunia Kerja*, (Cet. II; Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), 29.

Sympathy

Penampilan simpatik seorang penceramah atau *dā'i* merupakan buah dari perpaduan serasi antara ketulusan, kesabaran dan kegembiraan. Penceramah atau *dā'i* yang mampu tampil simpatik akan merasa puas dan memuaskan *audience* atau *mustami'*. Materi dakwah disampaikan dengan cara simpatik, sehingga diikuti dan akhirnya dapat dipahami dengan jelas.

Sementara penceramah atau *dā'i* mendapatkan kepuasan *bathiniah*, karena melihat wajah-wajah yang penuh antusiasme dan puas dengan apa yang didapatkan darinya. Indikator penampilan simpatik seorang penceramah atau *dā'i* dapat dideteksi melalui intensitas senyum, kontak mata, keramahan sikap, keterbukaan penampilan, serta keceriaan wajah.

Bagi penceramah atau *dā'i* yang memiliki *open face*, tidak terlalu sulit baginya untuk bersikap simpatik. Tetapi seorang penceramah atau *dā'i* yang termasuk kategori *neutral face* memerlukan usaha, dan bagi pemilik *close face* dituntut kerja keras dalam berlatih. Materi dakwah harus dijabarkan dan dipersonalisasi agar lebih mudah dicerna, dipahami dan diamalkan.

Enthusiasy.

Orang Indonesia menyebut istilah di atas dengan antusiasme. *Audience* atau *mustami'* cenderung lebih menyenangi penceramah atau *dā'i* yang tampil antusias yang tercermin dari semangat tinggi, gerak lincah, penampilan energik dan menarik, stamina bagus, wajah berseri-seri. *Audience* atau *mustami'* tidak menyukai penceramah atau *dā'i* yang tampil tanpa antusiasme.

Seorang penceramah atau *dā'i* tidak boleh terlihat loyo, lesu, letih, dan lemas. Apalagi wajahnya melankolis, mengesankan sendu, sedih, nampak tertekan, tidak berbahagia atau tampil terpaksa. Untuk dapat tampil antusias atau gairah tinggi, seorang

penceramah atau *dā'i* harus memiliki fisik sehat serta suasana hati yang gembira.

Sulit rasanya membayangkan seorang penceramah atau *dā'i* yang sedang tidak enak badan atau sakit, dapat tampil prima penuh antusiasme. Jangankan dalam keadaan sakit, dalam keadaan sehat pasca sakit pun seorang penceramah atau *dā'i* masih membutuhkan proses adaptasi, sebelum dapat tampil energik penuh antusiasme di depan *audience* atau *mustami'*.

Dalam keadaan sehat, penceramah atau *dā'i* memiliki peluang tampil antusias, karena tampak fit, segar, tegar, bugar, lincah, penuh aksi, ringan tubuh, dan luwes. Semua ini dapat memancing antusiasme *audience* atau *mustami'* untuk mengikuti ceramah. Meskipun demikian tidak perlu ada sikap yang berlebihan, seperti kesan arogan, sombong dan *over acting*.

Efektifitas komunikasi verbal sangat ditentukan oleh kelima hal di atas. Siapapun orangnya, jika menguasai kelima hal tersebut niscaya akan mampu menjadi penceramah atau *dā'i* handal yang didengar karena memiliki daya pikat yang memukau *audience* atau *mustami'*. Mampu mengoptimalkan efektifitas pelaksanaan tugas dakwah *billisan*.

Menurut pakar komunikasi, bahwa 70% dalam 24 jam, waktu manusia diisi dengan komunikasi. Inilah sesungguhnya urgensi pembahasan dan kajian tentang komunikasi dakwah efektif dalam perspektif Alquran. Melalui pembahasan tulisan ini menunjukkan bahwa betapa besar perhatian Alquran terhadap komunikasi dakwah efektif.

PERSPEKTIF ALQURAN TENTANG KOMUNIKASI DAKWAH EFEKTIF

Komunikasi Dakwah Efektif

Berbicara mengenai komunikasi berarti kita pun akan berbicara mengenai bahasa. Hal ini dikarenakan komunikasi dan bahasa merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan (bersifat komplementer). Sebagaimana kita ketahui bersama,

bahwa bahasa merupakan salah satu hasil kebudayaan manusia yang terpenting dalam peradabannya.

Bertitik tolak dari firman Allah dalam Q.S An-Nahl ayat 125 bahwa ada tiga metode dalam berdakwah yaitu *hikmah*, *mauidzah hasanah*, dan *mujadalah*. Ketiga metode tersebut menunjukkan urgensi komunikasi begitu signifikan dalam dunia dakwah. Hal ini dikarenakan salah satu cara yang banyak digunakan dalam usaha dakwah ialah melalui komunikasi efektif, sehingga pokok atau tujuan dakwah sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dalam konteks dakwah, tentunya diperlukan kecakapan khusus bagi seorang penceramah atau *dā'i* agar bisa berkomunikasi secara efektif. Komunikasi efektif sangat terkait dengan optimalisasi waktu dalam memberikan pesan, sehingga informasi yang disampaikan ataupun yang diterima tepat sesuai sasaran dan memberikan pemahaman makna yang mendalam.

Komunikasi dakwah menjadi efektif jika materi dakwah disampaikan oleh penceramah atau *dā'i*, sedemikian rupa sehingga dapat dimengerti sepenuhnya oleh *audience* atau *mustami'*. Dalam komunikasi tersebut harus ada suatu ketetapan pikiran oleh kedua belah pihak apalagi komunikasi efektif tersebut berhubungan dengan dunia dakwah.

Komunikasi dakwah efektif sangat signifikan bagi penceramah atau *dā'i* dalam menyampaikan materi dakwah yang akan disampaikan. Dengan demikian *audience* atau *mustami'* tidak salah paham terhadap materi dan bisa memahami esensi dari dakwah itu sendiri. Artinya ada kesesuaian pikiran antara penceramah atau *dā'i* dengan *audience* atau *mustami'* itu sendiri.

Komunikasi dakwah efektif sesungguhnya ditegaskan dalam Alquran sebagaimana firman Allah dalam (Q.S.16 :125) :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِّ لَهُمْ بِآتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٦٥﴾

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.⁸

Menurut para ulama, kata hikmah dalam ayat tersebut di atas mengandung pengertian bijaksana. Ini berarti bahwa penceramah atau *dā'i* harus bersikap bijaksana dalam berdakwah. Kata hikmah tersebut penulis qiyaskan sebagai bentuk dakwah dengan menggunakan komunikasi yang efektif tanpa bermaksud mengurangi esensi ataupun substansi dari makna kata hikmah dalam ayat yang dikemukakan di atas.

Dakwah merupakan salah satu bagian dari usaha penyebaran Islam, di samping *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Ditujukan kepada perorangan atau masyarakat bahkan golongan agar terpanggil hatinya kepada ajaran Islam untuk dipelajari, dihayati, dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Kewajiban berdakwah tersebut tertera dalam (Q.S. 3: 104) :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.⁹

⁸Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, (Cet. I; Jakarta: Departemen Agama R.I 2008), h. 421.

⁹*Ibid.*, h. 93.

Komunikasi dakwah efektif harus dilakukan oleh penceramah atau *dā'i* dengan cara *hikmah* (bijaksana) sehingga *audience* atau *mustami'* senantiasa berada dalam ketetapan iman dan konsisten serta yakin dengan *the right way of Islam*. Sebab hakikatnya, dakwah merupakan bagian yang tak terpisahkan dari eksistensi penyebaran Islam.

Bila kita cermati (Q.S.16:125), maka ada tiga metode atau strategi dalam berdakwah yaitu *hikmah*, *mauidzah hasanah*, dan *mujadalah*. Ketiga metode atau strategi tersebut tercover dalam perinsip-perinsip komunikasi efektif. Apalagi kita korelasikan dengan (Q.S.3:104), maka menunjukkan urgensi dakwah *islamiyyah* dalam kehidupan sehari-hari.

Kedua ayat di atas, memberikan pemahaman tentang urgensi komunikasi efektif. Ini berarti bahwa peranan komunikasi dakwah efektif begitu signifikan dalam melaksanakan *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Oleh sebab itu, penceramah atau *dā'i* perlu memahami, menguasai komunikasi efektif sehingga *audience* atau *mustami'* dapat menerima isi materi yang dakwahnya.

Komunikasi dakwah efektif menekankan kesesuaian pemahaman antara penceramah atau *dā'i* dengan *audience* atau *mustami'*. Kecakapan dalam berkomunikasi menentukan sejauh mana wawasan pengetahuan yang dimiliki. Penceramah atau *dā'i* yang luas wawasan dan pergaulannya cenderung mudah melakukan komunikasi.

Sebaliknya orang yang sempit baik wawasan maupun pergaulannya cenderung sulit dalam menyampaikan suatu ide atau gagasan apalagi ketika ia bersosialisasi dengan orang lain. Komunikasi lisan (*oral communication*) dan komunikasi tulisan (*written communication*), keduanya merupakan salah satu ragam komunikasi yang tengah berkembang dewasa ini.

Keduanya merupakan bagian dari komunikasi verbal yang harus dikuasai oleh penceramah atau *dā'i*. Dalam *oral*

communication, menurut Alo Liliwari dijumpai adanya komunikasi antar pribadi. Yaitu terjadinya peralihan pesan-pesan verbal dalam bentuk kata-kata. *Oral communication* ini sangat tergantung dengan kecakapan seseorang dalam berkomunikasi secara langsung.¹⁰

Suatu studi penelitian menyebutkan bahwa dari 100 responden menyatakan bahwa hampir 75% penyampaian informasi dilakukan melalui komunikasi lisan. Hal ini dikarenakan ada beberapa keuntungan yang kita peroleh dari *oral communication*, yaitu dapat memberikan pertukaran informasi yang lebih cepat antara penceramah atau *dā'i* dengan *audience* atau *mustami'*.

Adapun mengenai *written communication*, konteks yang diutamakan dalam komunikasi ini menurut Wenning dan Wilkson ialah konteks semantik bahasa atau diksi (pemilihan kata yang efektif).¹¹ Dengan demikian responden atau pembaca dapat dengan cepat memahami maksud informasi yang tersurat maupun tersirat dalam komunikasi ini.

Mengenai keuntungan *written communication* ialah dapat memberikan referensi-referensi yang resmi. Proses komunikasi ini menentukan kesesuaian pemahaman antara yang memberi informasi dan yang menerima atau responden. Komunikasi berlangsung antara penceramah atau *dā'i* yang menyampaikan informasi dengan *audience* atau *mustami'* yang menerima pesan.

Tentunya kesesuaian tersebut sangat tergantung pada metode atau cara yang digunakan penceramah atau *dā'i* sebagai komunikator dalam menyampaikan informasinya. Tapi, bukan berarti *audience* atau *mustami'* sebagai komunikan juga tidak

¹⁰Alo Liliwari, *Komunikasi Verbal dan Non verbal*, (Cet. IV; Bandung: Jakarta: P.T Citra Aditya Bahkti, 2007), h. 33.

¹¹Carl, L. Hovland, *Social communication dalam Bernard Berelson ed. Reader in public opinion*, (New York: The free press of glencoe1999), h. 33.

berperan dalam proses komunikasi seperti ini, melainkan dalam hal ini harus ada komunikasi dua arah antara *dā'i* dengan *audience*.

Berbicara mengenai proses komunikasi berarti kita berbicara mengenai sumber informasi tersebut dan cara penyampaiannya. Begitu pula dalam dunia dakwah harus ada kesesuaian dan kesepahaman antara *dā'i* dengan *audience*. Kadang-kadang materi dakwah yang banyak yang disampaikan dengan cara yang sederhana dan tepat akan cepat sampai pada sasaran yang diharapkan.

Sebaliknya, materi dakwah yang sedikit dan tidak begitu kompleks, apabila disampaikan dengan cara yang rumit, niscaya tidak akan mendatangkan satu pemahaman yang sama antara dua pihak yang berkomunikasi yaitu antara *dā'i* dengan *audience*. Ini menunjukkan bahwa harus ada kesesuaian dalam pemahaman berkaitan dengan proses komunikasi yang terjalin.

Analisis terhadap Ayat-Ayat Komunikasi Dakwah Efektif

Pada pembahasan ini penulis akan uraikan keunggulan komunikasi dakwah, efektif dalam perspektif Alquran. Jika kita mengkaji ayat-ayat komunikasi dan dakwah, maka akan ditemukan bahwa komunikasi dan dakwah merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Penegasan ini penulis maksudkan untuk memperjelas peranan komunikasi efektif dalam dakwah.

Dewasa ini, banyak sekali tokoh agama yang muncul dalam melakukan dakwah secara *qauli*, artinya dakwah yang mereka lakukan sesuai dengan hakikat komunikasi, yaitu menyampaikan informasi dari satu pihak kepada pihak yang lainnya. Namun, dalam hal ini perlu kita garis bawahi bahwa komunikasi efektif memberikan peranan signifikan dalam dunia dakwah.

Dengan demikian, dapat penulis pertegas bahwa komunikasi dan dakwah bersifat simbotik. Apalagi komunikasi dikaitkan dengan dunia dakwah, maka apa yang disampaikan penceramah

atau *dā'i* sebagai komunikator dapat dimengerti sepenuhnya oleh *audience* atau *mustami'*. Dengan demikian harus ada suatu ketetapan pikiran antara *dā'i* dengan obyek dakwah.

Esensi dakwah sebagaimana kita ketahui bersama ialah proses mengajak, menyeru, mengundang, dan membimbing orang lain untuk menegakkan *amar ma'ruf* dan *anhi munkar*. Berarti dalam dakwah terkandung komunikasi baik itu berupa verbal maupun non verbal, lisan maupun tulisan, formal maupun non formal dalam metode atau strategi dakwah.

Karena hakikatnya dakwah mempunyai cakupan yang luas dari segi metode atau strategi yang digunakan. Apabila kita kerucutkan, dakwah merupakan istilah komunikasi dalam Islam. Urgensi komunikasi dalam dunia dakwah, berarti bahwa peranan komunikasi begitu signifikan. Hal ini dikarenakan salah satu cara yang banyak digunakan dalam usaha dakwah ialah melalui komunikasi efektif.

Sementara itu, esensi dari komunikasi ialah proses penyampaian informasi, ide, gagasan, dari satu pihak kepada pihak lain. Berarti dalam hal ini ada beberapa unsur komunikasi yang penting, berupa sumber, pengirim, penerima, dan umpan balik terhadap hal itu. Apabila kita korelasikan dengan dakwah, dalam dakwah pun terdapat unsur-unsur pokok tersebut.

Dalam hal ini ada titik persamaan antara dakwah dan komunikasi dari segi proses komunikasi atau dakwah yang terbentuk. Namun, tentunya komunikasi cakupannya lebih luas dibanding dakwah, karena dalam komunikasi tidak terdapat batasan, baik dalam hal pesan, pengirim, penerima dan interaksi yang terjadi. Sedangkan dakwah materi yang disampaikan lebih spesifik lagi.

Alquran menggunakan beberapa istilah dengan penekanan dan muatan substansi yang sama yaitu agar para penceramah atau *dā'i* menggunakan komunikasi efektif dalam berdakwah.

Istilah-istilah tersebut memberikan isyarat tentang pentingnya berdakwah dengan mempertimbangkan prinsip komunikasi efektif terhadap sasaran dakwah (*audience* atau *mustami'*).

Ketika seorang komunikator (*dā'i*) itu matang secara spiritual maka yang keluar dari lisannya adalah *qaulan layyina* artinya ucapan yang lembut (Thaha (20):44). Dalam Tafsir Al-Qurtubi dijelaskan bahwa ayat ini merekomendasikan kepada penceramah atau *dā'i* untuk memberi peringatan dengan cara yang simpatik melalui ungkapan atau kata-kata yang baik dan lemah lembut, lebih-lebih terhadap penguasa atau orang-orang yang berpangkat.

Al-Qurtubi menjelaskan lebih lanjut makna lemah lembut yaitu kata-kata yang tidak kasar, bahwa "sesuatu yang lembut akan melembutkan dan ringan untuk dilakukan".¹² Penceramah atau *dā'i* dalam dakwanya harus lemah lembut, agar lebih dapat menyentuh hati, dan mengundang empati, sehingga dapat lebih menarik *audience* atau *mustami'* untuk menerima dakwah.

Sedangkan *qaulan ma'rufa* yakni ucapan yang dikenali hati, (al-Baqarah (2): 263), dalam Tafsir Al-Maraghi dijelaskan bahwa berbicara harus dengan ucapan yang menyejukkan hati, halus, baik dan sopan.¹³ Sebagai penceramah atau *dā'i*, lisan harus terjaga dari perkataan yang sia-sia, mengandung nasehat, menyejukkan hati bagi para *audience* atau *mustami'*.

Menurut hemat penulis, makna dari kata *qaulan ma'rufa* yaitu kata-kata yang efektif. Kata-kata yang selayaknya diungkapkan oleh penceramah atau *dā'i*, dalam setiap dakwahnya, yaitu kata yang menyejukkan hati, mudak dimengerti dan tidak

¹²Ahmad Al-Ansori al-Qurtubi, Ibnu, *Al-Jami'ul Ahkam Al-Qur'an*, (Cet. IV; Beirut: Darul Hud, juz V, 1867), h. 102.

¹³Mustafa Al-Maraghi, Terjemah Tafsir Al-Maraghi juz 15, diterjemahkan oleh Bahrun Abu Bakar dan Herry Noer Aly, (Semarang: CV. Toha Putra, 1988), h. 235.

menghakimi. Kata yang tidak menyinggung perasaan *audience* atau *mustami'* yang sangat sensitif dan mudah tersinggung.

Sementara *qaulan karima* yakni ucapan yang mulia, (al-Isra (17):23), dalam Tafsir Al-Maraghi dijelaskan bahwa makna dari kata *karim* yaitu bersikap baik tanpa kekerasan.¹⁴Ar-Raghib mengatakan bahwa *karim* adalah segala sesuatu yang terhormat.¹⁵ Ucapan yang baik dan perkataan yang manis, rasa hormat dan sesuai dengan tuntutan kepribadian yang luhur.

Kemampuan seorang penceramah atau *dā'i*, memilih dan menggunakan kata *karim* dalam berkomunikasi akan menanamkan kepercayaan untuk mengajak, meyakinkan, dan mempengaruhi perilaku *audience* atau *mustami'*. Kecakapan berkomunikasi menentukan sejauh mana seorang penceramah atau *dā'i*, mampu melakukan komunikasi, adaptasi, dan sosialisasi.

Searah dengan makna *karim* yang dapat member kesan dan pengaruh yang dalam, *qaulan sadida* yakni ucapan yang tepat, (al-Ahzab (33):70), menurut Ibnu Faris sebagaimana dikutip oleh Quraisy Sihab, menunjukkan makna meruntuhkan sesuatu kemudian memperbaikinya. *Qaulan sadida* juga berarti istiqomah atau konsistensi. Kata ini juga digunakan untuk menunjukkan sasaran yang ingin dicapai secara konsisten.¹⁶

Seorang penceramah atau *dā'i*, yang menyampaikan sesuatu atau ucapan yang benar dan mengena tepat sarannya, dilukiskan dengan kata ini. Dengan demikian kata *sadid* dalam ayat di atas tidak sekadar berarti benar, sebagaimana yang sering diterjemahkan oleh para penerjemah, tetapi juga harus berarti tepat sasaran atau dalam konteks komunikasi yang efektif.

Adapun kata *qulan baligha* yakni ucapan yang memiliki ketinggian nilai sastra, (an Nisa (4):63), menurut para pakar

¹⁴*Ibid.*, h. 236.

¹⁵*Ibid.*,

¹⁶Quraisy Sihab, *Tafsir al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Cet.I; Jakarta: Lentera Hati, 2000), h. 231.

bahasa menyatakan bahwa semua kata yang terdiri dari huruf-huruf tersebut mengandung arti sampainya sesuatu ke sesuatu yang lain. Ia juga bermakna "cukup", karena kecukupan mengandung arti sampainya sesuatu kepada batas yang dibutuhkan.

Para pakar sastra menekankan perlunya dipenuhi beberapa kriteria, sehingga pesan yang disampaikan dapat disebut *baligha* dalam arti komunikasi yang efektif. Dalam konteks ayat di atas, seorang penceramah atau *dā'i*, harus memilih kalimat-kalimat, bukan saja kandungannya benar, tetapi juga tepat, sehingga kalau memberi informasi atau menegur tidak menimbulkan kegalauan hati.

Memperkuat argumentasi yang telah dikemukakan di atas, Alquran juga menggunakan istilah *qulan maisura* yakni ucapan yang mudah dan memudahkan, (al-Isra (17):28). Dalam Tafsir Adz-Dzikra, Bahtiar Amin menafsirkan dengan perkataan yang meringankan.¹⁷ Seorang penceramah atau *dā'i*, harus memberikan penjelasan-penjelasan yang mudah dipahami oleh *audience* atau *mustami'*.

Dari uraian di atas, menurut hemat penulis, bahwa makna dari *qulan maisura* yaitu kata-kata yang halus, berbudi dan menyenangkan bagi siapa pun yang mendengarkannya. Karena pada dasarnya penjelasan yang lugas dan bijaksana akan memberikan nuansa yang menyenangkan dan membuat lega lagi menyenangkan bagi siapa pun yang menerimanya.

Ayat-ayat di atas mengisyaratkan bahwa seorang penceramah atau *dā'i* ketika berdakwah secara lisan hendaklah pandai-pandai memilih ungkapan yang baik, benar, tegas, santun dan lemah lembut dengan mempertimbangkan perinsip-perinsip

¹⁷Bahtiar Amin, *Adz-Dzikro, terjemah dan tafsir juz 11-15*, (Cet. III; Bandung: Angkasa, Press, 1984), h. 97.

komunikasi efektif agar pesan dakwah yang dismapaikannya membekas pada jiwa para *audience* atau *mustami'*.

Demikian juga, ketika seorang penceramah atau *dā'i* memilih media dakwah dengan tulisan (*da'wah bil qalam*) seperti: koran, jurnal, majalah, *bulletin*, internet, *maklumat*, stiker, dan spanduk; hendaklah senantiasa menyadari untuk memilih *diksi*, pilihan kata, yang benar, santun dan lemah lembut agar pesan dakwah yang dismapaikannya membekas pada jiwa para pembacanya.

PENUTUP

Kegiatan dakwah merupakan sebuah sistem yang terdiri dari beberapa komponen pokok yaitu *da'i*, sebagai juru dakwah atau komunikator, *mad'u*, (*audience* atau *mustami'*) yakni manusia yang menjadi sasaran dakwah atau komunikan, metodologi berdakwah, misi atau pesan dakwah, media dakwah, yakni sarana yang digunakan dalam berdakwah; dan tujuan dakwah.

Kunci keberhasilan dakwah terletak pada diri seorang penceramah atau *dā'i*. Secara psikologis, seorang penceramah atau *dā'i* akan kehilangan *spiritual power* (القوة الروحية), kekuatan rohani dalam memengaruhi sasaran dakwahnya yakni para *audience* atau *mustami'*, jika ajakannya tidak sesuai atau bahkan bertentangan dengan sikap dan perbuatannya, (Q.S. Ash-Shaff (61): 2-3).

Jika merujuk pada semangat esensial dan pesan moralitas dari ayat di atas, maka dapat ditegaskan bahwa kegiatan dakwah menjadi kontra produktif apabila seorang penceramah atau *dā'i* tidak mampu membangun komunikasi yang efektif dengan para *audience* atau *mustami'*. Hal ini disebabkan dua faktor yang sangat substansial yaitu:

Pertama, ketidak sesuaian antara perkataan dan perbuatan seorang penceramah atau *dā'i*. Kelemahan ini kelihatannya mudah diperbaiki, tetapi sukar dilaksanakan. Sangat banyak

manusia yang pandai berbicara, suka menganjurkan perbuatan baik, dan mengingatkan agar orang lain menjauhi larangan-larangan Allah, tetapi ia sendiri tidak melaksanakannya.

Kedua, kegagalan seorang penceramah atau *dā'i* menjadi teladan yang baik dan tidak menepati janji yang telah mereka perbuat. Suka menepati janji yang telah ditetapkan merupakan salah satu ciri orang-orang yang beriman. Jika ciri itu tidak dimiliki oleh penceramah atau *dā'i* berarti ia telah menjadi orang munafik yang menipu dirinya sendiri, (Q.S. Al-Baqarah (20: 44).

Dua ayat di atas, mengecam pemuka-pemuka Agama Yahudi, yang sering memberi tuntunan dan perintah, tetapi ia melakukan sebaliknya. Orang-orang Yahudi menyuruh keluarganya yang telah memeluk Islam agar mempertahankan keyakinan mereka dan terus mengikuti Nabi Muhammad saw, tetapi mereka sendiri tidak enggan memeluk Islam.

Terhadap merekalah ayat ini diturunkan. Ayat ini dapat juga mencakup kasus lain, bahwa di antara Bani Israil ada yang menyuruh aneka kebajikan, seperti taat kepada Allah, jujur, dan membantu orang lain; tetapi mereka sendiri durhaka, menganiaya, dan berkhianat. Terhadap mereka juga kecaman ayat ini ditujukan yang tentunya harus menjadi pelajaran bagi umat Islam.

Secara psikologis pengaruh ucapan penceramah atau *dā'i* tidak seefektif pengaruh perbuatannya. Dengan kasus di atas, maka seorang penceramah atau *dā'i* harus menjadi teladan yang baik bagi masyarakat, agar ia memiliki pengaruh dalam masyarakat sehingga dakwahnya menjadi efektif. Sehingga pengaruh ucapannya seefektif dengan pengaruh perbuatannya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Maraghi, Mustafa, Terjemah Tafsir Al-Maraghi juz 15, diterjemahkan oleh Bahrun Abu Bakar dan Herry Noer Aly, Semarang: CV. Toha Putra, 1988

- Al-Ansori al-Qurtubi, Ibnu Ahmad, *Al-Jami'ul Ahkam Alquran*, Cet. IV; Beirut: Darul Hud, juz V, 1867
- Amin, Bahtiar, *Adz-Dzikro, terjemah dan tafsir juz 11-15*, Cet. III; Bandung: Angkasa, Press, 1984
- Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, Cet. I; Jakarta: Departemen Agama R.I 2008
- Effendy, Onong Uchjana *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*. Cet. III; Bandung: Rosda Karya, 2006
- Katsir, Ibnu, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir*, diterjemahkan oleh H. Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, Bina Ilmu, 1984.
- Haryani, Sri, *Komunikasi Efektif untuk Mendukung Kinerja Perkantoran*, Cet. III; Jakarata : Logos Wacana Ilmu, 2002
- Hovland, Carl, L. *Social communication dalam Bernard Berelson ed. Reader in public opinion*, New York: The free press of glencoe1999
- Liliweri, Alo, *Komunikasi Verbal dan Non verbal*, Cet. IV; Bandung: Jakarta: P.T Citra Aditya Bahkti, 2007
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*. Cet. VIII; Bandung : Mizan, 2008
- Sihab, Quraisy, *Tafsir al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Alquran*, Cet.I; Jakarta: Lentera Hati, 2000
- Prijosaksono, Aribowo, *Komunikasi Efektif dalam Dunia Kerja*, Cet. II; Jakarta: Universitas Terbuka, 2009

