

Enjang

Enjang AS

Dosen UIN SGD Bandung

DAKWAH SMART:

Proses Dakwah Sesuai dengan
Aspek Psikologis Mad'u

Abstrac

Da'wah has psikological dimension. In aplicate, smart and not smart of da'wah is so determinated by da'i attention to psikological aspects of mad'u such comprehension, feeling, attitude, motif and behavior. Da'wah become smart, in really, constitue da'i maximum effort in controlling and develop psikological aspects of mad'u that da'wah become effective.

خلاصة

في الدعوة ناحية نفسية و في تطبيقها تحتاج إلى النظر بجانب نفسية عند المدعوين منها أمور متعلقة بقدرة الفهم و الشعور والإرادات والمواقف والدوافع والسلوك. ولجعل الدعوة ذكية يجب على الداعي أن ينظم المدعوين لتطوير حالة نفسيتهم حتى تصل الدعوة إلى الغاية المقصود بها.

Kata Kunci:

Dakwah Smart, Psikologi, Sistem Islam,
Psikologi Pesan dan Psikologi Mad'u.

Urgensi Psikologi dalam Dakwah

Kata dakwah sebagaimana telah diuraikan pada bagian awal berasal dari akar kata : دعوة - يدعو - دعا (da'a, yad'u, da'watan,) yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Abdul Aziz menjelaskan, secara

etimologis dakwah berarti: (1) Memanggil; (2) Menyeru; (3) Menegaskan atau membela sesuatu; (4) Perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu; dan (5) Memohon dan meminta.¹ Oleh sebab itu kegiatan dakwah erat kaitannya dengan proses transmisi, transformasi, dan difusi, serta internalisasi ajaran Islam terhadap umat manusia.

Kegiatan dakwah akan terjadi secara efektif dan efisien apabila dalam prosesnya memperhatikan dan mempertimbangkan beberapa aspek penting yang terkait dengan proses dakwah. Diantaranya adalah manusia, karena selain sebagai subyek juga dalam posisi tertentu menjadi obyek (sasaran) dakwah.

Kemudian, karena dakwah merupakan proses transmisi, transformasi, dan difusi, serta internalisasi ajaran Islam terhadap umat manusia, yang kesemuanya berada pada tataran psikhis maka menjadi penting memperhatikan dan mempertimbangkan aspek mental dan proses perilaku manusia.

Kajian yang secara khusus didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari mental dan proses perilaku manusia adalah psikologi.² Oleh sebab itu, kajian untuk memahami aspek mental dan proses perilaku manusia terkait dengan proses dakwah, dalam sistem dakwah disebut psikologi dakwah, yaitu sebuah kajian yang membahas tentang aspek mental dan perilaku manusia dalam proses dakwah, khususnya terkait dengan psikologi *da'i*, dan psikologi *mad'u* maupun psikologi *maudhu* (pesan).

Bertolak dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa kajian psikologi dakwah bertujuan memberikan pandangan tentang aspek psikologi *da'i* yang menjadi subyek atau pelaku dakwah. Kajian psikologi *da'i* berkaitan dengan aspek kognitif, afektif dan psikomotorik, serta kepribadian *da'i*.

¹ Lihat Ahmad Subandi dan Syukriadi sambas, *Dasar-dasar Bimbingan (Al-Irshad) dalam Dakwah Islam* (Bandung:KP HADID, 1999), hlm. 17. Lihat pula Abdul Aziz, *Islah al-Wakbuhu al-Diniy*, (Mesir: Attiqarah al-Kubra, 1997), hlm. 26

² Lihat Linda L. Davidoff, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1988), hlm. 2.

Psikologi pesan, kajiannya terkait dengan pengelolaan dan penyampaian pesan yang dapat meningkatkan dan mengendalikan pemahaman, perasaan, serta dimungkinkannya dilakukan perubahan sikap mental dan perilaku sasaran dakwah (*mad'u*) sesuai dengan pola (*pattern*) kehidupan yang dikehendaki oleh ajaran agama.

Sedangkan psikologi *mad'u* mengkaji tentang konsepsi manusia sebagai sasaran dakwah serta faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman, perasaan, sikap, motif dan perilaku keberagaman *mad'u*. Dengan demikian, di antara fungsi psikologi dakwah selain berfungsi untuk melakukan: (1) deskripsi atau penjelesan secara sistematis; (2) prediksi (meramalkan); (3) kontrol (mengendalikan); dan (4) *development* (mengembangkan) peristiwa mental³ dan behavioral (perilaku) sesuai dengan pola (*pattern*) kehidupan yang dikehendaki oleh ajaran Islam.

Psikologi dakwah, juga berfungsi untuk dijadikan sebagai landasan dan pedoman dalam pengembangan metodologi dakwah, karena sebuah metode dakwah akan dapat digunakan secara efektif dalam penerapannya apabila didasarkan pada kondisi objektif sasaran dakwah.

Manusia dalam Sistem Dakwah

Manusia, memang makhluk misterius. Teka-teki yang sampai sekarang belum terpecahkan, sekalipun telah banyak para ahli yang mencoba untuk memahaminya, akan tetapi siapakah sejatinya manusia belum juga dapat diambil kata sepakat. Sebab manusia bukan hanya seonggokan daging yang terdiri atas sel-sel, tetapi juga terdapat unsur *nafs* (jiwa) di dalamnya.

Oleh sebab penulis pun belum paham siapakah manusia sejatinya manusia, maka untuk mencoba memahaminya akan menggunakan berbagai pandangan

³ Peristiwa mental yang dimaksudkan adalah sebagaimana yang disebutkan oleh Fisher sebagai "*internal mediation of stimuli*" sebagai akibat berlangsungnya dakwah. Sedangkan peristiwa behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berdakwah.

dan penjelasan yang telah banyak disampaikan oleh para pakar, khususnya pakar psikologi, tentu akan juga meminjam penjelasan yang disampaikan oleh Allah SWT sebagai pencipta manusia.

1. Manusia dalam Penjelasan Psikologi

Salah satu kajian menarik dalam posmodern adalah gugatan atas konsep atau teori tentang manusia yang dipakai oleh ilmu-ilmu sosial kemanusiaan. Menurut posmodernisme, dalam upaya memahami manusia ilmu-ilmu sosial kemanusiaan memandang manusia sedemikian rupa sehingga manusia layaknya alat yang bisa diotak-atik seenaknya. Di mata ilmu-ilmu sosial kemanusiaan, manusia adalah makhluk yang berada dalam keadaan sekarat dan tingggal menunggu ajal tiba (*man is dead or dying!!*).⁴ Sehingga manusia dipandang secara bias dan karenanya perlakuan terhadap manusia pun bias.

Dalam kajian filsafat, manusia memegang peranan penting dalam pengembangan suatu teori atau disiplin ilmu, karena rumusan konsep manusia akan menentukan bagaimana penelitian terhadap manusia dilangsungkan. Konsep manusia selalu menjadi arahan utama untuk membangun konsep-konsep lanjutan pada suatu disiplin ilmu atau aliran tertentu. Begitu juga dalam kajian psikologi konsep-konsep manusia selalu menjadi faktor utama. Berkaitan dengan kepentingan kita, untuk memahami sejatinya manusia maka akan meminjam penjelasan beberapa aliran psikologi, teorinya akan kita gunakan untuk memahami manusia.

Terdapat beberapa aliran atau perspektif dalam psikologi, diantaranya adalah Perspektif Neurobiologi. Perspektif ini menjelaskan bahwa proses neurobiologis mendasari perilaku dan proses mental manusia. Dalam perspektif ini dijelaskan bahwa semua peristiwa psikologis berkaitan dengan aktivitas otak dan sistem saraf. Berdasarkan kajian perspektif ini bahwa biologi berkontribusi motif dan emosi manusia. Hal ini memperjelas adanya hubungan yang erat antara kegiatan otak dengan perilaku dan pengalaman individu.

⁴ Lihat Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Ibid.*, hlm. 152.

Perspektif Behavioral. Perspektif ini lebih menekankan pada perilaku individu daripada otak dan sistem saraf. Salah satu di antara teori yang terkenal dalam perspektif ini adalah stimulus-response (S-R), yang menyebutkan bahwa stimuli yang relevan akan menimbulkan respons.⁵ Pandangan aliran ini memberi penekanan yang sangat besar pada aspek stimulasi lingkungan untuk mengembangkan manusia dan kurang menghargai faktor bakat atau potensi alami manusia.⁶ Belakangan, teori kaum Behavioris lebih dikenal dengan teori belajar (*social learning*), karena menurut mereka seluruh perilaku manusia –kecuali instink- adalah hasil belajar. Belajar artinya bahwa perubahan perilaku organisme sebagai pengaruh lingkungan. Sejak Thorndike dan Watson sampai sekarang, aliran ini tetap berpendirian bahwa organisme dilahirkan tanpa sifat-sifat sosial atau psikologis: perilaku adalah hasil pengalaman dan digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan.⁷

Perspektif Kognitif. Perspektif ini menyatakan bahwa manusia tidak hanya merupakan reseptor yang pasif terhadap stimuli, akan tetapi bahwa pikiran manusia secara aktif memproses informasi yang diterima, mengubahnya menjadi bentuk dan kategori baru, menyimpannya ke dalam ingatan dan akan diproduksi kembali jika diperlukan. Perspektif ini sebagai antitesis terhadap pandangan perspektif behavioral dengan teori S-R, karena dalam pandangan aliran kognitif, bahwa perilaku manusia adalah benar dipengaruhi oleh stimuli lingkungan dalam bentuk sederhana, akan tetapi banyak bidang penting lain yang

⁵ Psikologi Behaviorisme (aliran perilaku) dimotori oleh B.F. Skinner, sekalipun demikian jika dilacak akarnya aliran ini dimulai sejak Aristoteles (tabularasa), Hobbes dan Bentham (Hedonisme), Berkeley, Hume, Locke, Newton (British Empiricisme), Thorndike (Law of effect), Watson (Behaviorisme), yang memandang bahwa pada dasarnya ketika manusia dilahirkan tidak membawa bakat apa-apa dan bahwa manusia semata-mata melakukan respons (tanggapan) terhadap suatu rangsangan.

⁶ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Op. cit.*, hlm. 154.

⁷ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hlm. 23. Lihat pula, Linda L. Davidoff, *Loc. Cit.*, hlm. 15-16.

dapat dilakukan manusia yaitu, penalaran, pembuatan rencana, pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang dimilikinya.

Sejak pertengahan tahun 1950-an berkembang penelitian mengenai perubahan sikap dengan kerangka teoritis bahwa manusia sebagai pencari konsistensi kognitif (*the person as consistency seeker*). Manusia dipandang sebagai makhluk yang selalu berusaha menjaga keajegan dalam sistem kepercayaannya, dan di antara sistem kepercayaan dengan perilaku.

Kemudian pada tahun 1970-an muncul lagi konsepsi bahwa manusia sebagai pengolah informasi (*the person as information processor*). Dengan konsep ini, pandangan terhadap manusia bergeser dari orang yang suka mencari justifikasi atau membela diri menjadi orang yang secara sadar memecahkan persoalan. Perilaku manusia dipandang sebagai produk strategi pengolahan informasi yang rasional, yang mengarahkan penyandian, penyimpanan, dan pemanggilan informasi.⁸

Perspektif Psikoanalisis. Dalam perspektif ini perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga sub-sistem dalam kepribadian manusia, *Id*,⁹ *Ego*,¹⁰ dan *Superego*.¹¹ Dalam perspektif ini terjadi kombinasi antara kognisi kesadaran, persepsi, dan memori dengan gagasan tentang instink yang didasarkan secara

⁸ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid.*, hlm. 29.

⁹ *Id* adalah bagian kepribadian yang menyimpan dorongan-dorongan biologis manusia, pusat instink (kamus agama:hawa nafsu), yang terdiri dari (1) libido (*eros*), instink reproduksi yang menyediakan energi dasar untuk kegiatan manusia yang konstruktif; (2) Thanatos, instink destruktif dan agresif. Semua motif manusia adalah gabungan antara *eros* dan *thanatos*. *Id* bergerak berdasarkan prinsip kesenangan (*pleasure principle*), ingin segera memenuhi kebutuhannya. *Id* adalah tabiat hewani manusia.

¹⁰ *Ego* adalah mediator antara hasrat-hasrat hewani dengan tuntutan rasional dan realistik. Ego yang menyebabkan manusia mampu menundukkan hasrat hewaninya dan hidup sebagai wujud rasional (pada pribadi yang normal). Ia bergerak berdasarkan prinsip realitas (*reality principle*).

¹¹ *Superego* adalah polisi kepribadian, mewakili ideal. *Superego* adalah hati nurani (*conscience*) yang merupakan internalisasi dari norma-norma sosial-kultural masyarakatnya. Ia menekan hasrat-hasrat yang tak berlainan ke alam bawah sadar. Baik *Id* maupun *Superego* berada dalam bawah sadar manusia. *Ego* berada di tengah, antara memenuhi desakan *Id* dan peraturan *Superego*.

biologis. Asumsi dasar teorinya adalah bahwa sebagian besar perilaku manusia berasal dari proses bawah sadar.

Proses bawah sadar itu didalamnya termasuk keyakinan, rasa takut, dan keinginan yang tidak disadari. Freud yakin bahwa semua perilaku manusia memiliki penyebab yang lebih sering ditimbulkan oleh motif bawah sadar daripada penalaran rasional. Ia yakin pula bahwa sifat manusia pada dasarnya negatif dan manusia didorong oleh instink dasarnya yang sama dengan instink hewan.

Perspektif Humanistik. Pandangan perspektif ini bahwa individu bebas memilih dan menentukan perilakunya namun ia bertanggungjawab atas perilaku tersebut. Pada perilaku menekankan sifat kemanusiaan yang membedakannya dengan hewan. Manusia memiliki kemauan bebas dan dorongan ke arah aktualisasi diri. Perspektif ini juga menolak konsep behaviorisme yang menyatakan bahwa perilaku manusia merupakan mekanisme yang dikendalikan oleh stimuli luar, dan menolak konsep psikoanalisis yang menganggap bahwa manusia dikendalikan oleh impuls tidak sadar, karena manusia merupakan aktor sadar yang mampu mengendalikan nasibnya dan mengubah dunianya.

Pandangan kelompok psikologi humanistik, menyatakan aktualisasi diri dapat didefinisikan sebagai perkembangan yang paling tinggi dan penggunaan semua bakat perkembangan yang paling tinggi dan merupakan pemenuhan semua kualitas dan kapasitas manusia. Masih dalam pandangan humanistik bahwa selain dari lima kebutuhan di atas, kaitannya dengan aktualisasi diri terdapat satu motivasi yang disebut metamotivasi (*metamotivation*).

Metamotivasi (*metamotivation*) ini kaitannya dengan aktualisasi keberagamaan seseorang, oleh sebab itu Maslow sendiri mengakui eksistensi agama. Dalam teorinya, Maslow mengemukakan konsep metamotivasi ini berada di luar kelima *hierarchy of needs* yang dia kemukakan. *Mustical* atau *peak experience* adalah bagian dari *metamotivation* yang menggambarkan pengalaman keagamaan.

Pada kondisi ini manusia merasakan adanya pengalaman keagamaan yang sangat mendalam. Selama

pengalaman puncak ini, yang dianggap oleh Maslow biasa terjadi di kalangan orang-orang yang sehat, diri dilampaui dan itu digenggam suatu perasaan kekuatan, kepercayaan dan kepastian, yaitu suatu perasaan yang mendalam bahwa tidak ada sesuatu yang tidak dapat diselesaikannya.

Pengalaman puncak transenden tersebut digambarkan sebagai sehat sepernormal (*normal super healthy*) dan sehat super-super (*super super healthy*). Maslow menyebutnya *peakers (trancers)* dan *non-peakers (non-trancers)*. *Peakers*, artinya memiliki pengalaman-pengalaman puncak yang memberikan wawasan yang jelas tentang diri mereka dan dunia mereka. Mereka cenderung menjadi mistis, puitis, dan saleh, lebih tanggap terhadap keindahan dan kemungkinan lebih besar menjadi pembaru-pembaru atau penemu-penemu.¹²

Dalam pandangan humanistik, manusia pada dasarnya memiliki potensi yang baik, minimal lebih banyak baiknya daripada buruknya. Pusat perhatian pandangan ini adalah sifat-sifat dan kemampuan khusus manusia yang terpatir pada eksistensi manusia, seperti kemampuan abstraksi, daya analisis dan sintesis, imajinasi, kreativitas, kebebasan berkehendak, tanggungjawab, aktualisasi diri, makna hidup, pengembangan pribadi, humor, sikap etis dan estetika.¹³

Logoterapi, sebuah corak pandangan yang dikelompokkan pada perspektif humanistik, mengajarkan bahwa manusia harus dipandang sebagai kesatuan raga-jiwa-ruhani yang tidak terpisahkan. Selain itu Logoterapi menganggap bahwa hasrat hidup bermakna adalah motivasi utama manusia.¹⁴

2. Manusia dalam Pandangan Islam

Islam memandang manusia sebagai makhluk Tuhan yang memiliki keistimewaan tertentu. Terdapat 315 ayat al-Qur'an yang secara langsung berbicara

¹² Lihat Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Ibid.* hlm. 75.

¹³ Lihat Hanna Djumhana Bastaman, *Integrasi Psikologi dengan Islam: Menuju psikologi Islami*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 52.

¹⁴ Hanna Djumhana Bastaman, *Ibid.*, hlm. 53.

tentang manusia. Di antara penjelasan al-Qur'an tentang manusia adalah bahwa manusia diciptakan dengan bentuk raga yang sebaik-baiknya (QS. 95:4), dan rupa yang seindah-indahnya (QS. 64:3) serta dilengkapi dengan berbagai organ psikofisik yang istimewa, seperti panca indera dan hati (QS. 16:78), agar manusia bersyukur kepada Tuhan yang telah menganugrahi keistimewaan-keistimewaan itu.

Manusia diberi kemampuan berpikir untuk memahami alam semesta (QS. 13:3), dan dirinya sendiri (QS. 30:20-21), memiliki akal untuk memahami tanda-tanda keagungan-Nya (QS. 22:46), qalbu untuk mendapat cahaya iman (QS. 24:35), nafsu yang paling rendah (QS. 12:53), sampai yang tertinggi (QS. 89:27-30), dan memiliki ruh yang kepadanya Allah SWT mengambil kesaksian mengenai keesaan Ilahi (QS. 7:72-74), bahkan kepada manusia juga ditawarkan pula agama sebagai tuntunan agar hidupnya selamat di dunia dan di akhirat (QS. 3:85).

Manusia berfungsi sebagai khalifah di bumi (QS. 2:30), dan bukan diciptakan Tuhan secara main-main (QS. 23:115), melainkan mengemban amanah (QS. 33:72) dan beribadah kepada-Nya (QS. 51:56), serta selalu menegakkan kebajikan sekaligus menghilangkan keburukan (QS.3:110), dengan sepenuh tanggungjawab (QS.75:36). Keistimewaan lain yang dimiliki manusia adalah memiliki kebebasan luas untuk mengembangkan diri setinggi-tingginya atau bahkan bisa berada dalam posisi yang serendah-rendahnya (QS.91:7-10), bahkan agama pun sekalipun diberikan tetapi tidak dipaksakan kepadanya (QS.2:256).

Sekalipun memiliki banyak kelemahan, manusia dalam pandangan al-Qur'an manusia pada dasarnya baik, karena fitrah manusia adalah suci dan beriman (QS.7:72), dan kecenderungan manusia kepada agama merupakan sifat dasar manusia (QS.30:30), dan sadar atau tidak manusia pada dasarnya merindukan Tuhan (QS.39:8 dan 49), taat, khusyu, tawakal dan tidak ingkar (QS.17:66-69), terutama ketika sedang mengalami malapetaka dan berada dalam kesulitan hebat (QS.31:32; 17:66).

Dengan kelebihan dan kelemahan yang dimilikinya, manusia pada akhirnya akan terbagi pada beberapa golongan, yaitu ada yang mendapat petunjuk jalan lurus (QS.1:7), yaitu para Nabi, (QS.22:52; 6:87), shadiqin (QS.49:14-18), syuhada (QS.3:123), mutaqin (QS.3:31), mukminin (QS.3:139), dan ada juga yang menjadi orang-orang sabar (QS.3:146; 8:46). Akan tetapi ada juga orang-orang yang dimurkai Allah dan sesat hidupnya (QS.1:6-7), ada juga yang fasik (QS.5:108; 9:80), dzalim (QS.6:144; 9:37), ingkar (QS.5:67; 9:37), musyrik (QS.4:48-52; 4:116-121), dan ada juga yang menjadi manusia munafik (QS.2:8-16).¹⁵

Manusia dengan akal dan potensi lain yang dimilikinya diberi daya *ikhtiar* (*free will*), yaitu kebebasan untuk memilih dalam mendayagunakan potensi *ilham taqwa* dan *fujur* (Q.S. al-Syamsu [91]:7-10). Akan tetapi terhadap pilihannya itu diberikan konsekuensi, yaitu pahala bagi yang menggunakan ilham taqwa dan siksa bagi pengguna ilham *fujur* (QS.13:11).

3. Posisi Manusia dalam Dakwah

Dakwah sebagaimana dijelaskan sebelumnya, berasal dari akar kata : دعا- يدعو- دعوة (*da'a, yad'u, jada'watan,*) yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Abdul Aziz menjelaskan, secara etimologis dakwah berarti: (1) Memanggil; (2) Menyeru; (3) Menegaskan atau membela sesuatu; (4) Perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu; dan (5) Memohon dan meminta.¹⁶ Disebutkan pula bahwa kegiatan dakwah merupakan proses transmisi, transformasi, dan difusi, serta internalisasi ajaran Islam terhadap umat manusia.

Sayyed Qutb mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak atau mendorong orang untuk masuk ke dalam *sabilillah*, bukan untuk mengikuti da'i atau bukan pula

¹⁵ Hanna Djumhana Bastaman, *Ibid*, hlm. 56.

¹⁶ Lihat Ahmad Subandi dan Syukriadi sambas, *Dasar-dasar Bimbingan (Al-Irshad) dalam Dakwah Islam* (Bandung:KP HADID, 1999), hlm. 17. Lihat pula Abdul Aziz, *Islah al-Wakbudi al-Diniy*, (Mesir: Attiqarah al-Kubra, 1997), hlm. 26.

untuk mengikuti sekelompok orang.¹⁷ Sedangkan menurut Ahmad Ghawusy, bahwa “dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia di setiap waktu dan tempat dengan metode-metode dan media-media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah (khalayak dakwah)”.¹⁸

Berdasarkan penjelasan di atas, dipahami bahwa dalam kegiatan dakwah terdapat unsur-unsur: (1) *da'i*, yaitu manusia sebagai subyek (pelaku); (2) *maudhu*, Islam sebagai pesan dakwah; (3) *ushlub*, yaitu seperangkat cara atau prosedur yang ditempuh ; (4) *washilah*, yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan; dan (5) *mad'u*, yaitu manusia sebagai obyek (sasaran). Dengan demikian dalam proses dakwah posisi manusia di satu sisi ada yang menjadi subyek (pelaku) dakwah dan di sisi lain posisi manusia juga menjadi obyek (sasaran) dakwah.

Manusia dengan berbagai keistimewaan tertentu dan kelebihan yang dimilikinya, seperti pandai berbicara, bentuk ragawi yang sempurna, serta dilengkapi dengan berbagai organ psikofisik yang istimewa, seperti panca indera dan hati, kemampuan berpikir untuk memahami alam semesta, memiliki akal untuk memahami tanda-tanda keagungan-Nya, qalbu untuk mendapat cahaya iman, dan agama sebagai tuntunan maka manusia diberi tugas memakmurkan bumi, dan mengemban amanah dan beribadah kepada-Nya, serta diberi kewajiban menegakkan kebajikan dan menghilangkan keburukan, dengan sepenuh tanggungjawab.

Kemudian manusia dengan berbagai kelemahan yang dimilikinya, maka manusia wajib diselamatkan dengan cara diseru, diajak, diberi penegasan agar mereka tetap berada dalam *sabilillah*, yaitu menjadi mutaqqin, mukminin, dan menjadi orang-orang sabar dan tidak menjadi orang-orang yang dimurkai Allah dan sesat hidupnya, tada juga yang fasik, dzalim, ingkar, musyrik, dan ada juga yang menjadi manusia munafik.

¹⁷ Sayyed Quth, *Fi Zhalalil Quran*, (Beirut, Ihyaut Turatsi al-Araby, 1976), jilid V, hal. 110.

¹⁸ Lihat Ahmad Subandi dan Syukriadi Sambas, *Dasar-dasar Bimbingan (Iryad) Dalam Dakwah Islam*, (Bandung: KP HADID, 1999), hlm. 18.

Enjang

Dakwah yang dilakukan manusia terhadap diri sendiri atau sesama (manusia lainnya) merupakan *ikhtiar*, untuk mendorong dan mendayagunakan potensi *ilham taqwa* dan mengalahkan *ilham fujur*, karena sekalipun memiliki banyak kelemahan, manusia dalam pandangan al-Qur'an manusia pada dasarnya baik, karena fitrah manusia adalah suci dan beriman, dan berkecenderungan kepada agama, sebab sadar atau tidak manusia pada dasarnya merindukan Tuhan, taat, khusyu, tawakal dan tidak ingkar.

Dakwah yang dilakukan oleh manusia kepada sasamanya dapat dilakukan dengan pendekatan, yaitu *da'wah bi ahsan al-qawl* dan *da'wah bi ahsan al'amal*. Sedangkan dalam pelaksanaannya bisa dalam bentuk: *tabligh*, *irsyad*, *tadhir* dan *tathwir*.

PsikologiDa'i

Dalam sebuah bait tulisannya Jalaluddin menguraikan sebuah cerita, pada suatu saat Anda mendatangi sebuah masjid untuk melaksanakan shalat jumat, kemudian ada seseorang berdiri di atas mimbar untuk berktutbah. Ia memakai "jeans" yang sudah lusuh, berambut gondrong dan kusut, memakai kalung hitam dan memakai gantulan tengkorak kecil, berjaket kulit warna hitam dengan lukisan apel merah yang besar. Anda pun melihat gelang yang terbuat dari akar bahar menghiasi tangan kirinya yang kekar dan dijemari tangan terlihat batu akik beberapa biji.

Dalam khutbahnya ia mengutip ayat-ayat suci yang menjelaskan tentang pentingnya memelihara kebersihan moral dan menjauhi perbuatan tercela. Ia begitu serius menjelaskan makna ayat-ayat suci tersebut dalam khutbahnya. Besar dugaan saya, Anda tidak akan mempercayai pembicaraannya, bahkan Anda akan menganggapnya sebagai orang yang gila dan tersesat masuk mesjid lalu berbicara di atas mimbar.

Contoh di atas, menunjukkan bahwa seorang pembicara dalam konteks apa pun, termasuk dalam dakwah (*tabligh* atau khutbah), yang diperhatikan dan berpengaruh pada mustaminya bukan saja apa yang ia

katakan, tetapi juga keadaan pembicaraanya. Dalam komunikasi disebutkan “*He doesn’t communicate what he says, he communicates what he is*”. Artinya, bahwa *da’i* ketika berdakwah tidak bisa memaksa mustaminya agar percaya terhadap apa yang disampaikannya saja, tetapi *da’i* atau *mubaligh*, akan tetapi penting juga untuk memperhatikan penampilan dan perilakunya.

Alasan lain pentingnya memperhatikan penampilan dan perilaku adalah disebabkan, bahwa ketika seseorang sedang berdakwah atau tabligh, maka pada waktu itu sedang terjadi: (1) proses transmisi pesan yang dilakukan oleh *da’i*; (2) proses persepsi terhadap pesan yang dilakukan *mad’u*, yaitu proses penyimpulan dan pemberian makna pesan yang diterima oleh *mad’u* yang melibatkan sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi dan memori yang dimiliki oleh *mad’u*; dan (3) proses internalisasi pesan.

Oleh sebab penyimpulan dan pemberian makna pesan yang disampaikan oleh *da’i* melibatkan sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi dan memori maka seorang *da’i* mesti memperhatikan kesesuaian antara apa yang disampaikan dengan apa yang ditampilkan dan dilakukan oleh dirinya. Dalam kajian psikologi komunikasi, seseorang (komunikator) akan lebih mempercayai apa yang dia lihat dari apa yang dia dengar. Artinya orang lebih mempercayai perilaku daripada kata-kata. Oleh sebab itu Allah mewanti-wanti agar seorang muslim (khususnya *da’i* atau *mubaligh*) agar terjadi kesesuaian antara yang dikatakan dengan yang dilaklukkan.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لِمَ تَقُوْلُوْنَ مَا لَا تَفْعَلُوْنَ ﴿٦١﴾ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللّٰهِ اَنْ
تَقُوْلُوْا مَا لَا تَفْعَلُوْنَ ﴿٦٢﴾

Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan. (QS. Ash-Shaf [61]:2-3).

Dengan demikian, seorang *da'i* atau *mubaligh* dalam proses dakwah, yang perlu diperhatikan dan berpengaruh pada mustaminya (*mad'u*) bukan saja apa yang ia katakan, tetapi juga akan terkait dengan siapa dan bagaimana yang mengatakannya. Oleh sebab itu seorang *da'i* boleh hanya untuk memperhatikan apa yang dikatakannya, akan tetapi penting juga memperhatikan aspek-aspek fisik atau penampilan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan seorang pembicara (*da'i*) agar terjadi (1) internalisasi (*internalization*), (2) identifikasi (*identification*), dan (3) ketundukan (*complication*) dalam proses dakwahnya adalah dipengaruhi oleh adanya: *Pertama*, faktor kredibilitas, yaitu seperangkat persepsi mustami (*mad'u*) mengenai sifat-sifat (karakter) *da'i* yang dibangun dalam kerangka pikiran baik, akhlak yang baik dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).

Kedua, faktor atraksi, yakni kesukaan seseorang pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang yang dipengaruhi oleh adanya daya tarik fisik (*physical attractiveness*), adanya ganjaran (*reward*), familiarity, kedekatan (*proximity*), dan kemampuan (*competence*). Faktor atraksi ini akan berpengaruh pada tingkat efektivitas penyampaian pesan dan perubahan pendapat dan sikap mustami (*mad'u*), karena seorang *da'i* akan dipandang menarik jika mustami merasa adanya kesamaan, adanya kedekatan, dan memiliki daya yang diharapkan. Oleh sebab itu seorang *da'i* yang ingin mempengaruhi mustaminya hendaknya memulai pesannya dengan cara menegaskan kesamaan antara dirinya dengan mustaminya.

Ketiga, kekuasaan, yaitu kemampuan yang menimbulkan ketundukan, karena dengan kekuasaan menyebabkan seorang *da'i* dapat "memaksakan" pesan kepada orang lain. Salah satu di antara kekuasaan adalah keahlian (*expert power*), yang berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh *da'i*. Maksud keahlian (*expertise*) adalah bahwa *mubaligh* (*da'i*) memiliki pengetahuan yang luas tentang apa yang

disampaikannya dan memiliki pengetahuan serta keterampilan tentang bagaimana menyampaikannya.

Keempat, popularitas, yaitu dikenal oleh masyarakat baik karena keahlian yang dimiliki atau karena faktor positif lainnya. Hal ini akan menarik perhatian (*attention*) dan kepercayaan mustami (*mad'u*). Oleh sebab itu akan sangat baik jika para subjek dakwah (*da'i*) berusaha memiliki keahlian tertentu yang akan menunjang popularitas.

Selain itu, berhasil atau tidaknya suatu kegiatan dakwah sangat ditentukan oleh sikap mental juru dakwah (*da'i*). Di antara sikap mental yang penting bagi juru dakwah (*da'i*) adalah sikap penuh keyakinan bahwa dakwah yang disampaikannya akan diterima dengan baik oleh *mad'u*, sikap yakin bahwa apa yang disampaikan adalah perintah Allah, serta optimis dan pantang menyerah akan segala kesulitan adalah salah satu ciri kepribadian seorang juru dakwah (*da'i*).¹⁹

Berdasarkan kajian psikologi, prinsip yakin akan berhasil (optimis) dan sabar akan sangat besar pengaruhnya bagi kesuksesan kegiatan dakwah. Sebab keyakinan dan kesabaran seseorang akan berpengaruh pada perilaku seseorang. Selain itu akan mempengaruhi motivasi kerja seseorang dan berimplikasi pada semangat untuk tidak mudah menyerah atas segala kesulitan, serta akan meringankan beban psikologis seseorang, karena optimisme dan kesabaran akan akan menggerakkan pikiran untuk mencari jalan dan sarana serta cara melakukannya.²⁰

Bila seorang *da'i* berpikir bahwa dirinya akan gagal maka dia akan benar-benar gagal. Jika seorang *da'i* merasa bahwa dirinya memiliki kemampuan untuk berdakwah maka persoalan apa pun yang dihadapinya pada akhirnya akan dapat diatasinya. Oleh sebab itu

¹⁹ Lihat Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994), hlm. 37.

²⁰ Lihat David J. Schwartz, *The Magic of Thinking Big*, terj. F.X. Budiyanto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1992), hlm. 3.

para penganjur berpikir positif menyatakan: “*You don’t think what you are, you are what you think*”.²¹

Hal di atas, didukung oleh teori harapan (*expectation theory*), yang menyatakan bahwa apa yang diharapkan seseorang sangat besar kemungkinannya menjadi kenyataan, dan hal ini sejalan dengan prinsip dalam ajaran Islam. Oleh sebab itu dalam melakukan dakwah, setiap juru dakwah (*da’i*) mesti optimis dan pantang menyerah dalam menghadapi kesulitan karena setiap kesulitan ada kemudahan.

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥١﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥٢﴾

Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Psikologi Pesan (Maudhu)

Dalam kegiatan dakwah, pesan menjadi bagian penting yang tidak bisa dan tidak boleh diabaikan oleh para *da’i* atau *da’iyah*. Agar pesan dakwah yang disampaikan dapat menimbulkan perhatian, pemahaman, sikap, dorongan untuk melakukan, dan perilaku sesuai dengan yang disampaikan oleh para *da’i* atau *da’iyah*, maka dalam proses penyampaian pesan dakwah mesti memperhatikan psikologi pesan (*maudhu*).

Psikologi pesan (*maudhu*), sekalipun menggunakan kata psikologi bukan teknik yang ditemukan oleh psikolog atau lewat ilmu klenik, tetapi teknik yang dimiliki manusia sejak prasejarah yang dikenal sebagai teknik pengendalian mental dan perilaku orang lain yang lazim disebut bahasa.²² Oleh sebab itu, dalam kajian psikologi pesan pembahasannya terkait dengan bahasa pesan yang gunakan *da’i* dalam proses dakwah.

Bahasa, pada gilirannya adalah pesan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, untuk selanjutnya disebut sebagai pesan linguistik. Sedangkan cara-cara

²¹ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hlm. 104.

²² Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid*, hlm. 268.

tertentu dalam mengucapkan kata-kata dan kalimat disebut sebagai *pesan paralinguistik*. Akan tetapi manusia juga menyampaikan pesan dengan cara-cara lain selain dengan bahasa, misalnya: dengan isyarat (disebut *pesan ekstralinguistik*), yang berfungsi menterjemahkan gagasan, tindakan, keinginan, dan maksud yang terkandung dalam hati.²³

Pesan dalam bentuk *pesan paralinguistik*, lazim disebut sebagai pesan verbal. Sedangkan pesan dalam bentuk *pesan ekstralinguistik*, lazim disebut sebagai pesan nonverbal. Dengan demikian, psikologi pesan (*maudhu*) dalam dakwah dimaksudkan sebagai pengendalian mental dan perilaku *mad'u* melalui pesan yang disampaikan *da'i*, baik dalam bentuk pesan verbal maupun pesan dalam bentuk nonverbal.

1. Pesan verbal dan Nonverbal.

Pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i* lazim menggunakan bahasa, baik bahasa verbal maupun bahasa non-verbal. Bahasa verbal merupakan kumpulan kata-kata yang memiliki kekuatan untuk menggerakkan orang lain dan bahkan mengatur perilaku orang lain.

Kemampuan dalam berbahasa inilah yang dapat membedakan manusia dengan binatang, hingga al-Quran menyebutkan bahwa penciptaan manusia dengan mengajarnya pandai bicara.

حَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Dia menciptakan manusia. Mengajarnya pandai berbicara. (QS. Al-Rahman [55]:3-4)

Sekalipun memiliki kekuatan, bahasa juga memiliki kelemahan, karena dalam pandangan teori *genaral semantics* dikatakan bahwa bahasa seringkali tidak lengkap mewakili kenyataan, kata-kata hanya menangkap sebagian saja aspek kenyataan, karena kemampuan bahasa sangat terbatas untuk menyatakan kenyataan. Oleh sebab itu, Jalaluddin Rakhmat memberikan rambu-rambu dalam menggunakan bahasa, yaitu dengan cara memberikan empat nasehatnya: dua perintah dan dua larangan.

²³ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid.*, hlm. 287.

Enjang

- 1) Berhati-hatilah dengan abstraksi, proses memilih unsur-unsur realitas untuk membedakannya dari hal-hal yang lain, dan abstraksi ini menyebabkan cara-cara penggunaan bahasa yang tidak cermat.
- 2) Berhati-hati dengan dimensi waktu, yakni bahwa bahasa itu statis sedangkan realitas sifatnya dinamis. Oleh sebab itu gunakan bahasa sesuai dengan fakta kehidupan yang terjadi atau yang ada dewasa ini.
- 3) Jangan mengacaukan kata dengan rujukannya, yakni bahwa dunia kata hanyalah kumpulan lambang-lambang yang mengungkapkan reaksi kita pada realitas dan bukan realitas itu sendiri. Kita menyalahgunakan bahasa bila kita memandang seakan-akan pernyataan kita adalah lukisan objektif dari realitas, seakan-akan kata yang diucapkan adalah realitas itu sendiri.
- 4) Jangan mengacaukan pengamatan dengan kesimpulan, yaitu kita menganggap bahwa kesimpulan sebagai pengamatan, dan kita melakukan kesalahan jika mengambil keputusan berdasarkan kesimpulan dan beranggapan bahwa kita melakukannya berdasarkan pengamatan.²⁴

Selanjutnya pesan juga selain disampaikan melalui pesan verbal juga melalui pesan nonverbal (pesan yang tidak melalui kata-kata). Pesan nonverbal sangat menentukan makna, perasaan dan emosi, serta merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Pesan non verbal biasanya dalam bentuk pesan kinesik, pesan fasial, pesan gestural, pesan postural, dan pesan proksemik. Pesan nonverbal biasanya lebih dipercaya dibandingkan pesan verbal. Oleh sebab itu hati-hatilah menggunakan lambang-lambang dalam menyampaikan pesan, dan perhatikanlah kesesuaian antara pesan verbal dan pesan non verbal yang digunakan.

2. Organisasi, Struktur dan Imbauan Pesan.

Beberapa penelitian eksperimental menelaah efek organisasi pesan pada pengingatan dan perubahan sikap, dan hasilnya dilaporkan bahwa orang lebih

²⁴ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid.*, hlm. 282-286.

mudah mengingat pesan yang tersusun, kadar perubahan sikap sangat dipengaruhi juga oleh organisasi pesan yang tersusun dengan baik. Urutan pesan sebaiknya disesuaikan dengan urutan psikologis dan urutan ini mengikuti sistem berpikir manusia. Urutan pesan itu disarankan mengikuti lima langkah dalam penyusunan pesan, yaitu:

- (1) *attention* (perhatian);
- (2) *need* (kebutuhan);
- (3) *satisfaction* (pemuasan);
- (4) *visualization* (visualisasi); dan
- (5) *action* (tindakan).²⁵

Sedangkan yang terkait dengan struktur pesan terdapat beberapa persoalan yang membutuhkan perhatian, yaitu:

- (1) Bila pembicara menyajikan dua sisi yang berbeda (yang pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama, karena kondisi (waktu, khalayak, tempat dan sebagainya) akan menentukan pembicara yang paling berpengaruh.
- (2) Bila pendengar secara terbuka memihak satu sisi argumen, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisi mereka. Sikap nonkompromistis ini mungkin timbul karena kebutuhan untuk mempertahankan harga diri. Mengubah posisi akan membuat orang kelihatan tidak konsisten, mudah dipengaruhi dan bahkan tidak jujur.
- (3) Jika pembicara menyajikan dua sisi persoalan, kita biasanya lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan lebih dulu. Jika pendengar sudah tertarik pada suatu persoalan mereka akan mengingatnya baik-baik dan menerapkannya, begitu juga sebaliknya.
- (4) Perubahan sikap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau yang disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki. Jika pembicara diawal penyajiannya menyampaikan gagasan yang menyenangkan, maka akan cenderung memperhatikan dan menerima pesan-pesan berikutnya.

²⁵ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid.*, hlm. 297.

- (5) Urutan pro-kon lebih efektif daripada kon-pro bila digunakan oleh pembicara yang memiliki otoritas dan dihormati oleh khalayak.
- (6) Argumen yang terakhir didengar akan lebih efektif bila ada jangka waktu cukup lama di antara dua pesan, dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.

Sedangkan persoalan lain yang penting diperhatikan oleh para *da'i* atau *mubaligh* adalah terkait dengan imbauan pesan. Jika pesan yang disampaikan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka pesan harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku mustami (*da'i*). Dengan kata lain, secara psikologis menghimbau khalayak untuk menerima dan melaksanakan gagasan yang menjadi isi pesan.

Imbauan pesan secara umum terdiri dari: *Pertama*, imbauan rasional yang didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional bila imbauan rasional tidak ada. Menggunakan imbauan rasional artinya meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti. *Kedua* imbauan emosional, menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunike (*mad'u*).

Sudah lama diduga bahwa kebanyakan tindakan manusia lebih didasarkan kepada emosi dari pada sebagai hasil pemikiran. Emil Dovifat (1968), berkaitan dengan hal ini menyatakan "*Die Masse ... habe eine kleinen Verstand, aber ein grosses Herz*". (Masa mempunyai otak kecil, tetapi hati yang besar). *Ketiga*, imbauan takut menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, atau meresahkan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa efektivitas imbauan takut bergantung pada jenis pesan, kredibilitas komunikator, dan jenis kepribadian penerima.

Keempat, imbauan ganjaran menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang mereka perlukan atau inginkan. Sangat sedikit penelitian yang membuktikan dampak penggunaan ganjaran dalam situasi komunikasi yang persuasif. *Kelima* imbauan

motivasi, menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia. Kita dapat mengklasifikasikan motif pada dua kelompok besar; motif biologis dan motif psikologis. Manusia bergerak bukan saja didorong oleh kebutuhan biologis seperti lapar dan dahaga, tetapi juga karena dorongan psikologi seperti rasa ingin tahu, kebutuhan akan kasih sayang, dan keinginan untuk memuja.

Selanjutnya urutan pesan yang dalam penyusunannya memperhatikan aspek *attention* (perhatian), *need* (kebutuhan), dan aspek *satisfaction* (pemuasan) sangat dimungkinkan akan menjadi nilai motif (kekuatan pendorong) bagi sasaran dakwah (*mad'u*) untuk melakukan suatu pesan yang disampaikan oleh *da'i* dan *da'iyah*.

Perhatian (*attention*) adalah proses mental ketika stimuli (diantaranya pesan dakwah) atau rangkaian stimuli (diantaranya perilaku dan penampilan *da'i*) menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Menurut Kenneth E. Andersen, perhatian terjadi jika kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.²⁶ Masih menurut Jalaluddin Rakhmat, bahwa faktor yang menjadi penarik perhatian terdiri dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal penarik perhatian.

Faktor eksternal penarik perhatian ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai *determinan perhatian yang bersifat eksternal* atau *penarik perhatian (attention getter)*. Artinya, stimuli akan diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.

Gerakan yang dimaksudkan seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang diiklankan. Pada tempat yang dipenuhi benda-benda mati, kita akan tertarik hanya kepada tikus kecil yang bergerak.

²⁶ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid*, hlm. 52.

Intensitas stimuli. Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Warna merah pada latar belakang putih, tubuh jangkung di tengah-tengah orang pendek, suara keras di malam sepi, iklan setengah halaman di surat kabar, atau tawaran pedagang yang paling nyaring di pasar malam, sukar lolos dari perhatian kita.

Kebaruan (*Novelty*). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimuli yang luar biasa lebih mudah dipelajari dari atau diingat. Karena alasan inilah maka orang mengejar novel baru terbit, film yang baru beredar, atau kendaraan yang memiliki rancangan yang mutakhir (karena itu pula mengapa umumnya istri muda lebih disenangi dari istri pertama). Pemasangan iklan sering memanipulasikan unsur kebaruan ini dengan menonjolkan yang luar biasa dari barang yang ditawarkannya. Media masa juga tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru. Tanpa hal-hal yang baru, stimuli menjadi monoton, membosankan, dan lepas dari perhatian.

Perulangan. Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Di sini, unsur "familiarity" (yang sudah kita kenal) berbeda dengan unsur "novelty" (yang baru kita kenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti: mempengaruhi bawah sadar kita. Bukan hanya pemasang iklan, yang mempopulerkan produk dengan mengulang-ulang "jingles" atau slogan-slogan, tetapi juga kaum politisi memanfaatkan prinsip perulangan. Emil Dofivat (1968), tokoh aliran publistik Jerman, bahkan menyebut perulangan sebagai satu di antara tiga prinsip penting dalam menaklukkan massa.

Faktor Internal Penaruh Perhatian

Pernah satu saat di Goetting berkumpul para psikolog dan ilmuwan lainnya. Di tengah-tengah persidangan, tiba-tiba pintu terbuka dan seorang pria berpakaian pelawak masuk ruangan, disusul orang kulit hitam yang memakai jas hitam, dasi merah, dan celana putih. Kedua orang itu bertengkar dan berkelahi di hadapan peserta konferensi. Terdengar tembakan, lalu

keduanya melarikan diri lewat pintu yang terbuka. Kejadian ini sudah direncanakan, diatur, dan difoto secara diam-diam.

Setelah itu, pemimpin sidang memohon para ilmuwan untuk menuliskan laporan lengkap dari apa yang mereka dengar dan lihat, untuk digunakan buat kepentingan penyidikan polisi. Empat puluh ilmuwan menulis laporan kesaksian itu. Tidak seorang pun yang menyajikan laporan yang lengkap; hanya enam laporan tidak salah dalam menyebutkan fakta; dua belas laporan tidak menyebutkan 50 persen fakta yang terjadi. Hanya empat orang yang menulis bahwa orang kulit hitam itu tidak memakai topi. Jasnya dikatakan berwarna merah, coklat, hitam, biru, atau berwarna seperti topi Brooks.

Peristiwa ini bukan saja menunjukkan betapa lemahnya alat indera kita, tetapi juga menunjukkan perhatian yang selektif (*selective attention*). Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita melihat apa yang ingin kita lihat, kita mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan perhatian ini timbul dari faktor-faktor internal dalam diri kita.

Faktor-faktor Biologis. Dalam keadaan lapar, seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Karena itu, bagi orang lapar, yang paling menarik perhatiannya adalah makanan. Yang kenyang akan menaruh perhatian pada hal-hal yang lain. Anak muda yang baru saja menonton film porno, akan cepat melihat stimulasi seksual disekitarnya.

Faktor-faktor Sosiopsikologis. Berikan sebuah foto yang menggambarkan kerumunan orang banyak di sebuah jalan sempit. Tanyakan apa yang mereka lihat. Setiap orang akan melaporkan hal yang berbeda. Tetapi seorang pun tidak akan dapat melaporkan berapa orang terdapat pada gambar itu, kecuali kalau sebelum melihat foto mereka memperoleh pertanyaan itu. Bila kita ditugaskan untuk meneliti berapa orang mahasiswa berbeda di kelas, kita tidak akan dapat menjawab berapa orang di antara mereka yang berbaju merah.

Motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan, mempengaruhi apa yang kita perhatikan. Dalam perjalanan naik gunung, geolog akan memperhatikan

batuan; ahli botani akan melihat bunga-bunga; ahli zoologi, binatang; seniman, warna dan bentuk; orang yang bercinta, entahlah (Lefrancois, 1974). Menurut sebuah anekdot, bila anda ingin mengetahui dari suku mana kawan anda berasal, bawalah mereka berjalan-jalan.

Tanyakan berapa perempatan yang telah dilewati. Yang dapat menjawab pertanyaan ini pasti orang padang (umumnya mereka pedagang kaki lima). Tanyakan berapa pagar tanaman hidup yang telah dilihatnya. Yang dapat menjawab pasti orang sunda (karena mereka menyayangi sayur-sayuran). Tanyakan kuburan keramat yang ada. Hanya orang jawa yang bisa menjawab (mengapa?). tentu saja anekdot bukanlah proposisi ilmiah. Tetapi anekdot ini menggambarkan bagaimana latar belakang kebudayaan, pengalaman, dan pendidikan, menentukan apa yang kita perhatikan.

Kenneth E. Andersen (1972) menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi.

- 1) Perhatian itu merupakan proses yang aktif dan dinamis, bukan pasif dan refleksif. Kita secara sengaja mencari stimuli tertentu dan mengarahkan perhatian kepadanya. Sekali-sekali, kita mengalihkan perhatian dari stimuli yang satu dan memindahkannya pada stimuli yang lain.
- 2) Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol, atau melibatkan diri kita.
- 3) Kita menaruh perhatian kepada hal-hal tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan, dan kepentingan kita. Kita cenderung memperkokoh kepercayaan, sikap, nilai, dan kepentingan yang ada dalam mengarahkan perhatian kita, yang baik sebagai komunikator (da'i) atau komunikate (mad'u).
- 4) Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian, tetapi juga apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita. Kita cenderung berinteraksi dengan kawan-kawan tertentu, membaca majalah tertentu, dan menonton tv tertentu. Hal-hal seperti ini akan menentukan rentangan hal-hal yang memungkinkan kita untuk menaruh perhatian.

Enjang

- 5) Dalam situasi tertentu kita secara sengaja menstrukturkan perilaku kita untuk menghindari terpaan stimuli tertentu yang ingin kita abaikan.
- 6) Walaupun perhatian kepada stimuli berarti stimuli tersebut lebih kuat dan lebih hidup dalam kesadaran kita, tiddaklah berarti bahwa persepsi kita akan betul-betul cermat. Kadang-kadang konsentrasi yang sangat kuat mendistorsi persepsi kita.
- 7) Perhatian tergantung kepada kesiapan mental kita, kita cenderung mempersepsi apa yang memang ingin kita persepsi.
- 8) Tenaga-tenaga motivasional sangat penting dalam menentukan perhatian dan persepsi. Tidak jarang efek motivasi ini menimbulkan distraksi atau distorsi (meloloskan apa yang patut diperhatikan, atau melihat apa yang sebenarnya tidak ada).
- 9) Intensitas perhatian tidak konstan.
- 10) Dalam hal stimuli yang menerima perhatian, perhatian juga tidak konstan. Kita mungkin memfokuskan perhatian kepada objek sebagai keseluruhan, kemudian pada aspek-aspek objek itu, dan kemabali lagi kepada objek secara keseluruhan.
- 11) Usaha untuk mencurahkan perhatian sering tidak menguntungkan karena usaha itu sering menuntut perhatian. Pada akhirnya, perhatian terhadap stimuli mungkin akan berhenti.
- 12) Kita mampu menaruh perhatian pada berbagai stimuli secara serentak. Makin besar keragaman stimuli yang mendapat perhatian, makin kurang tajam persepsi kita pada stimuli tertentu.
- 13) Perubahan atau variasi sangat penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian.²⁷

Sedangkan bertalian dengan isi pesan yang didalamnya mesti adanya perhatian atas kebutuhan mustami (*mad'u*) adalah disebabkan mustami yang menjadi pendengar atau penerima pesan karena mereka pada dasarnya memiliki kebutuhan (*need*), dan ketika

²⁷ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Ibid.* hlm. 53-55.

aspek kebutuhannya terpenuhi maka mereka akan terjadi pemuasan (*satisfaction*).

Menurut Abraham H. Maslow, susunan atau hirarki kebutuhan (*need hierarchy theory*) manusia bertingkat-tingkat, mulai dari tingkatan paling bawah sampai ke tingkatan yang paling tinggi. Kebutuhan pada tingkatan yang lebih tinggi tidak mungkin timbul sebelum kebutuhan yang lebih mendasar terpenuhi. Secara terperinci tingkatan kebutuhan manusia adalah sebagai berikut:

Pertama, Kebutuhan fisiologis. Kebutuhan ini adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap manusia untuk hidup. Makan, minum dan istirahat, adalah contoh-contoh dari kebutuhan dasar. Orang tidak akan memikirkan kebutuhan lainnya sebelum kebutuhan dasar ini terpenuhi. Orang tidak akan tertarik mengerjakan sesuatu yang lain bila masalah makan dan minum itu belum terpenuhi.

Kedua, Kebutuhan rasa aman (*safety*). Setelah orang dapat memenuhi kebutuhan akan makan, minum, dan istirahat, selanjutnya berkembang keinginan untuk memperoleh rasa aman. Orang ingin bebas dari rasa takut dan kecemasan. Manifestasi kebutuhan ini antara lain perlunya tempat tinggal yang permanen, sehingga mereka bebas dari ketakutan akan digusur oleh petugas pengusuran. Bila kebutuhan ini dapat terpenuhi, maka kebutuhan tingkat yang lebih tinggi akan timbul.

Ketiga, kebutuhan akan rasa kasih sayang. Perasaan memiliki dan dimiliki oleh orang lain atau kelompok masyarakat adalah sesuatu yang dibutuhkan oleh setiap manusia. Kebutuhan akan terpenuhi bila ada saling perhatian, saling mengunjungi sesama anggota masyarakat. Keintiman di dalam pergaulan hidup sesama anggota masyarakat adalah sesuatu yang sangat menyuburkan terpenuhi kebutuhan ini.

Keempat, kebutuhan akan harga diri. Bila kebutuhan di tingkat ketiga telah terpenuhi maka akan muncul kebutuhan akan harga diri. Agar dirinya dihargai sebagai manusia, sebagai warga negara, maka seseorang akan berbuat sesuatu yang berguna. Pada tahap ini orang juga ingin buah-pikirannya dihargai.

Kelima, kebutuhan akan aktualisasi diri. Kebutuhan pada tingkatan ini adalah kebutuhan yang paling tinggi, menurut teori Maslow, pada tingkatan ini manusia ingin berbuat sesuatu semata-mata karena dorongan dari dalam. Dia tidak lagi menuntut atau mengharapkan penghargaan orang lain atas apa yang diperbuatnya. Di antara yang ingin dikejar oleh kebanyakan orang dalam kebutuhan tingkat ini adalah keindahan (*beauty*), kesempurnaan (*perfection*), keadilan (*justice*), dan kebermaknaan.²⁸

3. Prinsip Komunikasi dalam Al-Qur'an

Al-Qur'an telah memberikan petunjuk tentang penggunaan bahasa lisan dalam menyampaikan pesan dakwah dengan berbagai macam bahasa berikut: (1) *Qawlan ma'rufa* (al-Baqarah:59) yaitu bahasa yang populer; (2) *qawlan sadidâ* (al-Nisa:9) yaitu bahasa yang persuasif; (3) *qawlan baligâ* (al-Nisa:63), yaitu bahasa yang tepat situasi dan kondisi; (4) *qawlan karimâ* (al-Isra:23), yaitu bahasa yang mulia; (5) *qawlan maesyurâ* (al-Isra:28), yaitu bahasa yang mudah difahami; (6) *qawlan adzimâ* (al-Isra:40), yaitu bahasa yang agung; (7) *qawlan layina* (thaha:44), yaitu bahas yang lemah lembut; (8) *salamun qawlan* (Yâsin:58), yaitu bahasa kedamaian; (9) *qawlan tsaqila* (al-Muzamil:5), yaitu bahasa yang berbobot; (10) *Qawl al-Haq* (Maryam:34), yaitu bahasa yang mengandung kebenaran objektif; (11) *al-Thayib min al-Qawl* (al-Hajj:24), yaitu bahasa yang baik dan bersih; (12) *al-Qawl al-Tsabit* (Ibrahim:27), yaitu bahasa yang konsisten; (13) *qawlu rasuli karim* (al-Taqwir:19), yaitu bahasa utusan yang mulia; dan (14) *qawl fashl* (at-Thariq:13), yaitu bahasa yang analitik. Macam-macam bahasa lisan ini sebagai penjabaran dari *ahsana qawlâ*. Bahasa nomor 1,2,3,7 dan 9 menurut Praja (1998:6) merupakan bagian dari prinsip penelitian perilaku manusia. Sedangkan bagi al-Mawardi (tt:272-276) menjadikan bahasa yang ditunjukkan al-Qur'an sebagai sumber adab berbicara pergaulan manusia.

²⁸ Lihat Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 1994), hlm. 49-50.

Psikologi Mad'u

Untuk mengkaji psikologi mad'u, tentu kita dapat meminjam penjelasan yang telah disampaikan oleh para pakar dalam bidang psikologi, baik yang telah menjadi teori baku maupun berupa konsep dan penjelasan-penjelasan, khususnya penjelasan yang terkait dengan perilaku sebagai manifestasi jiwa. Kajian mengenai hal menjadi penting ketika kita mengkaji psikologi mad'u, karena akan membantu untuk memahami, memprediksi aspek kognisi, afeksi, sikap, motif, kemudian dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengendalikan serta mengontrol perilaku keberagaman *mad'u*.

Dalam memahami psikologi mad'u ini tentu tidak terlepas dari penjelasan tentang manusia, yang telah diuraikan sebelumnya, baik dalam pandangan psikologi terlebih dalam pandangan Islam. Dalam Perspektif Neurobiologi bahwa proses neurobiologis mendasari perilaku dan proses mental manusia, sehingga disebutkan bahwa semua peristiwa psikologis berkaitan dengan aktivitas otak dan sistem saraf. Hal ini memperjelas adanya hubungan yang erat antara kegiatan otak dengan perilaku dan pengalaman individu. Pandangan ini dalam kacamata Islam tidak terlalu salah karena dalam pandangan Islam, sebagaimana dijelaskan Nabi saw. bahwa "*kefakiran bisa menjadikan seseorang menjadi kufur*".

Dengan begitu, secara psikologis seorang da'i tidak bijak jika hanya "membuat surga dalam telinga". Akan tetapi da'i juga mesti pandai menyusun pesan dakwah sesuai dengan kondisi mad'u. Jika kondisi mad'u dalam keadaan serba kekurangan, maka yang perlu didahulukan oleh seorang da'i bagaimana merumuskan peningkatan kesejahteraan dalam bidang ekonomi, mad'u jangan dipaksa untuk menerima keadaan dan jangan hanya disuruh untuk bersabar. Sebab sistem saraf mad'u (kondisi psikologis) yang sedang mengalami serba kekurangan tidak akan optimal menerima pesan, karena dipengaruhi dan dihimpit oleh keadaan yang menyebabkan sifat-sifat rendahnya menjadi dominan, karena manusia (mad'u) selain memiliki nafsu yang tinggi juga memiliki potensi nafsu rendah (QS. 12:53).

Kondisi mad'u sebagaimana disebutkan di atas, didukung juga oleh pandangan humanistik yang menyatakan bahwa kebutuhan yang lebih tinggi tidak dapat dicapai sebelum kebutuhan yang lebih rendah tercapai. Kebutuhan aktualisasi diri (termasuk hidup bermakna dan beragama) dalam pandangan humanistik merupakan kebutuhan pada peringkat atas, untuk sampai pada aktualisasi diri itu, sebaiknya dipenuhi dulu kebutuhan dasar atau kebutuhan yang lebih rendahnya, yaitu kebutuhan biologis, seperti makan dan minum.

Sekalipun pandangan humanistik ini tidak seluruhnya benar, akan tetapi dalam karakteristik mad'u tertentu pandangan ini bisa dijadikan sebagai salah satu acuan. Apalagi jika sedikitnya, kita mau melihat psikologi manusia yang didasarkan pada pandangan psikoanalisis yang menyatakan bahwa semua perilaku manusia memiliki penyebab yang lebih sering ditimbulkan oleh motif bawah sadar daripada penalaran rasional.

Tentu, tidak semua pandangan di atas adalah benar, sebab dalam pandangan Humanistik dinyatakan bahwa manusia memiliki kemauan bebas dan dorongan ke arah aktualisasi diri dan manusia dalam pandangan ini tidak sama dengan konsep behavioralis yang menyatakan bahwa perilaku manusia yang menganggap bahwa manusia dikendalikan oleh impuls tidak sadar, karena manusia merupakan aktor sadar yang mampu mengendalikan nasibnya dan mengubah dunianya. Bahkan dalam pandangan Islam bahwa fitrah manusia adalah suci dan kecenderungan manusia kepada agama merupakan sifat dasar manusia.²⁹

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ

اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٢٠﴾

²⁹ Fitrah Allah: Maksudnya ciptaan Allah. manusia diciptakan Allah mempunyai naluri beragama Yaitu agama tauhid, kalau ada manusia tidak beragama tauhid, maka hal itu tidaklah wajar. Bagi mereka yang tidak beragama tauhid itu hanyalah lantaran pengaruh lingkungan.

Maka hadapkanlah wajahmu dengan Lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. tidak ada peubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui (QS.Ar-Rum [30]:30).

Mashudi, menegaskan bahwa pada dasarnya manusia adalah makhluk yang baik, makhluk yang memiliki impuls kodrati untuk mengikuti perintah dan menjauhi larangan Allah SWT. Ini artinya, jika dalam kenyataannya kebanyakan manusia tampak tidak mencerminkan fitrah religiusitasnya, maka persoalannya tentu bukan pada watak dasarnya yang melekat pada jati dirinya.³⁰ Melainkan karena sesuatu yang menggoda di luar dirinya. Sebab, secara doktriner disebutkan oleh Nabi Muhammad Saw., bahwa “*Semua anak yang dilahirkan dalam keadaan fitrah kesucian, hanya karena kedua orang tuanyalah yang membuat ia menjadi Yahudi, Nasrani, atau Majusi*”.

Dengan demikian, pandai-pandailah da'i dalam menyampaikan pesan dakwah, sebagai usaha untuk menguatkan dan mengembalikan manusia kepada ajaran al-Qur'an dan sunnah (*al-ruju ila al-Quran wa sunnah*). Proses ini dibangun atas dasar bahwa fitrah manusia adalah potensi inheren dalam diri manusia sejak ia dilahirkan, dan menurut teori ini, manusia sejak lahir memiliki daya atau potensi (*al-quwwah*) yang berfungsi untuk mengenal, meng-Esa-kan dan mencintai Tuhan, yakni *quwwatul 'aqli*, daya yang berfungsi untuk menginduksi obyek-obyek yang menyenangkan yang disebut sebagai *quwwatul gadlab*. Serta untuk mengarungi kehidupan yang bahagia dan sejahtera manusia memerlukan bantuan yang datang dari luar dirinya yang disebut *fitrah al-munazalah*, yaitu wahyu. Wahyu di sini dalam arti *al-wahyu* atau *matluw*, yaitu al-Qur'an, dan *al-wahyu gairul matluw*, yaitu sunnah.³¹

³⁰ Masdar F. Mashudi, *Dakwah Islami Mencari Paradigma Baru*, Makalah yang disampaikan pada seminar sehari tentang Politik Dakwah, di IAIN Sunan Gunung Djati Bandung, Desember 1991, hlm. 1.

³¹ Juhaya S. Praja, *Taubidullah, Taubidul Ummat, Wabdatul Wujud dan Kematian Teori Sekularisasi*, makalah diskusi Ulul Albab, Juni 1995.

Enjang

Selain karakter dasar yang dimiliki sebagaimana dijelaskan di atas, manusia dipengaruhi juga oleh lingkungan. Oleh sebab itu, kondisi psikologis mad'u yang berada di pedesaan akan berbeda dengan mad'u yang tinggal dilingkungan perkotaan. Hal ini bisa didasarkan pada pandangan behavioralis yang memandang bahwa perilaku manusia sangat besar dipengaruhi oleh aspek stimulasi lingkungan. Belakangan, teori kaum Behavioris lebih dikenal dengan teori belajar (*social learning*), karena menurut mereka seluruh perilaku manusia –kecuali instink- adalah hasil belajar. Belajar artinya bahwa perubahan perilaku organisme sebagai pengaruh lingkungan.

Daftar Pustaka

- Ahmad Subandi dan Syukriadi sambas, *Dasar-dasar Bimbingan (Al-Irsyad) dalam Dakwah Islam*, KP HADID, Bandung, 1999.
- David J. Schwarts, *The Magic of Thinking Big*, terj. F.X. Budiyanto, Binarupa Aksara, Jakarta, 1992.
- Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologis*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1994.
- Hanna Djumhana Bastaman, *Integrasi Psikologi dengan Islam: Menuju psikologi Islami*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1994.
- Linda L. Davidoff, *Psikologi Suatu Pengantar*, Erlangga, Jakarta, 1988.
- Masdar F. Mashudi, *Dakwah Islami Mencari Paradigma Baru*, Makalah yang disampaikan pada seminar sehari tentang Politik Dakwah, di IAIN Sunan Gunung Djati Bandung, Desember 1991.
- Sayyed Quth, *Fi Zhilalil Quran*, Ihyaut Turatsi al-Araby, Beirut, 1976.