

MODIFIKASI PENERAPAN KONSEP - KONSEP DASAR KOMUNIKASI PUBLIK DALAM KEGIATAN DAKWAH KONTEMPORER

Mike Meiranti

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Lampung
Email: Meirantimike@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan di depan khalayak yang jumlahnya banyak atau komunikasi yang dilakukan dalam sebuah lingkup yang dihadiri audiens yang banyak. Menurut Jim Grunig komunikasi publik memiliki empat konsep atau model dasar yang digunakan dalam proses penyampaian informasi antara lain, yang pertama model *press agentry* model ini dilakukan dengan komunikasi satu arah misalnya kampanye, mengajak, persuasif yang sifat audiens nya pasif. Dakwah merupakan bentuk komunikasi publik yang sering kita saksikan. Menurut Jim Grudig komunikasi publik juga disebut *public relation* dimana istilah *public relation* sering digunakan sebagai narahubung atau pelantara komunikasi antar organisasi dan lembaga. Pada dasarnya komunikasi publik merupakan proses komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan atau informasi untuk orang banyak dan dapat diakses oleh orang banyak. Dalam hal ini dakwah dan konsep dasar komunikasi publik tidak dapat dipisahkan penerapannya karena dakwah tidak akan berjalan dengan maksimal ketika tidak ada konsep komunikasi publik didalamnya, begitu juga sebaliknya ketika tidak ada pesan dakwah yang disampaikan maka tidak akan terjadi proses komunikasi publik.

Kata Kunci: Komunikasi, Komunikasi Publik, Dakwah, Konsep Dakwah, Pesan Dakwah

PENDAHULUAN

Komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan di depan khalayak yang jumlahnya banyak. Atau komunikasi yang dilakukan dalam sebuah lingkup yang dihadiri audiens yang banyak. Komunikasi publik biasanya berupa kegiatan dakwah, seminar, kuliah umum, yang sifatnya memberikan informasi atau pesan

persuasif kepada khalayak sesuai kebutuhan orang banyak, misalnya menyampaikan pesan atau informasi terkait keagamaan, ilmu pengetahuan, dan kebijakan-kebijakan yang bersifat umum.

Menurut Jim Grunig komunikasi publik memiliki empat konsep atau model dasar yang digunakan dalam proses penyampaian informasi antara lain, yang pertama model *press agentry* model ini dilakukan dengan komunikasi

satu arah misalnya kampanye, mengajak, persuasif yang sifat audiens nya pasif. Kedua model public informasi sifatnya tetap komunikasi satu arah akan tetapi lebih fokus untuk memberikan informasi tanpa ada kegiatan persuasif. Ketiga model *two-way asymmetric* model ini berbeda dari dua model sebelumnya, untuk model kali ini lebih menekankan diskusi kepada publik untuk mengetahui dan mendapatkan dukungan publik guna memodifikasi tujuan sebuah lembaga agar kebijakan yang direncanakan pro publik.

Dakwah merupakan bentuk komunikasi publik yang sering kita saksikan. Menurut Jim Grudig komunikasi publik juga di sebut *public relation* dimana istilah *public relation* sering digunakan sebagai narahubung atau pelantara komunikasi antar organisasi dan lembaga. Pada dasarnya komunikasi publik merupakan proses komunikasi yang di lakukan untuk menyampaikan pesan atau informasi untuk orang banyak dan dapat di akses oleh orang banyak. Dimana *public relation* juga merupakan sebuah modal inti untuk menyampaikan dakwah.

Konsep dasar komunikasi publik tidak dapat di pisahkan dengan penerapannya karna dakwah tidak akan

berjalan dengan maksimal ketika tidak ada konsep komunikasi publik didalamnya, begitu juga sebaliknya ketika tidak ada pesan dakwah yang di sampaikan maka tidak akan terjadi proses komunikasi publik. Dan perkembangan media akan memberikan banyak perubahan terkait konsep komunikasi yang digunakan dalam dakwah pada masa konvensional dan masa kontemporer, sehingga Tulisan ini akan menjelaskan tentang penerapan konsep dasar komunikasi publik dalam proses dakwah di masa konvensional dan penerapan konsep dasar komunikasi publik pada masa kontemporer dimana pada masa ini konsep komunikasi publik sudah di modifikasi dengan memaksimalkan pemanfaatan media sosial dan media massa sehingga proses dakwah lebih efisien dan efektif, serta komunikasi yang di lakukan menggunakan komunikasi dua arah sehingga terjadi interaksi antara da'i dan mad'u.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Selain menggunakan sumber data di lapangan penelitian ini juga memerlukan data dokumen dan sumber referensi. Cara

mencari data dalam penelitian ini selain melakukan wawancara, observasi serta dokumentasi, penelitian ini juga menggunakan *library research* guna mematenkan serta validasi teori. Teori yang di gunakan yaitu menggunakan teori komunikasi pembangunan dan konsep dakwah dimana komunikasi pembangunan menjadi teori utama yang di gunakan dalam penelitian ini.

Sasaran dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang berada di lingkungan kampus UIN Sunan Kalijaga, dimana lingkungan ini merupakan lingkungan kontemporer berasal dari berbagai latar belakang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. KONSEP DASAR KOMUNIKASI PUBLIK

Proses komunikasi terdapat konsep-konsep dasar yang menjadi poin penting komunikasi publik, Menurut Jim Grunig dalam bukunya rachmat kriyantono konsep komunikasi publik yang diterapkan dalam fungsi organisasi atau lembaga menggunakan empat konsep yaitu. *press agantry* (komunikasi publik satu arah), *publik information* (komunikasi satu arah persuasif), two-

way asymmetric (komunikasi dua arah), *two-way symmetric* (komunikasi diskusi).

Prakteknya saat ini menggunakan empat fungsi yang tidak hanya dapat di terapkan didalam komunikasi antar organisasi dan lembaga akan tetapi dapat di terapkan dalam komunikasi publik yang berifat massa.

Sumber lain mengatakan bahwa konsep komunikasi publik yang paling mendasar yaitu proses komunikasi bersumber kepada komunikator, kurangnya interaksi antara komunikator dan komunikan, bahasa yang digunakan dalam komunikasi publik bersifat umum dan informasi atau pesan yang di sampaikan berdasarkan kepentingan orang banyak.

Komunikasi publik tidak hanya di sampaikan secara langsung atau tatap muka antara komunikator dan komunikan akan tetapi komunikasi nya dapat berlangsung mengguakan media, sebuah proses komunikasi dapat disebut komunikasi publik jika informasi atau pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat di akses oleh orang banyak. Dari beberapa pendapat terkait konsep komunikasi publik dapat diartikan bahwa komunikasi publik adalah proses komunikasi satu arah yang melibatkan audiens yang banyak dan

informasi/pesan yang disampaikan berdasarkan kepentingan bersama.

Melihat realitas dakwah saat ini, penerapan konsep komunikasi publik lebih komunikatif tidak hanya fokus komunikasi satu arah yang diterapkan akan tetapi terdapat komunikasi dua arah yang lebih fleksibel penerapannya dalam proses dakwah kontemporer.

Makalah ini fokus pada konsep komunikasi publik yang relevan dengan proses dakwah kontemporer saat ini yaitu *two-way symmetric* dimana penerapan komunikasi yang dilakukan lebih fleksibel, dan terjalin interaksi antara dai' dan mad'u walau dalam prosesnya komunikasi yang terjalin tidak terlalu intens akan tetapi konsep komunikasi ini menjadi daya tarik sendiri oleh mad'u. Dalam proses komunikasinya terjalin proses tanya jawab sehingga informasi-informasi yang disampaikan oleh da'i dapat sesuai dengan kebutuhan mad'u saat itu.

B. DAKWAH KONVENSIONAL

Dakwah merupakan bagian dari informasi sebagai suatu sistem yang penting dalam gerakan-gerakan islam. Dakwah dapat dipandang sebagai sebuah perubahan yang direncanakan dengan harapan terciptanya individu, keluar dan

masyarakat patuh atas perintah Allah melaksanakan amar ma'ruf nahu munkar. Dilihat dari cara penyampaiannya dakwah merupakan salah satu bentuk dari komunikasi, dimana dakwah memiliki beberapa unsur dasar komunikasi yaitu, komunikator (da'i), komunikan (mad'u), pesan/informasi, media. Dalam dakwah konvensional atau bisa disebut dakwah tradisional hanya menggunakan empat unsur komunikasi dari lima unsur komunikasi yang ada dimana *feedback* atau timbal balik tidak digunakan dalam dakwah konvensional.

Dakwah bukan hanya salah satu bentuk komunikasi akan tetapi dakwah juga merupakan bentuk komunikasi publik dimana dalam prosesnya tidak hanya melibatkan individu atau kelompok akan tetapi melibatkan jumlah audiens yang lebih banyak.

Maka ketika proses dakwah konvensional merujuk kepada konsep dasar komunikasi publik, dapat diidentifikasi bahwa dakwah konvensional telah menggunakan konsep komunikasi publik berupa persiapan sebelum melakukan dakwah dan komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi satu arah dan pesan yang

disampaikan oleh da'i berdasarkan kepentingan orang banyak.

Melihat dari unsur dan konsep komunikasi yang digunakan dalam dakwah konvensional, dapat di gambarkan contoh dari proses pelaksanaan dakwah secara konvensional misalnya :“ seorang da'i melakukan persiapan dakwah di sebuah majlis ilmu yang di hadiri oleh ribuan orang, ketika da'i tersebut melakukan dakwah nya ia menggunakan media seperti pengeras suara sehingga pesan yang disampaikan dapat didengar oleh orang banyak, dan proses dakwah yang berlangsung hanya menonjolkan peran komunikator (da'i) sehingga proses ini dapat disebut komunikasi satu arah.

C. MODIVIKASI KONSEP KOMUNIKASI PUBLIK DALAM DAKWAH KONTEMPORER

Perkembangan teknologi dan perkembangan pola fikir masyarakat Indonesia yang sudah mulai kritis terhadap suatu hal, serta dukungan media masa dan media sosial yang memberikan peluang dan fasilitas mengasah pengetahuan masyarakat. Maka segala pola yang ada di masyarakat harus berubah mengikuti perkembangan

zaman. Terutama pola dakwah dimana dakwah merupakan jantung keberlangsungan langkah umat muslim.

Ketika dakwah hanya mengandalkan pola konvensional maka lama-kelamaan kegiatan dakwah akan ditinggalkan dan umat islam akan kehilangan cahaya keberagamaannya. Maka dari itu lahirlah dakwah masa kini atau dakwah kontemporer yang berbasis digital. Dakwah kontemporer menjawab perkembangan zaman dimana revolusi informasi yang kini sedang menjajah masyarakat harus di manfaatkan dengan ikut sertanya da'i-da'i profesional didalamnya untuk memanfaatkan informasi berbasis digital virtual.

Saat ini untuk menjawab perkembangan jaman da'i sudah mengalami revolusi, dimana da'i tidak hanya memiliki keilmuan agama yang baik serta retorika yang baik akan tapi da'i profesional memiliki pengetahuan psikologi individu serta sosial agar da'i dapat melihat kecenderungan mad'u seperti apa sehingga dapat di seimbangkan dengan materi dakwah yang di sampaikan, tidak hanya itu da'i saat ini sudah memiliki kemampuan untuk memanfaatkan berbagai media untuk kegiatan dakwah, dimana media saat ini sudah berkembang tidak hanya

media cetak dan media elektronik akan tetapi ada media baru yang lebih kompleks dalam penggunaannya seperti facebook, instagram, youtube, twitter dll.

Melihat realitas media saat ini serta melihat revolusi da'i di era kontemporer, dapat di pastikan konsep dakwah yang digunakan berbeda dengan konsep dakwah konvensional. Ketika di analisis berdasarkan unsur yang digunakan, konsep dakwah kontemporer menggunakan lima unsur yang lengkap, yaitu komunikator (da'i), Komunikan (mad'u), informasi/pesan, media dan timbal balik.

Dalam dakwah kontemporer pemanfaatan media sangat didominasi agar pesan dakwah yang disampaikan dapat menjangkau orang yang lebih banyak, serta timbal balik antara da'i dan mad'u di manfaatkan sehingga pesan yang di sampaikan da'i dapat sesuai kebutuhan mad'u.

Dakwah kontemporer sudah sangat jelas eksistensinya dalam proses komunikasi publik, dimana komunikasi publik memiliki jangkauan audiens yang sangat luas, dan dakwah kontemporer sangat mampu menjangkau audiens yang luas dengan pemanfaatan media virtual.

Melihat dari konsep dasar komunikasi publik, dakwah kontemporer menghadirkan modifikasi konsep komunikasi publik, yang awalnya hanya melakukan komunikasi satu arah, saat ini dakwah kontemporer memanfaatkan komunikasi dua arah dimana audiens terlibat langsung dalam proses dakwah.

Misalnya: “seorang da'i mempersiapkan materi untuk dakwah nya dalam sebuah majlis ta'lim kemudian ketika kegiatan dakwah ingin di sampaikan ada beberapa kamera yang sudah di siapkan untuk merekam dakwah yang akan di sampaikan da'i untuk kemudian hasil rekaman di share di media sosial. Da'i mulai memantik satu tema dakwah misalnya tema tentang puasa, setelah da'i menyampaikan intisari tentang puasa da'i memberikan kesempatan seluruh audiens untuk menuliskan pertanyaan tentang puasa di kertas, kemudian kertas di kumpulkan dan da'i memberi jawaban terkait pertanyaan yang di tanyakan oleh audiens sampai waktu yang sudah di sepakati” .

Hasil analisis dari kegiatan dakwah saat ini yang menyajikan sesuatu yang baru dimana konsep dasar komunikasi publik dan pemanfaatan

unsur komunikasi dapat di kolaborasikan dengan baik sehingga menyajikan sebuah konsep yang baru. Dimana konsep dakwah kontemporer ini dapat menjangkau audiens lebih global dan efek pesan yang di sampaikan da'i sesuai berdasarkan kebutuhan masyarakat karna melibatkan masyarakat langsung dalam penyampaianya sehingga da'i dapat mengetahui permasalahan yang ada di msyarakat saat ini.

KESIMPULAN

Dakwah merupakan kegiatan penguat keberagaman umat islam, yang harus terus di lakukan mengikuti perkembangan zaman agar generasi ke generasi dapat melestarikan kaidah-kaidah agama .

Hal tersebut harus di dukung oleh da'i yang dapat memanfaatkan perkembangan zaman dimana saat ini dakwah sudah tidak lagi terpaku di atas mimbar akan tetapi dakwah sudah berevolusi lebih modern dengan mengkolaborasikan dan memaksimalkan pemanfaatan unsur komunikasi dan konsep dasar komunikasi publik yang di aplikasikan dalam kegiatan dakwah.

Melihat realitas perkembangan dakwah saat ini, ternyata masih banyak

dai yang belum memanfaatkan media sebagai sarana dakwah nya, serta konsep dakwah yang digunakan masih cenderung konvensional hal ini banyak terjadi di daerah-daerah dimana akses media blm terlalu masif dan karakteristik masyarakat yang cenderung pasif. Padahal ketika melihat efek dari modifikasi konsep komunikasi publik yang diterapkan dalam dakwah kontemporer ini sangat menarik dan efektif di terapkan di segala wilayah baik di kota maupun daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Pirol, Komunikasi Dan Dakwah (2012) Islam, Yogyakarta, Deepublish: Hal: 2-3
- Masduki, Filosofi Dakwah Kontemporer (2018) Riau, PT Indrargiri Dot Com, November. Hal: 87
- Khalid Basalamah, Hukum Belum Membayar Puasa, Ramadhan 11 Juni 2017, Video Agama, 03.40, <https://www.youtube.com/watch?v=T4tb7fktsyy>
- Ipin Phienput, Komunikasi Publik, <http://kuliahonlinekomunikasi.blogspot.com/2011/09/komunikasi-publik.html>. Di Akses 16 Maret