



BIL HIKMAH

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam

Kesantunan Berbahasa Perspektif Islam: Tinjauan Teoritis
Muhammad Hildan Azizi

Makna Tawakal Menghadapi Pandemi dalam Lagu “Tanpamu” karya Opick
(Kajian Hermeneutika Schleiermacher)
Alan Surya

Penerapan Prosedur Menetapkan Topik pada Pelatihan Menulis Artikel
Ilmiah Dakwah
Yuntarti Istiqomalia

Jurnalistik *Public Relations* Organisasi Dakwah
Nur Aida

Pola Komunikasi Dakwah sebagai Cermin Kepribadian Dai
Lucky Prihartanto

Nalar Kemanusiaan dalam Retorika Dakwah: Retorika Tri Risma Harini
dalam Menyampaikan Pesan Dakwah
Hendra Bagus Yulianto

Tahapan Pembentukan Keterampilan Penulisan Narasi Dakwah bagi Pemula
Yudi Asmara Harianto

Dakwah Muhammad Yunus dalam Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan
(Studi Kasus Awal Pendirian Bank Grameen di Bangladesh)
Didit Krisdianto

Teknik Komunikasi Persuasif Aa Gym Melalui YouTube dalam Mengajak
Kebiasaan Baru pada Awal Pandemi Covid-19 di Indonesia
Lina Masruroh

Perbedaan Qiraah Al-Qur'an: Perspektif Komunikasi
Hassan Nugroho, Yudi Asmara Harianto

Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah (Systematic Literature Review)
Maimunah

Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur'an
Agung Teguh Prianto

Pesan Dakwah Perintah Muslimah Menutupi Aurat dalam Surat
An-Nuur Ayat 31 Pendekatan Antropologi Al-Qur'an
Aris Kristianto

PSIKOLOGI KOMUNIKASI DALAM KOMUNIKASI DAKWAH: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Maimunah

STID Al-Hadid, Surabaya
Bening.maimunah@gmail.com

Abstrak: Komunikasi dakwah memerlukan pertimbangan kondisi psikologis dari semua faktor yang terlibat dalam komunikasi, mulai dari psikologi komunikator, psikologi komunikan, sampai psikologi pesan. Dakwah menyampaikan tentang ajaran Islam yang Rahmatan lil'alamain akan jauh lebih efektif diterima jika disesuaikan dengan kondisi psikologis. Melalui metodologi kualitatif dengan systematic literature review, yang di kumpulkan dari 6 jurnal dengan penelitian empiris menghasilkan beberapa hal yang bisa dipetakan. Psikologi komunikasi terdapat beberapa unsur yang penting yaitu psikologi komunikator yaitu mulai kredibilitas, moralitas, pengalaman atau jam terbang, teknik komunikasi, pengetahuan keagamaan. Psikologi Komunikan yaitu kondisi secara umum komunikan yang mempengaruhi persepsi dan perasaan dalam menerima komunikasi dakwah pengetahuan, nilai-nilai, kebutuhan, kebudayaan yang melatarbelakanginya. Psikologi pesan diksi, yang mudah dipahami, dimengerti, menarik perhatian, dalam proses komunikasi dakwah, dan yang terakhir adalah tujuan komunikasi dakwah yaitu efektif mudah dimengerti, dipahami, perhatian, dan sampai merubah perilaku. Temuan lain yaitu pada teknik komunikasi dakwah untuk lebih efektif ada beberapa yaitu pola komunikasi, prinsip komunikasi, dan beberapa alternative cara penyampaian.

Kata kunci: Psikologi Komunikasi, Komunikasi Dakwah

Abstract: Da'wah communication requires consideration of the psychological conditions of all factors involved in communication, starting from the psychology of the communicator, the psychology of the communicant, to the psychology of the message. Da'wah conveys the teachings of Islam which Rahmatan lil'alamain will be accepted much more effectively if it is adjusted to psychological conditions. Through a qualitative methodology with systematic literature reviews, collected from 6 journals with empirical research, several things can be mapped. There are several important elements in the psychology of communication, namely the psychology of the communicator, starting from credibility, morality, experience or flying hours, communication techniques, religious knowledge. Psychology of the communicant, namely the general condition of the communicant that influences the perceptions and feelings in receiving da'wah communication of knowledge, values, needs, the culture that lies behind it. The psychology of diction messages, which are easy to understand, understand, attract attention, in the da'wah communication process, and the last is the purpose of da'wah communication, which is effective, easy to understand, understand, pay attention to, and even change behavior. Another finding is that there are a number of communication techniques for preaching to be more effective, namely

communication patterns, communication principles, and several alternative ways of delivery.

Keywords: *Psychology of Communication, Da'wah Communication*

Pendahuluan

Dakwah suatu aktivitas menyampaikan pesan ajaran agama kepada manusia. Dakwah secara umum dilakukan oleh seorang yang biasa disebut dengan juru dakwah atau dai. Dakwah memiliki tujuan untuk menyerukan dan mengajak manusia melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan sesuai yang diatur oleh Allah dan Nabi-Nya dalam Al Qur'an dan Hadist.¹ Manusia merupakan makhluk memiliki jiwa yang digunakan untuk berpikir dan merasa, sehingga bisa menerima dan menolak sesuai dengan pengetahuannya dari penyampaian dakwah yang diterimanya. Maka bagi seorang dai sebelum berdakwah atau berceramah, ia harus persiapan dan pemetaan kondisi, tentang siapa *mad'u* yang akan diberikan dakwah darinya dan bagaimana karakternya, agar komunikasi bisa diterima dengan baik dan benar efektif efisien, artinya dipahami dan mengerti, syukur bisa dijalankan dalam bentuk perilaku yang baik atau komunikasi bisa merubah sikap.²

Dai memungkinkan melakukan pendekatan ilmu psikologi dalam melaksanakan dakwahnya. Karena dakwah adalah bagian dari aktivitas komunikasi, seorang dai juga bisa

melakukan studi pendekatan psikologi komunikasi. Kondisi sekarang dai perlu memahami psikologi komunikasi, agar komunikasi dakwah yang disampaikan oleh dai mudah diterima dipahami dengan baik oleh *mad'u*. Menyesuaikan pesan dakwah untuk disampaikan dengan kondisi psikologis *mad'u*, seperti persepsi, perasaan, dan kebutuhan *mad'u*. Pesan dakwah akan lebih mengena, menjawab tantangan dan masalah *mad'u*, bahkan bisa memberikan *mad'u* efek di psikologis bagian perasaan yaitu ketenangan, semangat dalam menjalankan ajaran Islam.

Psikologi adalah pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan memprediksi dan mengkondisikan peristiwa mental dan perilaku manusia.³ Maka komunikasi bertujuan untuk membentuk saling memahami, membangkitkan semangat, memelihara ajaran, menjelaskan pengetahuan, dan menguatkan nilai-nilai.⁴ Psikologi komunikasi adalah bagaimana cara menyampaikan suatu kebaikan dengan melakukan pemetaan terhadap kejiwaan *mad'u* nya terlebih dahulu. Sehingga dengan memahami psikologi komunikasi, memudahkan dai untuk menyesuaikan penyampaian ajaran Islam yang disertai

¹ Tri Djoyo Budiono, "Komunikasi Dakwah Pengurus Masjid Di Era Revolusi Industri 4.0," 2020, 6.

² Yudi Asmara Harianto, "MENDEFINISIKAN ULANG KOMUNIKASI PERSUASIF," 2022, 2.

³ Maimunah, *Dasar Dasar Psikologi dalam Dakwah*, 1 ed., 1 (Bojonegoro: Zhena Ardh Grumma, 2021), 49,

<https://scholar.google.com/citations?user=m7TBwjcAAA&hl=en>.

⁴ Ade Sep Tiyan, "Urgensi Psikologi Komunikasi Dakwah Bagi Da'i," *AL-QOLAM: Jurnal Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 2 (2017): 8.

caranya juga menyampaikannya *mad'u* dengan contoh, analogi yang baik dan tepat. Sehingga dapat terjadi penyampaian dakwah yang efektif.

Permasalahan jika pesan dakwah tidak disampaikan dengan pendekatan psikologi, bisa terjadi kesalah pahaman persepsi, ketersinggungan perasaan, dan kurangnya pemenuhan kebutuhan. Ajaran Islam yang sebenarnya adalah kebaikan dan kebenaran, akan kurang bisa diterima dan kadang membuat *mad'u* tidak bersemangat untuk melakukan seruan dakwah tersebut, bahkan terasa berat menjalankannya.⁵ Maka dengan pendekatan psikologis bisa memecahkan permasalahan penyampaian pesan dakwah agar bisa di terima dengan baik. Contoh pesan dakwah secara umum yang tidak menggambarkan adanya pendekatan psikologi komunikasi adalah dakwah disampaikan dengan tekanan, ancaman, olok-olok, pengekleman, memberikan contoh yang digunakan menyudutkan, hal-hal sensitif misalkan tentang seksualitas dijadikan gurauan, penyampaian tidak melihat umur, tingkat pendidikan, sehingga pesan dakwah terkadang sulit dipahami, yang disampaikan melangit, tidak menyentuh penyelesaian permasalahan yang saat ini dihadapi, dan masih banyak lagi lainnya.

Dari permasalahan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah. Tujuan penelitian ini adalah

mendeskripsikan psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah. Akan terlihat dari berbagai sumber ditarik konsep benang merah unsur yang terdapat dalam psikologi komunikasi jika diterapkan dalam komunikasi dakwah.

Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi adalah bentuk interaksi manusia satu dengan yang lain dalam berkomunikasi dengan tujuan mencapai komunikasi yang efektif, artinya di pahami maksud pesannya. Menurut George A. Miller psikologi komunikasi adalah pendekatan yang berusaha menjelaskan, memprediksi dan mengontrol pengalaman dan perilaku komunikasi individu tersebut.⁶ Psikologi komunikasi juga memahami bagaimana dahulunya seseorang merespon realitas tertentu, dari hal itu dapat menjadi acuan meramalkan, apa respon yang terjadi pada masa kedepannya. Pendapat lain psikologi komunikasi adalah "*Psychology is the science that attempts to describe, predict and control mental and behavioral event*".⁷

Komunikasi adalah kegiatan yang berhubungan dengan interaksi sosial, antara manusia satu dengan yang lainnya, dengan pendekatan ilmu psikologi sosial juga disertai pemahaman pada aspek psikologi komunikasi. Menurut Fisher dalam buku Jalaludin Rahmat sudut pandang psikologi komunikasi terdapat ke khas an yaitu stimulus dari yang diterima indera (*sensory reception of stimuli*),

⁵ Fitra Susanti, "Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi," t.t., 6,

<http://repository.radenintan.ac.id/8073/1/SKRIPSI%20FITRA%20SUSANTI.pdf>.

⁶ Mariam Abd Majid dkk., "PSIKOLOGI KOMUNIKASI: SATU TINJAUAN LITERATUR," 2018, 786.

⁷ Majid dkk., 786.

kemudian diteruskan stimuli tersebut (*Internal Mediation of Stimuly*), lanjut diprediksi responnya (*Prediction of Response*), dan yang terakhir adalah memprediksi penegasan dari respon (*Reinforcement of Response*).⁸

Psikologi komunikasi adalah pengetahuan yang menjelaskan, memprediksi dan mengatur kondisi mental dan perilaku dalam lapangan komunikasi.⁹ Hal yang masuk dalam ruang lingkup psikologi komunikasi adalah pada makna yang sangat luas, yaitu tentang segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda diantara tempat, sistem atau organisme. Batasan Psikologi Komunikasi menyebut komunikasi pada pengiriman energi dari perangkat indera ke otak, pada kondisi menerima dan memproses informasi, pada pengolahan saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri manusia dan diantara manusia.¹⁰

Di dalam pendekatan psikologi akan mempertimbangkan pada perangkat apa saja yang mempengaruhi dalam interaksi komunikasi. Pada komunikasi pendekatan psikologi melihat kekhasan manusia sebagai komunikasi dan terdapat faktor yang ada didalam diri maupun faktor yang diluar diri manusia dan mempengaruhi tingkah laku komunikasinya. Ketika pesan diterima komunikator, sudut pandang psikologi menjelaskan proses bagaimana

pesan tersebut masuk, juga melihat faktor-faktor individu dan lingkungan yang mempengaruhinya, kemudian menggambarkan berbagai bentuk komunikasi dalam kondisi individu atau masuk dalam suatu kelompok.¹¹

Aspek pada psikologi komunikator, menurut Aristoteles yaitu persuasi tercapai karena faktor khusus individu yang menyampaikan, ketika ia menyampaikan pesannya persepsi kita menerima dan bisa dipercaya. Aristoteles menyebut ciri khas komunikator ini sebagai ethos. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).¹² Ethos atau faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya pesan yang bisa diterima, komunikator terdiri dari kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Ketiga dimensi ini berhubungan dengan jenis pengaruh sosial yang ditimbulkannya.¹³

Psikologi komunikasi adalah disiplin ilmu yang menjelaskan bagaimana keadaan kejiwaan pada aktivitas komunikasi, dengan tujuan pesan komunikasi bisa diterima dengan efektif, dikatakan efektif jika apa yang diinginkan komunikator bisa tercapai dengan baik. Usaha membujuk dan menyampaikan dari banyak pihak agar terjadi penegasan, melakukan perubahan, serta membangun perilaku, dan mendapatkan kepercayaan.¹⁴

⁸ Majid dkk., 786.

⁹ "Psikologi komunikasi / penulis, Jalaluddin Rakhmat; editor, Tjun Surjaman | OPAC Perpustakaan Nasional RI.," diakses 18 Maret 2023, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681738>.

¹⁰ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 24 ed. (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2007), 4, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681738>.

¹¹ Rakhmat, 5.

¹² Rakhmat, 255.

¹³ Rakhmat, 256.

¹⁴ Bambang Saiful Ma'arif, "Psikologi komunikasi dakwah : suatu pengantar / DR. Bambang Saiful Ma'arif, M.Si. ; editor, Iqbal Triadi Nugraha | OPAC Perpustakaan Nasional RI.," 47, diakses 21 Juni 2023, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1062257>.

Manfaat dari pendekatan psikologi adalah membantu kita, memahami berbagai kondisi sosial bahwa karakter orang adalah hal yang penting, penilaian seseorang menjadi tidak jelas karena faktor kepercayaan dan perasaan, juga adanya pengaruh orang lain pada hal tertentu.¹⁵ Dari penjelasan tersebut analisa peneliti pada psikologi komunikasi pada prinsipnya adalah suatu teknik tersendiri dalam aktivitas penyampaian amar makruf nahi mungkar, di mana pesan yang disampaikan oleh komunikator itu berdasarkan atas pertimbangan nilai dan psikologi komunikasi. Serta dapat diketahui bersama dari pengertian di atas unsur dari psikologi komunikasi ada unsur komunikator, pesan, serta komunikan.

Unsur-Unsur Psikologi Komunikasi

Proses interaksi dalam komunikasi terdapat beberapa hal yang harus terpenuhi, secara umum istilahnya adalah unsur yang ada, maka jika hal tersebut tidak terpenuhi maka tidak bisa disebut komunikasi, perpaduan antara pendekatan dari psikologi dan komunikasi yang akhirnya membentuk unsur psikologi komunikasi. Unsur-unsur yang harus ada dalam komunikasi adalah komunikator, komunikan, pesan, media, lingkungan. Tentang komunikator jika didekati dari aspek psikologi menjadi psikologi komunikator, tentang bagaimana pandangan komunikan terhadap komunikator yang dianggap baik, bisa diterima, dipahami atau dimengerti oleh

komunikan, misalkan ketika kita berinteraksi mengirimkan pesan dengan seseorang, secara alam bawah sadar kita akan memiliki pandangan, pemaknaan terhadap orang tersebut atas semua yang disampaikan pada kita, mungkin dari model yang terlihat dari luar, gaya berbicaranya, warna bajunya, ekspresinya dan masih banyak lagi, yang akhirnya kita mencari kesamaan dengan data kita atau pengalaman di masa lalu, kemudian kita maknai ini hal tersebut termasuk kebaikan atau keburukan menurut versi kita, dan setiap manusia bisa berbeda-beda memaknai satu realitas, apa sajakah faktor yang mempengaruhi akan dibahas lebih dalam di psikologi komunikator.

Pendapat Riswandi dalam buku psikologi komunikasinya, pada aspek psikologi komunikator dijelaskan misalkan dari seorang dai yang hendak ingin berceramah dengan berpenampilan layaknya ustaz mengenakan peci/kopyah dan tasbih di tangannya. Saat itu juga orang lain akan memaknai realitas tersebut simbolnya adalah seorang dai. Realitas lain yang juga menggambarkan hal ini, Gus Mifta yang secara karakteristik mad'u ceramah beliau adalah wanita tuna susila, di tempat-tempat hiburan malam, meski beliau tetap menggunakan pakaian yang modis agar bisa masuk, tetapi beliau tetap menggunakan atribut pendakwah, seperti berkalung surban, membawa tasbih, kadang bersarung, agar tetap mendapat persepsi dai modern, tetap ada sentuhan keshalehan, tapi bisa masuk pada semua kalangan.

¹⁵ Riswandi, *Psikologi Komunikasi* (KOTA YOGYAKARTA: Graha Ilmu, 2013), 7-8.

Aspek psikologi pada komunikasi yang biasa disebut dengan psikologi komunikasi, yaitu faktor yang ada pada komunikasi berpengaruh pada tercapainya tujuan komunikasi, dalam memahami, menerima, merasakan, persepsi sampai memunculkan respon balik. Riswandi dalam bukunya Psikologi Komunikasi menggambarkan bahwa komunikasi memiliki kepribadian yang berbeda-beda, dalam hal ilmu pengetahuan, pengalaman hidup, masa lalu tidaklah sama, sehingga secara alamiah memilih respon akan berbeda-beda.

Pesan secara umum adalah yang disampaikan komunikator pada komunikasi, bentuknya verbal (kata-kata), maupun non verbal bisa berupa suara, ekspresi, bahasa tubuhnya, gerak geriknya, nada, volume. Di dalam pesan juga terdapat unsur psikologi juga, misalkan pilihan kata jatuh dan tersungkur akan menjadi beda pemaknaan secara psikis, secara rasa penerimaan akan menjadi berbeda, maka hal ini apa saja yang bisa mempengaruhi akan dibahas pada pembahasan psikologi pesan. Penjelasan psikologi pesan oleh Riswandi dicontohkan dalam sebuah diksi atau kalimat utuh. Seperti "dengan aba-aba 'maju-jalan' seorang serdadu dapat menggerakkan puluhan tentara menghentak kakinya dan berjalan dengan langkah tegap", padahal maknanya sekedar jalan yang arahnya maju, tetapi mengapa menghasilkan respon yang langkah yang tegap, dan serasi, hal tersebut mengandung pada intonasi, volume, konteks lingkungan, non verbalnya dengan ketegasan dan lain-lain. Sehingga bahasa juga masuk pada teknik

pengendalian perilaku orang lain, termasuk perilaku dalam berkomunikasi.

Dalam kamus psikologi *Dictionary of Behavioral Science* dikemukakan definisi komunikasi dalam perspektif psikologi adalah: (1) Komunikasi adalah transfer perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain bagaikan sistem saraf atau penyampaian gelombang suara. (2) Komunikasi adalah penyampaian atau penerimaan sinyal atau pesan pada manusia. (3) Komunikasi adalah pesan yang disampaikan. (4) Komunikasi adalah proses yang dilakukan oleh manusia agar mempengaruhi manusia yang lain melalui pengaturan stimulus dan signal yang disampaikan. (5) Komunikasi adalah pengaruh satu wilayah pribadi personal yang lain dengan perubahan dalam satu wilayah kemudian berkonsekuensi perubahan yang berkaitan pada wilayah yang lain. (6) Komunikasi adalah pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.

Menurut Fisher dalam bukunya Jalaluddin Rahmat (Psikologi Komunikasi) mengatakan bahwa ada empat kekhasan pendekatan psikologi pada komunikasi yang efektif, yaitu: (1) Stimuli diterima oleh indra manusia, maka psikologi melihat komunikasi berawal dari panca indera (mata, telinga, hidung, lidah, dan kulit) yang diterpa melalui rangsangan atau stimuli berupa data. Stimuli bermacam-macam bisa orang, pesan, suara, gambar, warna, dan segala sesuatu yang mempengaruhi kita. (2) Proses stimulus, kemudian diproses dalam jiwa kita, kemudian kita hanya dapat mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi

baru muncul respon. Misalnya kita mengetahui bahwa ia menangis, wajah murung, tubuh lemas tak berdaya, maka orang tersebut dalam keadaan sedih atau berduka. (3) meramalkan respon, psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada masa lalu dapat memprediksi perilaku yang akan datang. Kadang harus menanalisa dan mengetahui pola respon sebelum mermprediksi respon seseorang kedepannya. (4) Pengulangan respon, pengulangan adalah respons lingkungan (atau orang lain pada respon organisme yang asli). Ilmuwan lain ada yang menyebutnya sebagai feedback atau umpan balik.

Ketika individu saling berinteraksi dan mempengaruhi, maka: (1) Proses belajar yang meliputi aspek kognitif dan afektif. (2) berlangsungnya suatu yang disampaikan dan penerimaan symbol-simbol (komunikasi). (3) Mekanisme adapasi ditinjau realitasnya seperti sosialisasi dan identifikasi. Maka dengan Sistematic Literature Review ingin mengetahui psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah. Mengkaji dari beberapa literature penelitian empiris, konsep psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah ada beberapa unsur dan faktor yang terkait. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui unsur dan faktor dari psikologi komunikasi konteks komunikasi dakwah.

Systematic Literature Review

Artikel ini menggunakan metode tinjauan pustaka sistematis (systematic literature review). Systematic Literature Review adalah istilah yang digunakan untuk

merujuk pada metodologi kajian atau riset tertentu dan pengembangan yang dilakukan untuk menjadikan satu kemudian mengevaluasi kajian yang terkait pada pembahasan tema dan permasalahan tertentu. Tujuan dari Systematic Literature.

Review adalah untuk mengidentifikasi, mengkaji, mengevaluasi, dan menafsirkan semua kajian yang tersedia dengan bidang topik kajian yang menarik, dengan pertanyaan kajian tertentu yang relevan. Tahapan yang dilakukan dalam proses kerja Sistematic Literature Review seperti di bawah ini: (1) Menentukan tema yaitu Psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah; (2) Melakukan pencarian penelitian dengan tema tersebut pada google scholar; (3) Memilih tema dan metode dari literature dengan kualifikasi penelitian empiris; (4) Mendeskripsikan semua tujuh litaretur yang didapatkan apa adanya; (5) Menganalisis unsur dan faktor dari psikologi komunikasi pada konteks komunikasi dakwah; (6) Kesimpulan.

Ada penelitian empiris yang telah dipilih sesuai dengan tema, yaitu fokus topik psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah yaitu penerapan psikologi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah, psikologi komunikasi dalam meningkatkan dakwah dai di masjid Fajar Ikhlas kelurahan Sumberejo kecamatan Kemiling, dakwah Haji: psikologi komunikasi petugas Haji di Arab Saudi, urgensi psikologi komunikasi dakwah bagi dai, penerapan psikologi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah, penerapan psikologi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah (studi di TPQ

Baitul Qur'an Al Hikmah Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung). Kemudian ada dua langkah alur dari pemaparan, yaitu awal di seleksi artikel, kemudian lanjut tahap menganalisis isi artikel tersebut. Pada proses seleksi artikel ada beberapa proses yaitu: mencari dan mengelompokkan kata kunci yang akan di telusuri yaitu psikologi komunikasi dan komunikasi dakwah, memilih sumber database penelusuran, menyimpan serta memproses teks tersebut dan *citation file* dengan zotero.

Hal yang diambil dan tidak diambil untuk memilah hasil dari pencarian agar bisa di lanjutkan pada langkah berikutnya yaitu menganalisa, kemudian isi dari artikel ada

dua aktivitas dengan menganalisis deskriptif agar tergambar realitasnya, dan analisis tematik untuk mengetahui hal yang berhubungan dengan tema, analisa deskriptif bertahap pada pengolahan informasi unsur atau faktor, metode dan hasil dari penelitian, sedangkan analisa tema yaitu telaah pustaka dengan mendalami focus yang telah ditentukan peneliti. Penelitian tentang psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah, apa sajakah unsurnya, faktor-faktor yang mempengaruhi, sehingga pesan dakwah bisa di pahami, disampaikan pada komunikasi dengan efektif.

Ringkasan Data Dari Artikel

Tabel 1 – Ringkasan Data dari Artikel

No	Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Unsur dan Faktor Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah
1	Lalu Abdurrachman Wahid, Komunike, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. XIII No. 1 (2021) 115-131 E-ISSN : 2597-9310, <i>Published</i> : 25 - 06 - 2021	Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah	Seseorang yang melakukan dakwah: (1) harus mempelajari psikologi komunikasi; (2) menerapkan psikologi komunikasi. Tujuannya adalah kemudahan di terima, dimengerti oleh mad'unya. Metode dakwah yang dipraktekkan oleh TPA As-Syifa yaitu dakwah bi-lisan, dakwah bil-qalam, dan dakwah bil-hal. Penerapan psikologi komunikasi dalam TPA As-Syifa dalam penyampaian pesan dakwahnya adalah menggunakan teknik komunikasi efektif dan persuasive. Terlihat para pengajar TPA As-Syifa bisa memahami kondisi	Metode yang dipilih : a) Dakwah Bil Lisan. b) dakwah bil qalam. c) bil hal. Tehnik komunikasi : AIDDAS a) <i>Attention</i> atau Perhatian. b) <i>Interest</i> atau Minat. c) <i>Desire</i> atau Hasrat. d) <i>Decision</i> atau Keputusan. e) <i>Action</i> atau Tindakan. f) <i>Satisfaction</i> atau Kepuasan. Pesan dakwah yang disampaikan: a) Aqidah (keimanan) b) Syariah (Hukum) c) Muamalah. d) Akhlak. Penyampaian pesan berdasar dari pertimbangan melihat aspek psikologis dari pengajar (komunikator: dai): yaitu latar belakang

No	Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Unsur dan Faktor Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah
			kejiwaan peserta didiknya, yang kemudian disesuaikan materinya, sehingga sangat mudah dimengerti dan dipahami oleh anak didiknya.	pendidikan, budaya, faktor psikologi, dan Kredibilitas pengajar: kemampuan yang baik di bidang kelslaman. Tujuan komunikasi: agar mudah di mengerti, dipahami sehingga komunikasi menjadi efektif. Pada aspek komunikan: a) Tingkat pendidikan. b) Psikologis komunikan, pengetahuan, pemahaman, perasaan, minat, semangat. Perilaku yang menjadi lebih baik.
2	Yunidar Cut Mutia Yanti, Jurnal: Al-Adyan, P-ISSN: 1907-1736, E-ISSN: 2685-3574 http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alAdyan Volume 14, Nomor 1, Januari-Juni, 2019 DOI : https://doi.org/10.24042/ajsla.v12i2.2112	Psikologi Komunikasi dalam Meningkatkan Dakwah Dai di Masjid Fajar Ikhlas Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling	Komunikasi akan efektif jika dai memiliki pengetahuan psikologi komunikasi dan kepribadian yang baik. Dai pada masjid Al-Ikhlas memberikan materi menyesuaikan dengan kondisi mad'u, yaitu pendidikanya, tidak hanya mudah dipahami, tetapi juga dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.	Hal penting agar komunikasi bisa efektif, dimengerti dan dipahami adalah: 1. Komunikator: (a) Harus mempelajari dahulu latar belakang, pendidikan komunikan; (b) Memiliki kredibilitas atau kemampuan yang baik dalam hal agama; (c) Kepribadian yang menunjang dai; (d) Menggunakan cara agar mad'u tertarik dan perhatian misalkan dengan bercerita tentang sejarah, pengalaman dai; (e) Menyesuaikan kondisi komunikan dalam menyampaikan dakwah. 2. Komunikan: (a) Memiliki latar belakang yang berbeda-beda; (b) Kondisi pendidikan. 3. Pesan: (a) Mudah dimengerti; (b) Mudah dipahami; (c) Menarik perhatian.
3	Wakidul Kohar, Efrizal, dan Sri Meiweni Basra, Al Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam	Dakwah Haji: Psikologi Komunikasi Petugas Haji Di Arab Saudi	Hal-hal yang menjadi pertimbangan petugas haji kepada peserta haji adalah: tingkat pemahaman, kondisi kejiwaan, situasi tempat bertugas.	Proses komunikasi melibatkan: a) Komunikator b) Komunikan: psikologis per wilayah, dipengaruhi oleh kondisi lingkungannya.

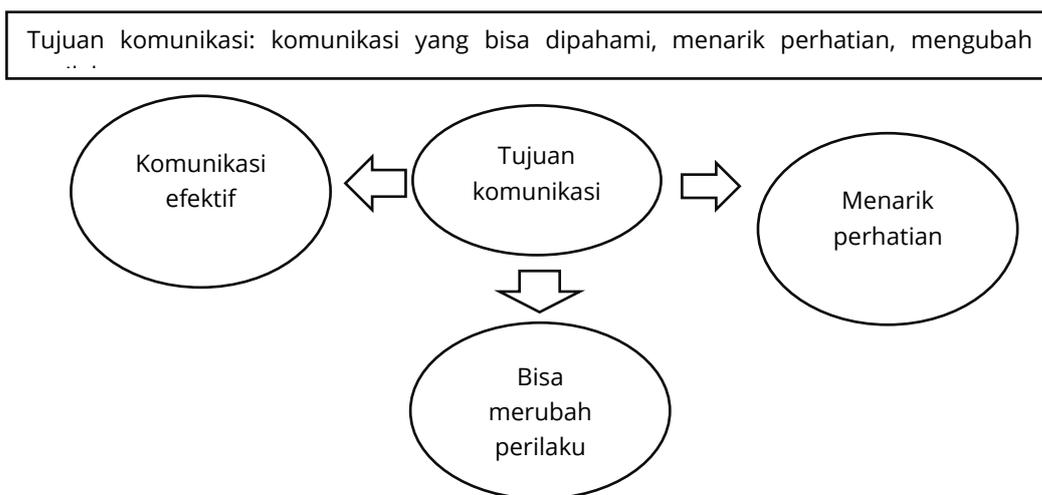
No	Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Unsur dan Faktor Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah
	Volume 13 Nomor 1, Januari-Juni 2022, p. 50-63 p- ISSN : 2086-1257 e-ISSN : 2685-8479 https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alirsyad/index		Pola Komunikasi yang baik, akan membuat jamaah haji lebih bisa menerima dengan baik, arahan petugas haji.	<p>c) <i>Frame of reference dan field of experience.</i></p> <p>d) Faktor lain juga mempengaruhi diantaranya, lingkungan, fisik dan budaya.</p> <p>Pola komunikasi yang dibangun :</p> <p>a) Evaluasi (mengecam) versus deskripsi (memberi saran)</p> <p>b) Kontrol versus Orientasi masalah</p> <p>c) Strategi Versus Spontanitas</p> <p>d) Netralitas Versus Empati</p> <p>e) Superioritas versus persamaan</p> <p>Kepastian versus provionalisme</p>
4	Ade Septian, Al-Qalam: Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat ISSN 2657-2168 (P) Vol.1, No.2 (2017)	Urgensi Psikologi Komunikasi Dakwah Bagi Dai	Aspek yang perlu dipertimbangkan juru dakwah adalah: (a) Budaya masyarakat; (b) Pesan-pesan kebaikan, seperti pentingnya beramal saleh, akan mudah diterima dan sekaligus menjadi kebutuhan masyarakat sasarannya selama ia berada pada ruang psikologis dan budaya yang dianutnya. Dengan diketahui psikologis inilah, dai dapat dengan mudah menyampaikan nilai-nilai ajaran dengan mengalirkan pesan-pesan sesuai kapasitas para jamaah. Targetnya bisa merubah perilaku jamaah menjadi lebih baik.	<p>Tujuan komunikasi: komunikasi efektif</p> <p>a) Bahasa yang baik dan benar.</p> <p>b) Mudah dipahami oleh mad'u.</p> <p>c) Bisa menarik, dan menjadi perhatian bagi mad'u.</p> <p>Prinsip komunikasi dalam dakwah:</p> <p>a) Menumbuhkan motivasi masyarakat.</p> <p>b) Menarik perhatian masyarakat.</p> <p>c) Mengutamakan kegunaan manfaat dakwah.</p> <p>d) Menyampaikan dengan gaya bahasa yang indah dan lembut.</p> <p>e) Menjelaskan pengertian materi dakwah.</p> <p>f) Mengulang-ulang kalimat yang dianggap perlu.</p> <p>Hal yang dipertimbangkan dari aspek komunikasi atau mad'u:</p> <p>a) Budaya.</p> <p>b) Kebutuhan.</p>

No	Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Unsur dan Faktor Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah
5	Bagas Tri Cahyo dan Akhmad Rifa'i Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam Vol. 6 No. 1 Tahun 2023, EISSN: 2598-6031 - PISSN: 2598-6023	Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah	Pendekatan psikologi komunikasi di terapkan pada TPA Baitul Qur'an Al Hikmah agar mudah dipahami dan dimengerti oleh santri. Metode yang di gunakan adalah komunikasi efektif dan persuasive.	<ul style="list-style-type: none"> c) Kapasitas atau kemampuan. d) Minat. e) Motif: intrinsik dan ekstrinsik. Psikologi pesan: <ul style="list-style-type: none"> a) Kebaikan. b) Beramal sholeh. Nilai-nilai ajaran.
6	Nandari Ayu Setiana , Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* Vol. 1 No. 1 Tahun 2018 http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi EISSN: 2598-6031 - ISSN: 2598-6023	Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Di Tpq Baitul Qur'an Al Hikmah Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung).	Dua aspek penting dalam komunikasi dalam konteks pendidikan: verbal dan non verbal. Melalui komunikasi, maka penyampaian pesan-pesan agama bisa diserap oleh setiap murid. Pengetahuan agama kepada murid melalui pemahaman psikologi komunikasi yang baik. Maka guru harus memiliki pengetahuan dalam proses penyaluran nilai-nilai ajaran Islam dengan mempelajari	Tujuan komunikasi: pelajaran bisa diserap, dipahami dan diaplikasikan oleh murid Komunikator: memiliki kemampuan <ul style="list-style-type: none"> a) Pengetahuan yang baik tentang agama dan pemahaman terhadap psikologis muridnya. b) Menyampaikan pesan satu arah. c) Menyampaikan pesan dua arah. d) Menyampaikan pesan banyak arah. Komunikan:

No	Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Unsur dan Faktor Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah
			kondisi murid, sehingga mengetahui bagaimana cara agar murid mampu mendengar dan mengaplikasikan pesan-pesan tersebut dalam kehidupan mereka.	a) Pemahaman. b) Mendengar. c) Perubahan perilaku (mengaplikasikan pesan dalam kehidupan sehari-hari) d) Nilai-nilai. Pesan: a) Mudah dimengerti. b) Yang mudah diserap. Komunikasi: a) Aspek verbal. b) Aspek non verbal.

Penelitian yang di sajikan dari beberapa jurnal, dengan metodologi empiris, dari data yang ada, beberapa hal bisa dianalisis mengenai faktor dan unsur dalam psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah, yaitu: *pertama*, mengenai tujuan komunikasi. Dalam konteks komunikasi dakwah yang mempertimbangkan pada aspek psikologi komunikasi. Dari hasil

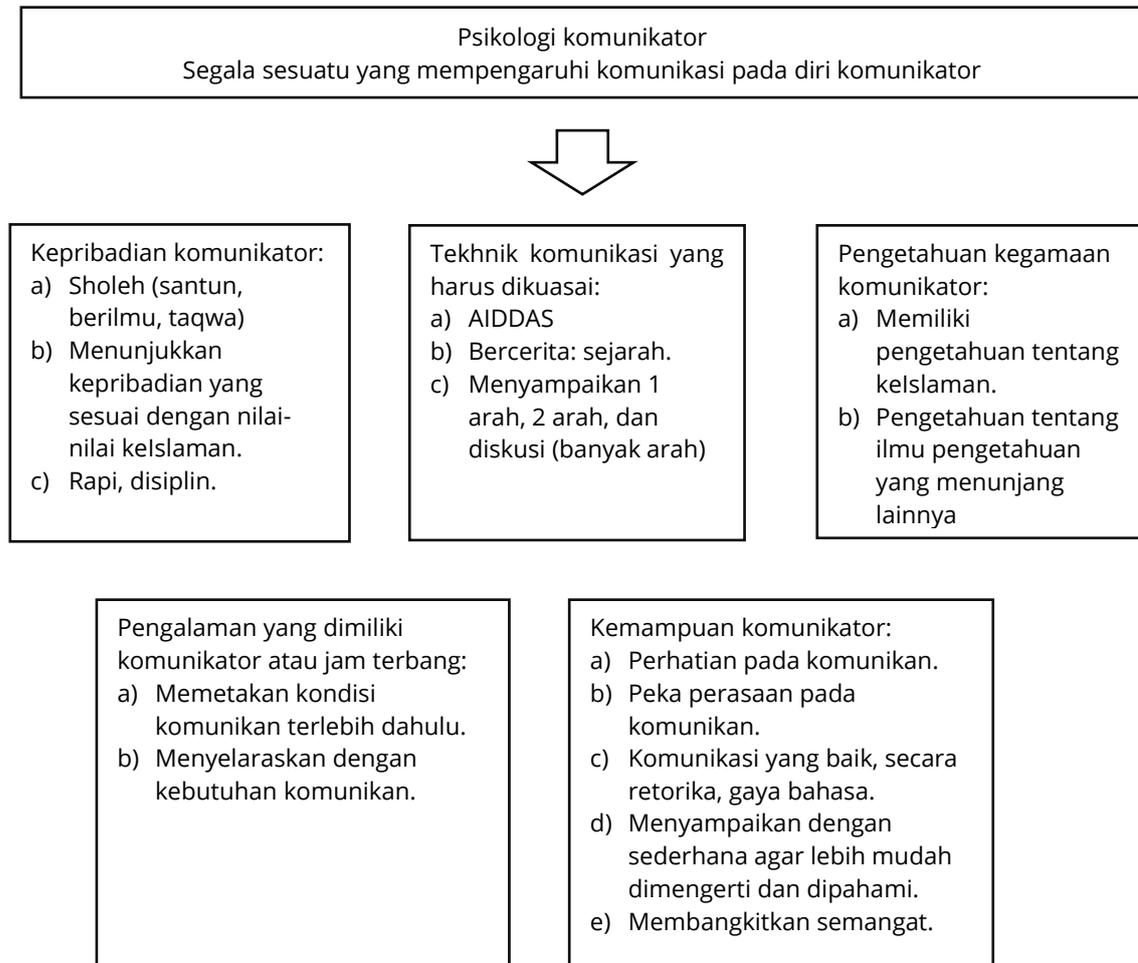
analisa yang ada pada enam jurnal komunikasi beberapa pendapat mengenai tujuan komunikasi adalah: (a) komunikasi menjadi efektif: mudah dimengerti dan dipahami; (b) komunikasi efektif: bahasa yang baik dan benar, mudah dipahami, bisa menarik dan menjadi perhatian; (c) pelajaran bisa diserap, dipahami dan diaplikasikan oleh murid.



Sketsa 1 – Tujuan Komunikasi

Kedua, psikologi komunikator atau dai. Dalam hal ini mengenai segala sesuatu yang ada dan dibutuhkan oleh komunikator, konteks lapangan komunikasi dakwah bisa disebut dai, guru,

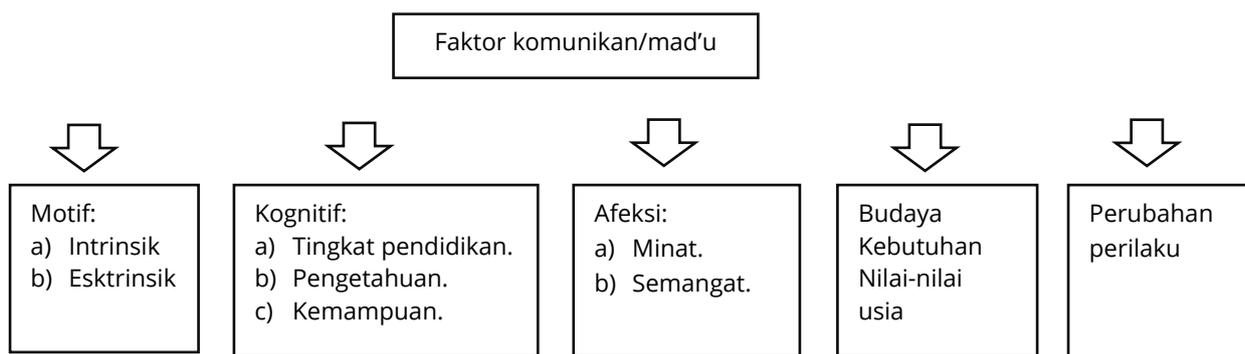
ustad, ustadzah. Apa sajakah yang akan mempengaruhi psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah? Dijelaskan dalam sketsa berikut:



Sketsa 2 – Psikologi Komunikator atau Dai

Ketiga, psikologi komunikasi atau mad'u. Komunikasi memiliki pengetahuan, perasaan dan kebutuhan yang harus dipertimbangkan, agar komunikasi bisa

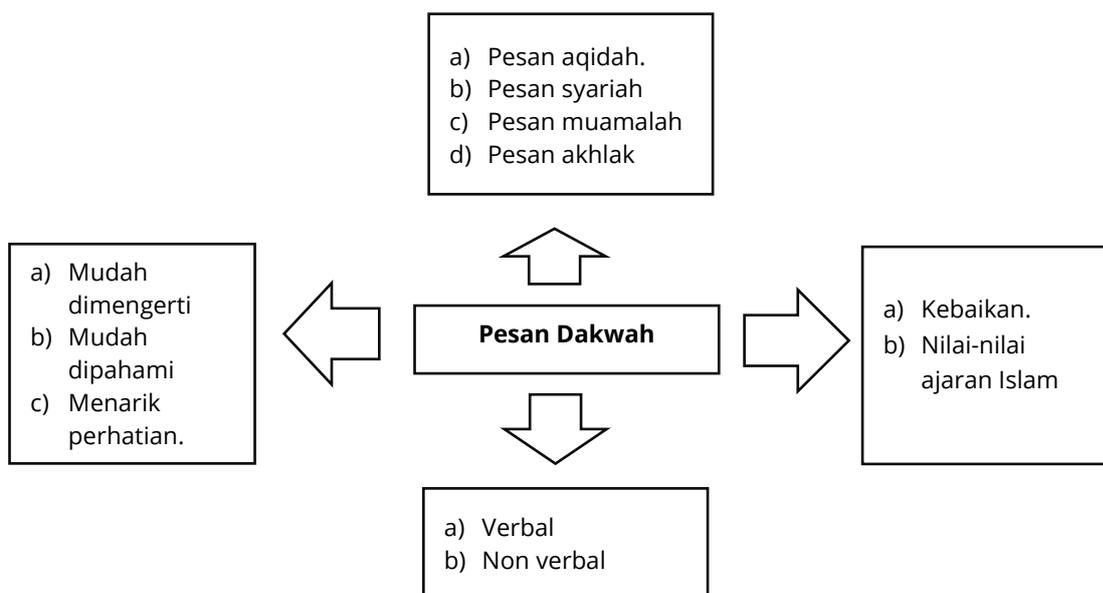
berjalan dengan baik, dan diterima. Beberapa hal yang berkaitan dengan komunikasi.



Sketsa 3 – Faktor Komunikasi/Mad'u

Keempat, Psikologi Pesan. Karena komunikasi dakwah, maka pesan adalah hal yang bernuansa nilai-nilai, ajaran Islam, mengenai baik buruk, benar salah, yang

dipilih disampaikan kepada komunikasi atau *mad'u* tertentu, sehingga pesan bisa dengan mudah diterima. Apa sajakah bentuk dari pesan tersebut:



Sketsa 4 – Psikologi Pesan Dakwah

Beberapa temuan yang tidak terjabarkan pada teori psikologi komunikasi dan komunikasi dakwah adalah, *pertama*, pola Komunikasi yang dibangun: (a) Evaluasi (mengecam) versus deskripsi (memberi saran); (b) Kontrol versus Orientasi masalah; (c) Strategi Versus Spontanitas;

(d) Netralitas Versus Empati; (e) Superioritas versus persamaan; (f) Kepastian versus profesionalisme.

Kedua, prinsip komunikasi dalam dakwah mencakup: (a) Menumbuhkan motivasi masyarakat; (b) Menarik perhatian

masyarakat; (c) Mengutamakan kegunaan manfaat dakwah; (d) Menyampaikan dengan gaya bahasa yang indah dan lembut; (e) Menjelaskan pengertian materi dakwah; (f) Mengulang-ulang kalimat yang dianggap perlu. *Ketiga*, cara penyampaian: (a) Nasehat; (b) Ceramah; (c) Diskusi; (d) Tanya jawab.

Kesimpulan

Psikologi komunikasi dalam komunikasi dakwah dengan melakukan pendekatan studi literature dari 7 jurnal, yang secara penelian empiris yaitu melihat dari bagaimana guru menyampaikan dakwah pada muridnya, guru ngaji mengajarkan ajaran-ajaran Islam, petugas haji membangun komunikasi dakwah pada jamaah haji agar bisa dikendalikan dengan baik.

Unsur yang ada sesuai pada teori Jalaludin Rahmat, bahwa jika komunikasi jika didekati pada aspek psikologisnya maka

akan memperhatikan psikologi komunikator, yaitu kredibilitas, moralitas, dan seluruh hal yang melekat pada komunikator akan sangat mempengaruhi penerimaan komunikasi. Kemudian faktor selanjutnya yang juga sangat mempengaruhi adalah kondisi komunikasi mulai dari pengetahuan, perasaan, motif, kebutuhan, nilai-nilai dan budaya menjadikan komunikasi dakwah bisa diterima atau tidak, bahkan bisa merubah perilakunya. Yang terakhir adalah pesan itu sendiri, karena dakwah adalah tentang ajaran Islam didalamnya aturan, nilai-nilai, hal baik dan buruk, benar salah, maka disampaikan dengan cara yang baik, mudah dimengerti.

Beberapa penelitian sampai menjelaskan juga macam-macam pesan dakwah, pola penyampaian dan prinsip pesan dalam komunikasi dakwah, juga bisa menjadi pertimbangan untuk bagaimana pesan dakwah bisa diterima dengan efektif yaitu mudah dipahami, dimengerti dan merubah perilaku *mad'u*.

Bibliografi

- Bagas, Tri Cahyo. "Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Di TPQ Baitul Qur'an Al Hikmah Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)." Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2021. <http://repository.radenintan.ac.id/14720/>.
- Budiono, Tri Djoyo. "Komunikasi Dakwah Pengurus Masjid Di Era Revolusi Industri 4.0," 2020.
- Harianto, Yudi Asmara. "Mendefiniskan Ulang Komunikasi Persuasif," 2022.
- Kohar, Wakidul, Efrizal Efrizal, dan Sri Meiweni Basra. "Dakwah Haji: Psikologi Komunikasi Petugas Haji Di Arab Saudi." *Al Irsyad : Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 13, no. 1 (1 Juli 2022): 50–63. <https://doi.org/10.15548/jbki.v13i1.4276>.
- Ma'arif, Bambang Saiful. "Psikologi komunikasi dakwah : suatu pengantar / DR. Bambang Saiful Ma'arif, M.Si. ; editor, Iqbal Triadi Nugraha | OPAC Perpustakaan Nasional RI." Diakses 21 Juni 2023. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1062257>.

- Maimunah. *Dasar Dasar Psikologi dalam Dakwah*. 1 ed. 1. Bojonegoro: Zhenar Ardh Grumma, 2021. <https://scholar.google.com/citations?user=m7TBWjcAAAAJ&hl=en>.
- Majid, Mariam Abd, Sahlawati Abu Bakar, Mohamad Yusuf Marlon, dan Nursyafiqa Bokhari. "Psikologi Komunikasi: Satu Tinjauan Literatur," 2018.
- "Psikologi komunikasi / penulis, Jalaluddin Rakhmat; editor, Tjun Surjaman | OPAC Perpustakaan Nasional RI." Diakses 18 Maret 2023. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681738>.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. 24 ed. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2007. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681738>.
- Riswandi. *Psikologi Komunikasi*. Kota Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Susanti, Fitra. "Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi," t.t. <http://repository.radenintan.ac.id/8073/1/SKRIPSI%20FITRA%20SUSANTI.pdf>.
- Syaifuddin, Syaifuddin, dan Abdul Muhid. "Efektivitas Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 20, no. 1 (30 Juni 2021): 17-28. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>.
- Tiyan, Ade Sep. "Urgensi Psikologi Komunikasi Dakwah Bagi Da'i." *AL-QOLAM : Jurnal Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 2 (2017): 179-90.
- Triandini, Evi, Sadu Jayanatha, Arie Indrawan, Ganda Werla Putra, dan Bayu Iswara. "Metode Systematic Literature Review Untuk Identifikasi Platform Dan Metode Pengembangan Sistem Informasi Di Indonesia." *Indonesian Journal of Information Systems* 1, no. 2 (23 Februari 2019): 63-77. <https://doi.org/10.24002/ijis.v1i2.1916>.
- Wahid, Lalu Abdurrachman. "Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah." *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 13, no. 1 (25 Juni 2021): 115-31. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3193>.