

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Telaah Pustaka



Berdasarkan penelusuran literatur yang penulis lakukan maka ditemukan beberapa tesis yang hampir semakna dengan tesis yang penulis bahas, yaitu sebagai berikut:

Hasil penelitian Nanin Widiyarti, tahun 2016 yang berjudul: *Strategi Komunikasi Interpersonal Penyuluh Kb Dalam Sosialisasi Program Kb (Studi Kasus Penggunaan Alat Kontrasepsi Mantap Metode Operasi Pria Di Badan Pemberdayaan Perempuan Dan Keluarga Berencana Kabupaten Mojokerto)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas PLKB disebut sebagai terminal credibility dalam melakukan sosialisasi Program KB MOP di Kabupaten Mojokerto. PLKB menggunakan strategi komunikasi interpersonal yang mengarah pada taktik intensify yang merujuk pada taktik repetition dan composition serta taktik downplay yang merujuk pada taktik omission. Strategi komunikasi ini juga memenuhi unsur empati, respek dan kejujuran untuk menjaga kepercayaan dan mencegah reaksi berlebihan akibat kekecewaan yang ditimbulkan dari kesalahan pelayanan, terutama dalam pelayanan tindakan medis. Faktor-faktor penghambat dalam komunikasi interpersonal muncul antara lain dari hambatan fisik, hambatan psikologis, hambatan sosiologis dan antropologis maupun hambatan linguistik.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Nanin Widiyarti, *Strategi Komunikasi Interpersonal Penyuluh Kb Dalam Sosialisasi Program Kb (Studi Kasus Penggunaan Alat Kontrasepsi Mantap Metode Operasi Pria Di Badan Pemberdayaan Perempuan Dan Keluarga Berencana Kabupaten Mojokerto)*. Jurnal, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2016), h.7.

Hasil penelitian Sutinah, tahun 2017 yang berjudul: *Partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di era masyarakat postmodern*. Hasil penelitian menunjukkan partisipasi pria dalam ber KB khususnya penggunaan metode vasektomi masih sangat rendah baik di Surabaya maupun Madiun, sebagian besar Pasangan Usia Subur (PUS) menempatkan Program KB sebagai urusan dan tanggung jawab kaum perempuan; kendala yang menghambat partisipasi pria dalam ber KB adalah kendala psikologis (kekhawatiran akan menurunnya kejantanan, impotensi), kendala sosial (malu jadi pergunjungan); dan kendala yang datang dari istri (memudahkan terjadinya perselingkuhan); dan strategi untuk meningkatkan partisipasi pria dalam ber-KB antara lain perlu dilakukan sosialisasi yang lebih intensif, dan kampanye melalui media massa, yang menampilkan bintang iklan yang populer, sehingga keikutsertaan pria dalam Program KB tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang tabu atau memalukan.<sup>2</sup>

Hasil penelitian Ratna Puspita Wardhani, tahun 2016 yang berjudul: *Strategi Komunikasi Interpersonal Penyuluhan Keluarga Berencana Kabupaten Ponorogo Dalam Pemilihan Kontrasepsi Metode Kontrasepsi Jangka Panjang Terhadap Pasangan Muda Di Kecamatan Ponorogo*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal telah dilakukan Penyuluh KB dalam hal konseling dengan calon akseptor pasangan muda di Kecamatan Ponorogo sudah baik, karena penyuluh KB telah memiliki kredibilitas yang sangat tinggi. Namun tingkat keberhasilan penggunaan MKJP pada pasangan muda juga dapat dipengaruhi oleh Faktor pendidikan, Faktor Pengambilan Keputusan serta Faktor

---

<sup>2</sup>Sutinah, "Partisipasi Laki-Laki Dalam Program Keluarga Berencana Di Era Masyarakat Postmodern", dalam Jurnal *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Surabaya: Vol. 30, No. 2/2017, h. 290.

Kesejahteraan Keluarga.<sup>3</sup> Dari beberapa literatur penelusuran hasil penelitian Sutinah yang paling erat kaitannya dengan tesis penulis, dengan fokus penelitian partisipasi pria.

## B. Landasan Teori

### 1. Perencanaan dan Strategi Komunikasi

Membahas perencanaan komunikasi maka ada konsep dasar yang berbeda dan memerlukan pembahasan lebih lanjut. Kedua konsep itu, yakni “perencanaan” dan “komunikasi”. Perencanaan akan lebih banyak didekati dari aspek manajemen sedangkan konsep komunikasi akan dilihat sebagai suatu proses penyebaran atau pertukaran informasi. Meskipun kedua konsep ini menunjukkan perbedaan terutama dari dua kajian yang berbeda, namun kedua konsep ini dapat diintegrasikan menjadi satu kajian khusus dalam studi komunikasi yang akhir-akhir ini makin banyak diaplikasikan dalam bidang penyebarluasan informasi, penyadaran masyarakat, dan pemasaran.<sup>4</sup>

#### a. Perencanaan

Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik pada lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Manusia lahir untuk menjawab tantangan (*challenge and response*) yang dihadapinya. Manusia sebagai makhluk rasional memiliki potensi untuk mengubah kehidupannya dari cara yang tradisional menjadi modern, dari yang sulit ke cara hidup yang lebih mudah dan menyenangkan. Keinginan manusia untuk mengubah hidupnya ini menjadi

---

<sup>3</sup>Ratna Puspita Wardhani, *Strategi Komunikasi Interpersonal Penyuluhan Keluarga Berencana Kabupaten Ponorogo dalam pemilihan Kontrasepsi Metode Kontrasepsi Jangka Panjang terhadap Pasangan Muda di Kecamatan Ponorogo*. Jurnal, (Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2016), h. 8.

<sup>4</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 23

landasan filosofi perencanaan, bahwa perubahan itu dilakukan untuk memperoleh kepuasan dengan hasil yang optimal, serta adanya upaya untuk melakukan penyesuaian jika terjadi kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Beberapa pakar mencoba memberi pengertian atau definisi apa yang dimaksud dengan perencanaan.

- 1) Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut (Keufman, 1972).
- 2) *Planning is a process for determining appropriate future action through a sequence of choices* (Perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan tindakan yang akan diambil secara tepat melalui serangkaian pilihan-pilihan).
- 3) Perencanaan (*Planning*) adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- 4) Perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu (Waterston, 1965).

Meskipun pengertian perencanaan yang dikemukakan di atas berbeda satu sama lainnya, namun para ahli menyetujui bahwa perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai

tujuan tertentu. Oleh karena itu, dalam perencanaan ada dua belas pokok pikiran yang terkandung di dalamnya, yakni:

- 1) Perencanaan sebagai usaha yang disengaja, dan dilakukan secara sadar
- 2) Perencanaan menempatkan manusia sebagai modal dasar dalam menggerakkan setiap usaha
- 3) Perencanaan menggunakan hasil riset, data, dan informasi
- 4) Ada tujuan yang ingin dicapai, sehingga memerlukan keputusan dan tindakan yang akan diambil
- 5) Ada keinginan untuk melakukan perubahan
- 6) Berorientasi masa depan (optimis)
- 7) Pemecahan masalah
- 8) Pemilihan alternatif
- 9) Pengalokasian sumber daya *sosio-tecnical*
- 10) Menjadi dasar acuan pelaksanaan
- 11) Menjadi pengendali dan monitoring pelaksanaan
- 12) Perencanaan sebagai proses yang berkelanjutan.<sup>5</sup>

Dari dua belas pokok-pokok pikiran di atas dapat disimpulkan bahwa; kapan seseorang membuat perencanaan berarti ia menetapkan apa yang harus dikerjakan, kapan dikerjakan, siapa yang akan mengerjakannya dan bagaimana cara mengerjakannya. Perencanaan adalah jembatan yang mengantari dari mana kita berangkat dan ke mana kita mau pergi?

#### b. Komunikasi

Sebelum menetapkan metode komunikasi yang baik, pastikan proses komunikasi yang akan dilakukan disertai dengan motif dan niat komunikasi yang

---

<sup>5</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 24.

baik.<sup>6</sup> Mengemukakan definisi tunggal komunikasi sangat sulit dilakukan sebab kata komunikasi merupakan aktivitas manusia dan menjadi istilah yang sangat populer.<sup>7</sup> Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.<sup>8</sup>

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yakni:

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan:

“Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”

Hovland, Janis dan Kelly juga membuat definisi komunikasi, yakni:

*“Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience).”*

---

<sup>6</sup>M. Najmi Fathoni, *Strategi Komunikasi Model Sang Nabi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), h. 3.

<sup>7</sup>Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 29.

<sup>8</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 35.

Sampai tahun 1976, menurut catatan Dance dan Larson dalam Miller sudah ada 126 definisi komunikasi. Ada definisi yang dibuat menurut perspektif sosiologi, budaya, elektronika, ekonomi, dan adapula dari perspektif politik. Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif yang berbeda satu sama lainnya, namun definisi-definisi tersebut pada dasarnya tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri sebagai suatu proses pengalihan informasi (pesan) dari seseorang kepada orang lain, atau sebaliknya.<sup>9</sup>

Jika proses komunikasi yang dimaksud dalam definisi di atas dapat disimpulkan bahwa terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur sumber, pesan, saluran, penerima, efek, umpan balik, dan lingkungan atau situasi.

### c. Perencanaan Komunikasi

Sebenarnya, perencanaan komunikasi sebelum tahun 1970-an sudah banyak dipraktikkan dalam studi-studi kehumasan, promosi, pemasaran, dan penyuluhan. Misalnya dalam studi kehumasan diajarkan langkah-langkah operasional *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat. Demikian juga dalam studi promosi, pemasaran, dan penyuluhan. Materi kuliah perencanaan komunikasi juga diajarkan untuk mengetahui target sasaran, karakteristik pesan yang akan dibuat, dan tipe media yang akan dipilih.

Dari pengalaman praktik-praktik komunikasi yang dilaksanakan sejak dekade 1970-an sampai sekarang, akhirnya beberapa pakar berhasil membuat definisi atau pengertian tentang perencanaan komunikasi, sebagai berikut;

- 1) Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut

---

<sup>9</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 36.

tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi

- 2) *Communication planning is the technique of processing available alternatives for the accomplishment of communication goals. It involves rational decision making, control, and logical allocation of communication resources.*
- 3) Perencanaan komunikasi adalah suatu usaha yang sistematis dan kontinu dalam mengorganisasi aktivitas manusia terhadap upaya penggunaan sumber daya komunikasi secara efisien guna merealisasikan kebijaksanaan komunikasi.
- 4) *Communication plan is a written document that describes what you want to accomplish with your association communications (your objectives), ways in which those objectives can be accomplished (your goals or program of work), to whom your association communications will be addressed (your audiences), how you will accomplish your objectives (the tools and timetable), and how you will measure the result of your program (evaluation).*

(Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara

mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut).  
(Robin Mehall)

- 5) *Communication planning is the art and science of reaching target audiences using marketing communication channels such as advertising, public relations, experiences or direct mail for example. It is concerned with deciding who to target, when, with what message and how.*

(Perencanaan komunikasi adalah seni dan ilmu pengetahuan dalam mencapai target khalayak dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi pemasaran, misalnya periklanan, *public relations*/kehumasan, pengalaman-pengalaman atau surat. Ia kosen dalam memutuskan siapa yang menjadi target, kapan, dengan pesan apa dan bagaimana). (Wikipedia).<sup>10</sup>

Dari lima definisi atau pengertian perencanaan komunikasi di atas, dapat ditarik beberapa pokok pikiran yang ada di dalamnya, yakni:

- 1) Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja
- 2) Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis
- 3) Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi
- 4) Ia merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari satu proses ke proses selanjutnya
- 5) Ia memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu.
- 6) Untuk mencapai tujuan itu perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia atau keahlian, dan program)

<sup>10</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 48.

- 7) Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (perubahan) sebagai komponen audit
- 8) Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi.

Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Karena itu perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerja sama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi.

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana sudah tentu selalu dikaitkan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Seorang guru atau dosen misalnya selalu menanyakan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif dalam proses pembelajaran dalam kelas, seorang manajer atau kepala kantor merisaukan kenapa suatu informasi yang disampaikan kurang dipahami bawahannya, seorang kandidat pemilihan bupati atau walikota akan menanyakan bagaimana menyusun pidato yang bisa mempersuasi massa agar bisa menjadi pendukung, atukah seorang ibu selalu gelisah karena komunikasi dengan suaminya kurang harmonis akhir-akhir ini.

Pertanyaan-pertanyaan seperti di atas sudah tentu memerlukan perencanaan dan strategi komunikasi agar bisa diciptakan proses komunikasi yang efektif di ruang kelas, di kantor, di dalam rumah, atau dengan calon pendukung. Tapi dalam rangka yang lebih luas perencanaan komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun strategi agar program yang berskala nasional bisa berhasil. Misalnya bagaimana menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk

mencintai produk dalam negeri guna mengatasi derasnya barang impor dari luar negeri, bagaimana cara mengkampanyekan penggunaan tabung gas dengan benar kepada para pemakai sehingga tidak menimbulkan kebakaran, bagaimana cara meningkatkan tingkat penjualan produk melalui promosi atau periklanan, bagaimana cara menggunakan hak jawab dalam mengembalikan citra dan nama baik organisasi dari kritik yang disebarluaskan oleh media massa, bagaimana cara menyusun perencanaan untuk membangun media penyiaran televisi di suatu daerah dan sebagainya.

Munculnya pertanyaan-pertanyaan seperti itu, mengindikasikan bahwa masalah komunikasi yang dipersepsikan selama ini yakni gampang-gampang susah, ternyata tidak demikian. Program keluarga berencana yang telah dilaksanakan selama tiga dekade sejak pemerintahan Orde Baru misalnya, dinilai kurang berhasil mengurangi pertumbuhan penduduk oleh beberapa kalangan, padahal program nasional ini telah menelan biaya yang tidak kecil, baik melalui dana APBN maupun bantuan asing. Kegagalan itu tentu saja tidak bisa dilepaskan dengan masalah komunikasi, apakah karena pendekatannya kurang komprehensif, tidak berkesinambungan, atau programnya dijalankan secara seporadis. Ada kemungkinan selama ini program keluarga berencana disosialisasikan lebih banyak memberi tekanan daripada kepentingan adopter itu sendiri.<sup>11</sup>

Atas pertimbangan demikian, maka perencanaan komunikasi menjadi hal yang sangat esensial bagi keberhasilan suatu negara atau organisasi. Melalui perencanaan komunikasi diharapkan program-program yang sejenis dari berbagai departemen atau organisasi dapat dibuat secara logis, realistis, integratif,

---

<sup>11</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 44.

komprehensif, dan menyeluruh guna menghindari duplikasi dan pemborosan biaya, tenaga, dan waktu. Perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam menyukseskan suatu program, yakni semua staf dan *stakholdernya* harus dapat memahami tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, waktu yang paling tepat untuk membentuk pemahaman terhadap perencanaan komunikasi adalah pada tahap awal dimulainya suatu program.

Seiring dengan dua konsep di atas yakni Perencanaan dan Komunikasi dapat diterapkan dalam model dan tahapan perencanaan komunikasi seperti model AIDDA. Model perencanaan komunikasi AIDDA sifatnya linear dan banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersil. Model AIDDA adalah kependekan dari: *Awarenes, Interest, Desire, Decision, dan Action*.

Kesadaran (*Awareness*) adalah langkah pertama yang harus dibuat seorang pemasar atau penyuluh kepada khalayak yang menjadi target sasaran. Kesadaran di sini tertuju pada produk, barang, atau ide (gagasan) yang ditawarkan. Sejauhmana target sasaran menyadari manfaat barang yang ditawarkan. Untuk itu seorang pemasar atau petugas penyuluhan harus mampu menunjukkan kegunaan barang yang ditawarkan kepada target sasaran (konsumen).

Perhatian (*Interest*) ialah munculnya minat target sasaran (khalayak) untuk memiliki barang yang ditawarkan oleh pemasar. Perhatian bisa saja muncul karena apa yang ditawarkan adalah suatu yang baru dan belum pernah dilihat sebelumnya. Selain karena manfaatnya, bisa juga karena menimbulkan minat calon pembeli untuk memilikinya.

Keinginan (*Desire*) adalah proses yang terjadi setelah timbul perhatian calon terhadap barang yang ditawarkan. Pada tahap ini pembeli berkeinginan

untuk memiliki setelah menimbang manfaat atau kegunaannya. Para pemasar atau penyuluh berusaha memberi sentuhan kejiwaan (psiko) calon pembeli atau pengguna dengan cara-cara yang lebih persuasif, sehingga berkeinginan itu makin timbul untuk memilikinya atau mengikuti anjuran jika apa yang ditawarkan itu berupa gagasan dari seorang penyuluh.

Keputusan (*Decision*) ialah tindakan yang dilakukan oleh calon pembeli dalam bentuk eksekusi, yakni memutuskan untuk memiliki barang yang ditawarkan tadi setelah menimbang manfaat serta melihat kemungkinan dana yang tersedia. Disini pengambil keputusan secara tunggal dilakukan oleh calon pembeli. Tentu saja hal itu terjadi setelah proses kesadaran oleh calon pembeli. Tentu saja hal itu terjadi setelah kesadaran akan manfaat, perhatian terhadap kemasan, dan juga mungkin harga yang ditawarkan bisa terjangkau, sehingga ada minat (*desire*) untuk memilikinya.

Tindakan (*Action*) ialah perlakuan yang dibuat oleh pembeli setelah memiliki barang itu dalam bentuk aksi. Misalnya mengonsumsi atau menggunakannya sesuai dengan harapan ketika ia ingin memilikinya. Sudah tentu sebagai barang yang dibeli akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan untuk menciptakan kepuasan pada dirinya.

Model ini sebenarnya sudah lama dan beberapa pakar sudah mencoba melakukan modifikasi, namun model dasarnya tetap digunakan, selain karena sederhana juga lebih mudah diaplikasikan pada hal-hal yang bersifat praktis.<sup>12</sup>

#### d. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agen*” yang berarti memimpin. Dengan demikian,

---

<sup>12</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 83

strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.<sup>13</sup>

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Menurut Effendy, strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Sedangkan menurut Kulvisaechana, strategi komunikasi adalah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi.<sup>14</sup>

Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara

---

<sup>13</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 64.

<sup>14</sup>Muchlisin Riadi, “Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan hambatan,”. (diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan.html>, pada tanggal 30 Nopember 2020)

taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai.

### 1) Strategi Komunikasi Model Sang Nabi

Strategi komunikasi model Sang Nabi menjadi sebuah teladan bagi seorang komunikator, berikut indikatornya:

#### a) Meluruskan niat (motif) berkomunikasi

Motif komunikasi adalah alasan atau dorongan seorang komunikator untuk melakukan komunikasi. Sedangkan niat komunikasi yang dimaksud dalam konteks ini landasan kebaikan yang akan menyertai proses komunikasinya.

Niat dari tindak komunikasi yang dilakukan seorang komunikator hanya terletak di hatinya. Niat ini tersembunyi dari pengetahuan orang lain karena letaknya di hati. Namun ia tidak tersembunyi dari pengetahuan Allah swt. Konsep tersebut tersirat dalam firman Allah QS. Ali Imran: 29, sebagai berikut:

... Allah berfirman dalam Q.S. Ali Imran/3: 29.

قُلْ إِنْ خِفْتُمْ مَا فِي صُدُورِكُمْ أَوْ تُبْدُوهُ يَعْلَمُهُ اللَّهُ وَيَعْلَمَ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ (٢٩)

Terjemahnya:

Katakanlah: "Jika kamu menyembunyikan apa yang ada dalam hatimu atau kamu melahirkannya, pasti Allah mengetahui". Allah mengetahui apa-apa yang ada di langit dan apa-apa yang ada di bumi. Dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu<sup>15</sup>.

<sup>15</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2009), h. 68.

Meski niat tersembunyi, tidak akan diketahui orang lain atau dikomunikasikan, tetapi seorang komunikator yang beriman senantiasa menjaga niatnya untuk tetap baik dalam menjalankan setiap proses komunikasinya. Niat dan motivasi untuk melakukan sesuatu, termasuk dalam berkomunikasi harus mengandung nilai kebaikan. Kebaikan untuk siapa pun. Menurut ajaran Islam, setiap tindakan bahkan sekadar niat (yang baik), sudah dianggap bernilai ibadah.

Menetapkan niat secara tepat merupakan hal mendasar dan menentukan “nilai” dari setiap tindakan. Dalam salah satu hadisnya, Nabi saw. bersabda:

حَدَّثَنَا الْخَمِيدِيُّ عَبْدُ اللَّهِ بْنُ الزُّبَيْرِ قَالَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ قَالَ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ الْأَنْصَارِيُّ قَالَ أَخْبَرَنِي مُحَمَّدُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ التَّمِيمِيُّ أَنَّهُ سَمِعَ عَلْقَمَةَ بْنَ وَقَّاصِ اللَّيْثِيِّ يَقُولُ سَمِعْتُ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَلَى الْمِنْبَرِ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى دُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ إِلَى امْرَأَةٍ يَتَّكِفُهَا فَهِيَ حِرَّتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ<sup>16</sup>

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Al Humaidi Abdullah bin Az Zubair dia berkata, Telah menceritakan kepada kami Sufyan yang berkata, bahwa Telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id Al Anshari berkata, telah mengabarkan kepada kami Muhammad bin Ibrahim At Taimi, bahwa dia pernah mendengar Alqamah bin Waqash Al Laitsi berkata; saya pernah mendengar Umar bin Al Khaththab di atas mimbar berkata; saya mendengar Rasulullah ﷺ bersabda, "Semua perbuatan tergantung niatnya, dan (balasan) bagi tiap-tiap orang (tergantung) apa yang diniatkan; Barangsiapa niat hijrahnya karena dunia yang ingin digapainya atau karena seorang perempuan yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya adalah kepada apa dia diniatkan”.

Niat yang didasari kebaikan dan mengharap ridha Allah, termasuk dalam proses komunikasi yang cerdas karena memiliki kontrol positif-konstruktif yang lebih besar.

Ada yang mengatakan bahwa niat adalah roh amal, inti dan sandinya. Amal (tindakan, perbuatan, perilaku) mengikuti niat. Amal menjadi benar karena niat yang benar. Amal menjadi rusak karena niat yang rusak.

<sup>16</sup>Muhammad bin Ismā'il al-Bukhāri, *Shahīḥ al-Bukhārī*, dalam *Ensiklopedi Hadits*, ver. 8.0 [CD Room]. Aplikasi Ensiklopedi Hadits, 2010, hadis no. 1.

## b) Mengenal Komunikannya

Proses komunikasi yang efektif turut ditentukan oleh pengenalan atau pengetahuan komunikator terhadap diri komunikannya, termasuk kemampuan komunikannya dalam memahami pesan yang akan diterimanya. Berdasarkan pemahaman terhadap komunikannya seperti ini maka komunikator dapat menyesuaikan diri dalam menyampaikan suatu pesan, pemilihan kata-kata yang sesuai tingkat kemampuan masing-masing komunikannya, dan cara menyampaikannya.

Nabi Muhammad saw., sangat memahami metode komunikasi ini. Sabda beliau, “Kami, para nabi, diperintahkan untuk memosisikan manusia sesuai dengan posisinya masing-masing dan menjelaskan kepada mereka sesuai dengan tingkat akal mereka.”

Dari hadis lain sebagaimana diceritakan oleh Abdullah bin Mas’ud, Rasulullah saw., bersabda, “Tidaklah engkau mengatakan sebuah perkataan kepada suatu kaum (orang-orang) yang akal mereka belum memahami perkataan tersebut, melainkan sebagian mereka akan tertimpa fitnah.” (HR. Muslim). Hadis ini mengandung pemahaman perihal pentingnya metode dalam berkomunikasi khususnya dalam mengenal diri dan pengetahuan komunikannya sebelum suatu pesan disampaikan oleh seorang komunikator.

Banyak komunikannya atau audiens terperosok dalam kesalahpahaman (*misunderstanding*), kesalahan berkomunikasi (*miscommunication*), atau dalam istilah hadis tadi sebagai “*fitnah*” setelah menerima pesan-pesan tertentu yang sulit atau tidak mereka pahami secara tepat. Akibatnya dalam implementasi atau pengalaman terhadap pesan yang diterimanya menimbulkan permasalahan karena tidak sesuai pemahaman yang seharusnya.

Banyak komunikator tidak peduli apakah audiens-nya memahami pesan yang disampaikannya atau tidak. Tidak sedikit dari mereka yang motif komunikasinya sekadar berbicara atau bermaksud untuk menunjukkan kepintaran mengenai dirinya sehingga ia menggunakan bahasa atau memilih kata-kata (diksi) asing, ilmiah, atau teknis yang sukar dipahami komunikan. Dalam proses komunikasi yang efektif, komunikator seperti ini termasuk sebagai komunikator yang buruk.

Pesan berisi kebenaran sekalipun akan bisa menyesatkan apabila disampaikan begitu saja kepada orang-orang yang tidak memahaminya. Komunikator yang baik dan efektif tidak akan mengucapkan sesuatu yang tidak dipahami oleh komunikannya, kecuali menyertainya dengan memberikan penjelasan yang dapat dipahami. Atau menyampaikannya dengan mengemas pesan sedemikian rupa supaya lebih mudah dicerna sesuai tingkat kemampuan audiens. Komunikator juga hendaknya mendorong komunikan untuk bertanya mengenai sesuatu yang tidak dipahami dari pernyataan dirinya (komunikator).

Dari Abu Hurairah, pada suatu hari Sang Nabi saw., mendatangi suatu khalayak dan berkata, “Bertanyalah kepadaku!” Namun mereka enggan untuk bertanya kepada beliau. Tiba-tiba datanglah seorang laki-laki yang kemudian duduk di hadapan Rasulullah saw., sambil berkata dengan cukup lantang, ‘Wahai Rasulullah, apakah Islam itu?’

Ditinjau dari isi pesan yang disampaikan, pertanyaan ini menunjukkan pertanyaan yang muncul dari orang yang tampaknya belum mengenal Islam. Sang Nabi menjawab dengan jawaban yang dapat di dengar orang-orang di sana dengan jawaban sederhana dan implementif. “Islam berarti kamu tidak boleh menyekutukan Allah dengan apa pun, mendirikan shalat, membayar zakat, dan berpuasa Ramadan.’

Laki-laki tadi berkata, ‘Engkau benar.’

Kemudian orang itu bertanya kepada Nabi tentang iman, ihsan, dan saat terjadinya Hari Kiamat dengan suara yang juga dapat di dengar orang-orang sekitarnya. Setelah Rasul menjawabnya dengan jawaban yang juga dapat di dengar mereka, lelaki tadi bangkit dan meninggalkan tempat tersebut. Ternyata, seperti ditegaskan Rasulullah, ‘Orang itu adalah malaikat Jibril. Dia hendak mengajari kalian karena tidak mau bertanya.’ (HR. Muslim)

Pertanyaan yang disampaikan Jibril sesungguhnya pertanyaan yang mewakili ketidaktahuan orang-orang di sana tentang Islam. Karena mereka tidak mau bertanya sehingga atas izin Allah, malaikat Jibrillah yang diutus Allah untuk hadir di sana dengan pertanyaan seperti itu: untuk di dengar mereka dan jawaban yang diberikan Rasul juga diharapkan didengar sekaligus dipahami mereka. Sedangkan Jibril sendiri, sebagai pembawa wahyu, tentunya telah sangat memahami ajaran Islam.

Ketika Sang Nabi menjawab, “Islam berarti kamu tidak boleh menyekutukan Allah dengan apa pun, mendirikan shalat, membayar zakat, dan berpuasa Ramadan” kepada orang yang belum memahami Islam sama sekali, jauh lebih baik daripada menjelaskan Islam secara definitif, cenderung normatif yang sangat berpotensi membingungkan mereka yang sama sekali belum mengenal ajaran Islam. Penjelasan tentang Islam yang disampaikan Nabi saw., tadi langsung menyentuh tataran implementasi yang bersumber dari rukun Islam karena sejatinya agama Islam diturunkan untuk segera diikuti sebagai perintah Tuhan.

Selain menyampaikan jawaban sesuai sasaran komunikannya, jawaban tersebut tentunya harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pertanyaan-pertanyaan yang muncul dari orang-orang awam tidak boleh

dijadikan kesempatan untuk membodohi, memperdayai, apalagi menyesatkan mereka. Komunikator yang baik senantiasa menyampaikan pesan-pesan dan jawaban yang diberikan selalu mengarah pada kebaikan dan pencerahan.

c) Berkata Jujur

Tingkat kepercayaan komunikator ditentukan oleh kejujurannya. Meskipun isi pesan yang berisi kebohongan dapat ditutupi, tetapi komunikator yang mempunyai kredibilitas dan integritas senantiasa berkata dan bersikap jujur.

Penyampaian pesan secara jujur merupakan proses komunikasi yang kian terabaikan dalam berbagai bentuk kegiatan komunikasi apalagi jika motif komunikasinya berorientasi pada kepentingan ekonomi dan politik seperti yang terjadi saat ini. Proses penyampaian pesannya sering ditempuh hanya dengan mengacu pada teori-teori komunikasi tertentu yang cenderung teknis. Pemilihan media dilakukan sesuai dengan karakteristik sasaran pendengar. Intinya, strategi komunikasi yang dibangun lebih diarahkan pada pembentukan citra atau kredibilitas seseorang atau calon pemimpin namun mengabaikan kejujuran. Kejujuran seharusnya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari semua metode komunikasi dan sejatinya melekat dalam diri komunikator.

Nama besar Muhammad saw., dan kredibilitas beliau terbangun secara meyakinkan melalui kejujurannya. Dia menjadi komunikator yang jujur bukan untuk pencitraan atau mendapat dukungan dari orang banyak. Beliau melakukannya karena suatu keharusan dan tuntutan, bukan suatu strategi untuk membangun opini publik yang positif bagi dirinya. Jika kemudian Sang Nabi memperoleh citra positif sehingga orang-orang menyebutnya "*Al-Amin*" yang berarti "orang yang terpercaya", terbentuknya opini publik ini hanyalah sebagai dampak dari kejujurannya, bukan tujuannya. Kejujuran Sang Nabi merupakan

suatu ketegasan terhadap komitmennya yang begitu tinggi terhadap kebenaran. “Katakan yang benar walaupun terasa pahit.” (HR Ibnu Hiban)

Diriwayatkan, Sang Nabi saw., pernah menjual berapa ekor unta. Setelah terjual dan pembelinya pergi, beliau teringat ada di antara unta yang dijualnya dalam keadaan cacat. Rasulullah segera menyusul pembeli tersebut dan mengembalikan uangnya. Rasulullah saw., bersabda, “Tidak halal bagi seseorang menjual sesuatu, melainkan hendaknya dia menerangkan kekurangan (cacat) yang ada pada barang itu.” (HR. Hakim)

Dari Amru bin ‘Ash, ia berkata, “Rasulullah saw., menghadapkan wajah dan pembicaraan kepada sekelompok kaum yang belum beliau kumpuli. Beliau juga menghadapkan wajah dan pembicaraan kepadaku, hingga aku menyangka, akulah orang yang terbaik dari sekian banyak orang. Aku bertanya, ‘Wahai Rasulullah, mana yang lebih baik, aku atau Abubakar?’

Jawab beliau, “Abu Bakar.” Aku bertanya lagi, “Mana yang lebih baik, aku atau Umar?” Beliau menjawab, “Umar.” Aku bertanya lagi, “Mana yang lebih baik, aku atau Utsman?” Jawab beliau, “Utsman.” Setelah yakin, aku tidak bertanya lagi seperti itu.” (HR. At-Tirmidzi)

Jawaban-jawaban yang disampaikan Nabi adalah kejujuran. Sebagai komunikator sekaligus pemimpin beliau perlu menunjukkan ketegasannya termasuk dengan berkata jujur. Nabi tidak ingin, hanya untuk membuat orang lain merasa tersanjung semata kemudian dirinya berkata bohong.

Kejujuran seorang komunikator juga dapat dilihat dari kejujurannya untuk mengatakan “tidak tahu” atau “belum tahu” terkait suatu perkara yang dipertanyakan kepadanya. Berkata jujur dengan menjawab “tidak tahu” atau ‘belum tahu’ terhadap suatu pertanyaan jauh lebih baik daripada berpura-pura tahu hanya karena merasa malu atau gengsi untuk mengatakannya: “tidak tahu”.

Dikisahkan, Ibnu Umar berkata, “Suatu ketika datang seseorang kepada Nabi saw. Orang itu bertanya, “Wahai Rasulullah, di manakah tempat yang baik?” Beliau menjawab, “Aku tidak tahu.” Ia kembali bertanya, “Di manakah yang termasuk tempat yang buruk?” Beliau menjawab, “Aku tidak tahu.”

Orang itu berkata, “Coba tanyakan kepada Rabbmu!” Lalu Jibril pun datang menemui Rasulullah saw., dan beliau bertanya kepadanya, “Wahai Jibril, di manakah yang termasuk tempat kebaikan?” Ia menjawab, “Aku tidak tahu.”

Beliau kembali bertanya, “Di manakah yang termasuk tempat keburukan?” Ia lalu menjawab, “Aku tidak tahu.” Beliau berkata, “Coba tanyakan kepada Rabbmu!” Jibril bergetar hingga membuat Nabi Muhammad saw., hampir pingsan. Jibril berkata, “Aku tidak pernah menanyakan apa pun kepada-Nya.”

Allah berkata kepada Jibril, “Bukankah Muhammad bertanya kepadamu mengenai tempat kebaikan? Lalu engkau menjawab, “Aku tidak tahu.” Ia juga bertanya kepadamu tentang tempat yang buruk? Lalu engkau menjawab, “Aku tidak tahu.” Beritahukanlah kepadanya bahwa tempat yang baik adalah masjid dan tempat yang buruk adalah pasar.”

Sungguh, jawaban yang bersumber dari wahyu Allah itu memang berada jauh di luar pengetahuan Nabi saw., ketika itu hingga turun wahyu yang menjelaskannya. Ternyata wilayah atau tempat yang baik itu adalah masjid karena masjid merupakan tempat untuk beribadah shalat, berzikir, dan bermusyawarah dalam kebaikan dan bagi kemaslahatan umat. Sedangkan pasar tempat bagi sebagian banyak orang untuk melakukan tipu muslihat dan tindakan keji atau kejahatan lainnya. Dengan jawaban tersebut diharapkan orang-orang bisa bersikap bijak dalam memandang keberadaan masjid dan pasar.

Akan lain ceritanya seandainya Rasul berpura-pura mengetahui jawabannya kemudian memberikan penjelasan yang salah. Komunikan dan umat akan berada dalam kesesatan pengetahuan dan sumber penyampai pesannya (komunikator) sebagai orang yang menyesatkan. Nabi saw., bukan komunikator seperti itu dan jauh dari sikap sok tahu atau suka berpura-pura tahu terhadap persoalan yang tidak diketahuinya.

Diceritakan, seorang tokoh kafir Mekkah bernama Abu Sufyan bin Harb – sebelum memeluk Islam – bertemu Kaisar Romawi, Heraklius, disaksikan oleh sejumlah pembesar Romawi dan orang-orang dari pihak Abu Sufyan. Heraklius memanggil penerjemahnya dan berkata, “Katakan kepada mereka, Siapa di antara kalian yang nasabnya paling dekat dengan laki-laki (Muhammad saw) yang mengaku sebagai nabi itu?”

Diakui oleh Abu Sufyan, bahwa nasabnyalah yang dekat dengan sosok Nabi.

“Sampaikanlah kepada mereka (kawan-kawan Abu Sufyan), aku akan bertanya tentang lelaki itu (Muhammad saw) kepadanya (Abu Sufyan). Jika dia membohongiku suruh mereka menyangkalnya,” perintah Heraklius melalui penerjemahnya.

“Bagaimana nasab orang ini (Nabi saw) di antara kalian?” tanya Heraklius kepada Abu Sufyan. “Dia memiliki nasab yang mulia,” jawab Abu Sufyan.

“Sebelum dia, apakah ada di anantara kalian yang juga mengaku sebagai nabi?” “Apakah nenek moyangnya ada yang menjadi raja?” Kedua pertanyaan tersebut dijawab “tidak” oleh Abu Sufyan.

“Apakah pengikutnya orang-orang terhormat atau rakyat lemah?” tanya Heraklius. “Rakyat lemah,” jawab Abu Sufyan.

“Apakah dari hari ke hari mereka (pengikutnya itu) terus bertambah?” Abu Sufyan menjawab, “Terus bertambah.”

“Apakah ada di antara kalian yang keluar dari agamanya lantaran kecewa setelah dia memeluk agama yang dia (Muhammad) bawa?” jawab Abu Sufyan, “Tidak ada.”

Tanya Heraklius lagi, “Apakah kalian pernah menuduhnya berbohong sebelum dia mengklaim dirinya sebagai nabi?” “Tidak pernah,” jelas Abu Sufyan.

“Dia pernah ingkar janji atau berkhianat?” tanya Heraklius. “Tidak, saat ini kami masih memiliki perjanjian dengannya, tetapi kami belum tahu apakah dia akan berkhianat,” jawab Abu Sufyan seperti menghendaki Nabi mengkhianati perjanjian tersebut. Padahal, justru pihak kafirinlah yang selalu mengkhianati perjanjian yang telah disepakati dengan beliau. Baik pengkhianatan yang dilakukan pihak kafirin Mekkah sendiri, maupun dengan pihak kafirin Yahudi di Madinah.

“Kalian memerangnya?” Abu Sufyan menjawabnya kembali secara jujur, “Ya, kami memerangnya.”

“Apa yang dia (Nabi Muhammad saw) perintahkan kepada kalian?” Abu Sufyan menjelaskan, “Dia berkata, ‘Sembahlah Allah yang tiada sekutu baginya, janganlah kalian menyekutukan-Nya dan tinggalkan apa yang dikatakan nenek moyang kalian. Dia juga memerintahkan kami untuk melakukan shalat, bersedekah, menjaga kesucian diri, dan menyambung tali silaturahmi.’”

Heraklius adalah pemeluk Kristen dan pernah mendengar/mengetahui perihal turunnya rasul-rasul sehingga ia menjelaskan, “...Begitulah pula halnya dengan para rasul, mereka diutus dari nasab kaumnya. Aku juga bertanya kepadamu, ‘Apakah ada di antara kalian yang juga mengaku sebagai nabi?’ Kamu menjawab, ‘Tidak’. Seandainya sebelum dia ada orang yang mengaku

sebagai nabi, niscaya aku akan mengatakan bahwa dia (Muhammad) tak ubahnya laki-laki yang mengikuti jejak orang sebelumnya. Katakan pula kepadanya, aku sudah bertanya kepadamu, apakah nenek moyangnya ada yang menjadi raja? Kamu menjawab, ‘Tidak’. Aku katakan, jika salah satu nenek moyangnya ada yang menjadi raja, niscaya aku akan mengatakan bahwa dia adalah orang yang ingin mengambil alih kekuasaan nenek moyangnya. Aku juga sudah bertanya kepadamu, apakah kalian pernah menuduhnya berdusta sebelum dia mengaku sebagai nabi? Kamu pun menjawab, ‘Tidak’. Katakan, ‘Aku tahu dia tak akan membiarkan manusia berbohong, lalu dia berbohong kepada Allah?’ (HR. Muslim)

Kisah ini menegaskan bahwa tokoh Quraisy yang ketika itu sangat memusuhi Nabi saw., ternyata juga mengakui kejujuran Muhammad. Bahkan Heraklius juga mengakui kepemimpinan Muhammad saw., sebagai Rasulullah.

Berkat kejujurannya Rasul mampu memerankan dirinya sebagai komunikator yang sangat efektif. Pesan-pesan yang beliau sampaikan diterima dan diikuti dengan baik oleh audiens, kecuali orang-orang yang menolak kebenaran.

... Allah berfirman dalam Q.S. Al-An’am/6: 33.

قَدْ تَعَلَّمَ إِنَّا لَنِخْبِرُنَّكَ الَّذِي تَتَّبِعُونَ فَابْتِئَانًا لَا يَكْفُرُونَكَ وَلَكِنَّ الظَّالِمِينَ بَأْتَتْ آلَهُمْ يَجْحَدُونَ ( 33 )

Terjemahnya:

Sungguh, Kami mengetahui bahwa apa yang mereka katakan itu menyedihkan hatimu (Muhammad), (janganlah bersedih hati), karena sebenarnya mereka bukan mendustakan engkau, tetapi orang yang zalim itu mengingkari ayat-ayat Allah<sup>17</sup>.

Rasulullah saw., juga bersabda: “Berpegang teguhlah pada kejujuran karena kejujuran membawa kebaikan dan kebaikan menghantarkan ke surga....

<sup>17</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur’an dan Terjemahannya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2009), h. 176.

Dan berhati hatilah terhadap kedustaan, karena kedustaan membawa kejahatan dan kejahatan menghantarkan kepada neraka....” (HR. Muslim)

... Allah berfirman dalam Q.S. Al-Isra/17: 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ( 36 )

Terjemahnya:

Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya<sup>18</sup>.

## 2) Teknik Strategi Komunikasi

Menurut Arifin (1994), terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:

- a) *Redundancy (Repetition)*. Teknik *redundancy* atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.
- b) *Canalizing*. Teknik *canalizing* adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standard kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian

<sup>18</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2009), h. 388.

pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

- c) Informatif. Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
- d) Persuasif. Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (*suggestivitas*), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*suggestibilitas*).
- e) Edukatif. Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

- f) Koersif. Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

### 3) Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Menurut Arifin, agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikasikan perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- a) Mengenal khalayak. Ketika akan berkomunikasi, sangat penting untuk mengetahui dengan siapa kita berbicara. Mengapa? Hal ini dikarenakan segala komponen komunikasi yang akan kita gunakan, disesuaikan dengan khalayak yang akan menerima pesan kita. Misalnya saja, kamu diberi kesempatan untuk berpidato di depan anak-anak SD. Anak-anak memiliki karakteristik yang mudah bosan, terlebih lagi jika cara penyampaiannya tidak menarik. Hal ini bisa menjadi hambatan sehingga pesan yang akan kamu sampaikan menjadi susah untuk diterima oleh anak-anak. Selain itu, kamu juga harus memilih kata-kata yang tepat agar pesan yang kamu sampaikan mudah diterima oleh khalayakmu. Ada tiga hal yang perlu kamu ketahui tentang karakteristik khalayak. Pertama, kamu perlu ketahui pengetahuan khalayakmu terkait pokok permasalahan yang akan kamu sampaikan. Kedua, kamu perlu memikirkan media apa yang tepat untuk

menyampaikan pesan kepada khalayak. Ketiga, perbendaharaan kata khalayakmu, agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima.

- b) Menentukan tujuan. Setelah mengenali khalayak dan karakteristiknya serta menentukan tujuan komunikasi, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan. Hasil dari pengamatanmu tentang pengetahuan dan karakteristik khalayak dijadikan sebagai acuan untuk menyusun pesan. Memilih kata-kata apa yang mudah dimengerti oleh khalayak. Menggunakan berbagai simbol atau pernak-pernik untuk menarik perhatian khalayak dan lain-lain.
- c) Menyusun pesan. Setelah mengenali khalayak dan karakteristiknya serta menentukan tujuan komunikasi, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan. Hasil dari pengamatanmu tentang pengetahuan dan karakteristik khalayak dijadikan sebagai acuan untuk menyusun pesan. Memilih kata-kata apa yang mudah dimengerti oleh khalayak. Menggunakan berbagai simbol atau pernak-pernik untuk menarik perhatian khalayak dan lain-lain.
- d) Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan. Setelah tiga langkah di atas telah dilakukan, maka kita baru bisa menentukan metode dan media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan metode dan media ini disesuaikan dengan karakteristik khalayak, tujuan komunikasi, dan rangkaian pesan yang sudah disiapkan.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Mayang Lestari, "Strategi Komunikasi, Teori dan Langkah-langkahnya," (diakses dari <https://tambahpinter.com/strategi-komunikasi/>, pada tanggal 30 Nopember 2020)

## 2. Komunikasi Antar Personal

Komunikasi antar personal sebenarnya merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh DeVito dalam Liliweri, komunikasi antar personal merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang yang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang bersifat langsung.<sup>20</sup>

Dalam kisah nabi Ibrahim di peroleh dari keterangan ayat bahwa komunikasi antar personal dilakukan dalam beberapa bentuk. Misalnya dalam bentuk dialog antara nabi Ibrahim dengan Namrud, sebagaimana dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 258.

... Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 258.

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمَلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمَ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أَحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمَ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ٢٥٨

Terjemahnya:

“Tidakkah kamu tidak memperhatikan orang yang men debat Ibrahim mengenai Tuhannya, karena Allah telah kerajaan (kekuasaan). Ketika Ibrahim berkata, “Tuhanku ialah Yang menghidupkan dan mematikan,” dia berkata: “Aku pun dapat menghidupkan dan mematikan,” Ibrahim berkata, “Allah menerbitkan matahari dari timur, maka terbitkanlah dia dari barat,” Maka bingunglah orang yang kafir itu. Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang zalim<sup>21</sup>.

Ayat di atas adalah salah satu bentuk komunikasi antar personal nabi Ibrahim dengan Namrud dalam bentuk dialog. Dalam dialog tersebut Namrud menentang pernyataan nabi Ibrahim untuk mengakui Tuhannya.

<sup>20</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi*. (Jakarta: Rosdakarya, 2017), h. 13.

<sup>21</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2009), h. 54.

Orang memerlukan hubungan antar personal terutama untuk dua hal yaitu perasaan (*attachment*) dan ketergantungan (*dependency*). Perasaan mengacu pada hubungan yang bersifat emosional intensif, sementara ketergantungan mengacu pada instrumen antar personal seperti mencari kedekatan, membutuhkan bantuan, serta kebutuhan berteman dengan orang lain, yang juga membutuhkan untuk kepentingan hidup. Salah satu karakteristik penting dari hubungan antar personal yaitu hubungan tersebut banyak yang tidak diciptakan untuk diakhiri berdasarkan kemauan atau kesadaran kita.

Komunikasi antar personal sering disebut dengan *dyadic communication* maksudnya yaitu “komunikasi antara dua orang”, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*) ataupun bisa juga melalui media seperti telepon. Ciri khas dari komunikasi antar personal adalah sifatnya yang dua arah atau timbal balik (*two ways communication*). Namun, komunikasi antar personal melalui tatap muka mempunyai satu keuntungan dimana melibatkan perilaku nonverbal, ekspresi fasial, jarak fisik, perilaku paralinguistik yang sangat menentukan jarak sosial dan keakraban.<sup>22</sup>

Bentuk utama dari komunikasi antar personal adalah komunikasi tatap muka, dimana komunikasi ini biasanya merupakan suatu rangkaian pertukaran pesan antara dua individu dalam proses komunikasi, serta diantara individu tersebut berhasil menjalin suatu kontak. Kontak itu berhasil karena antara individu yang melakukan komunikasi tersebut saling mempertukarkan pesan secara bergantian dan berbalas-balasan. Keberadaan interaksi antar individu inilah yang menunjukkan bahwa komunikasi antar pribadi menghasilkan suatu umpan balik pada tingkat keterpengaruhan tertentu. Aksi dan reaksi secara

---

<sup>22</sup>Richard West, dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. (Jakarta: Salemba Humanika. 2014), h. 33

langsung terlihat karena jarak fisik partisipan yang dekat sekali. Interaksi dalam komunikasi antar personal, dapat menghasilkan berupa suatu perubahan pendapat, sikap, perilaku dan tindakan tertentu.

Cassagrande dalam Liliweri, berpendapat seseorang melakukan komunikasi dengan orang lain karena:

- a. Setiap orang memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kelebihan.
- b. Setiap orang terlibat dalam proses perubahan yang relatif cepat.
- c. Interaksi hari ini merupakan *spectrum* pengalaman masa lalu dan menjadikan orang mengantisipasi masa depan.
- d. Hubungan diciptakan jika berhasil merupakan pengalaman yang baru.<sup>23</sup>

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Cassagrande, dapat disimpulkan bahwa keinginan berkomunikasi secara pribadi disebabkan oleh dorongan pemenuhan kebutuhan yang belum dan tidak dimiliki seseorang sebelumnya.

Fungsi dan tujuan komunikasi antar personal yaitu berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relation*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.<sup>24</sup> Komunikasi antar personal juga dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan di antara pihak-pihak yang melakukan komunikasi.

Berdasarkan definisi komunikasi antar personal yang dikemukakan oleh berbagai ahli maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi antar personal

<sup>23</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi ...*, h. 67.

<sup>24</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Edisi Terjemahan, (Jakarta: Erlangga, 2014), h.48.

adalah komunikasi yang berlangsung antara pengirim dan penerima pesan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dikatakan terjadi secara langsung apabila komunikasi ini dilakukan secara tatap muka dan dikatakan tidak terjadi secara langsung apabila komunikasi ini dilakukan dengan menggunakan media tertentu. Jadi komunikasi antar personal tidak semata-mata terjadi hanya diantara dua orang saja, bisa terjadi antara seseorang dengan sekelompok kecil orang.

Komunikasi antar personal adalah komunikasi antara individu-individu atau tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.<sup>25</sup>

Menurut Carl I. Hovland dalam Onong Uchjana, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian seseorang terhadap orang lain.<sup>26</sup> R. Wayne Pace dalam Hafied Cangara mengemukakan bahwa komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dapat menerima dan menanggapi secara langsung.<sup>27</sup> Dean Barnlund menjabarkan komunikasi antar personal sebagai perilaku orang-orang pada pertemuan tatap

---

<sup>25</sup>Agus M. Hardjana, *Komunikasi Interpersonal*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 20.

<sup>26</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h. 9.

<sup>27</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h.32.

muka dalam situasi sosial informal dan melakukan interaksi terfokus lewat pertukaran isyarat verbal maupun non verbal yang saling berbalasan.<sup>28</sup>

Komunikasi antar personal merupakan komunikasi yang pesannya di kemas dalam bentuk verbal dan non verbal, seperti komunikasi pada umumnya komunikasi antar personal selalu mencakup dua unsur pokok yaitu isi pesan dan bagaimana isi pesan dikatakan dan dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Dua unsur tersebut sebaiknya diperhatikan dan dilakukan berdasarkan pertimbangan situasi, kondisi, dan keadaan penerima pesan.

Komunikasi antar personal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan, dan perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama. Komunikasi antar personal atau komunikasi antar pribadi adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*feed back*).<sup>29</sup>

Defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antar personal adalah komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan suatu pesan baik berupa inspirasi, dorongan semangat kepada orang lain dengan tujuan merubah untuk merubah pemikiran atau pandangan orang tersebut.

---

<sup>28</sup>Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 3.

<sup>29</sup>H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 8.

a. Tujuan Komunikasi Antar Personal

Menurut Widjaja dalam bukunya Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, tujuan dari komunikasi antar personal yang penting untuk di pelajari ada enam, yaitu:

- 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain
- 2) Mengetahui dunia luar
- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan
- 4) Mengubah sikap dan perilaku
- 5) Bermain dan mencari hiburan
- 6) Membantu orang lain.<sup>30</sup>

Uraian tersebut di atas adalah tujuan-tujuan komunikasi antar personal ini tidak harus dilakukan dengan sadar ataupun dengan suatu maksud, tetapi bisa pula dilakukan dengan sadar ataupun dengan suatu maksud, tetapi bisa pula dilakukan dengan tanpa sadar atau dengan maksud tertentu.

- 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain. Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antar personal. Komunikasi antar personal memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapat perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Pada kenyataannya, persepsi-persepsi diri kita sebagian besar merupakan hasil dari apa yang kita pelajari tentang diri kita sendiri dari orang lain melalui komunikasi antar personal. Melalui komunikasi antar personal kita juga belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain. Dalam arti bahwa kita tidak harus dengan serta merta menceritakan latar belakang kita pada setiap orang.

---

<sup>30</sup>H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 122.

Selain itu, melalui komunikasi antar personal kita juga mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain. Kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain.

- 2) Mengetahui dunia luar komunikasi antar personal juga memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek, kejadian-kejadian, dan orang lain. Banyak informasi yang kita miliki sekarang berasal dari interaksi antar personal.
- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang lain menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain. Ternyata kita tidak ingin hidup sendiri dan terisolasi dari masyarakat.
- 4) Mengubah sikap dan perilaku dalam komunikasi antar personal sering kita berupaya menggunakan sikap dan perilaku orang lain. Kita ingin seseorang memilih suatu cara tertentu, mencoba makanan baru, memberi suatu barang, mendengarkan musik tertentu, membaca buku, menonton bioskop, berpikir dalam cara tertentu, percaya bahwa sesuatu benar atau salah, dan sebagainya. Singkatnya kita banyak mempergunakan waktu untuk mempersuasi orang lain melalui komunikasi antar personal.
- 5) Bermain dan mencari hiburan bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan. Bercerita dengan teman tentang kegiatan di akhir pekan, membicarakan olahraga, menceritakan kejadian-kejadian lucu, dan pembicaraan lain yang hampir sama merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh hiburan. Sering kali tujuan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan, karena bisa

memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dan sebagainya.

- 6) Membantu orang lain. Kita sering memberikan berbagai nasihat dan saran pada teman-teman kita yang sedang menghadapi suatu persoalan dan berusaha untuk menyelesaikan persoalan tersebut. Contoh-contoh ini memperlihatkan bahwa tujuan dari proses komunikasi antar personal adalah membantu orang lain. Dari hasil tujuan komunikasi antar personal yang telah dijelaskan di atas, jika diterapkan dalam pendidikan formal di sekolah, komunikasi antar personal terjadi dalam situasi formal maupun informal. Komunikasi antar personal formal biasanya dilakukan di saat belajar di dalam kelas dengan memberikan suatu diskusi pelajaran. Dengan adanya diskusi pelajaran ini tentunya jalinan komunikasi antar personal dosen dan mahasiswa tidak lagi menjadi kendala. Bahkan jalinan komunikasi antar personal ini dapat memberikan motivasi belajar bagi mahasiswanya, seperti membentuk perilaku mahasiswanya menjadi sangat efektif.<sup>31</sup>

Ke enam tujuan komunikasi antar personal tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan komunikasi tidak hanya dilakukan secara sengaja, komunikasi antar personal juga dapat terjadi secara natural dan tanpa adanya kesengajaan.

#### b. Bagian dan Ciri Komunikasi Antar Personal

Menurut Sendjaja bahwa komunikasi antar personal terjadi melalui proses pengirim dan penerima pesan diantara dua orang (*dyadic*), tiga orang (*triadic*) atau antara sekelompok kecil orang (*small group*) dengan berbagai efek yang bersifat personal (pribadi). Proses ini melibatkan berbagai bagian secara

---

<sup>31</sup>H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 124.

integratif dan sistematis. Bagian - bagian yang terlibat dalam proses komunikasi antar personal adalah:

- 1) Pengirim - penerima
- 2) Encoding – Decoding
- 3) Pesan – pesan
- 4) Saluran
- 5) Gangguan
- 6) Umpan balik
- 7) Konteks
- 8) Bidang pengalaman dan akibat.<sup>32</sup>

Sedangkan komunikasi antar personal mempunyai beberapa ciri-ciri antara lain:

- 1) Anggotanya terlibat dalam proses komunikasi yang berlangsung
- 2) Pembicaraan berlangsung bergantian dari semua peserta dan mempunyai kedudukan yang sama dalam proses komunikasi
- 3) Sumber dan penerima sulit diidentifikasi.<sup>33</sup>

Suranto menyebutkan ada lima ciri dari komunikasi antar personal, berikut ringkasannya:

- 1) Arus pesan dua arah. Komunikasi antar personal menempatkan pemberi dan penerima pesan dalam posisi yang sejajar sehingga penyampaian pesan mengikuti arus dua arah dapat berganti peran secara tepat.

---

<sup>32</sup>Muhammad Anshar Akil, *Ilmu Komunikasi Konstruksi, Proses & level Komunikasi Kontemporer* (Makassar: Alauddin University Press, 2012), h.77.

<sup>33</sup>Arifuddin Tike, *Dasar – dasar Komunikasi, Suatu Studi Aplikasi* (Yogyakarta: Kota Kembang Yogyakarta, 2009), h. 41.

- 2) Suasana nonformal. Komunikasi antar personal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal sehingga pesan komunikasi biasanya bersifat lisan, bukan tertulis.
- 3) Umpan balik segera. Komunikasi antar personal biasanya mempertemukan komunikan dengan komunikator secara tatap muka sehingga respon dapat diketahui dengan segera baik secara verbal maupun non verbal.
- 4) Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi antar personal merupakan metode dalam komunikasi yang menuntut komunikan dan komunikator berada dalam jarak dekat secara fisik maupun psikologis, yakni berada dalam satu lokasi tertentu dan keintiman hubungan individu.
- 5) Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.<sup>34</sup>

Terdapat beberapa teori komunikasi antar personal diantaranya:

1). Teori Procced View

Teori ini merupakan teori komunikasi yang merupakan salah satu teori dari pengembangan diri dalam individu seseorang. Teori ini merupakan teori komunikasi yang dilihat dari kualitas pribadi. Seperti halnya pada Mario Teguh yang berbicara, maka akan banyak orang yang mendengarkan. Dengan kata lain, teori *procced view* ini dilihat dari siapa yang berbicara.

Siapa yang berbicara, dialah yang didengar. Semakin ia berkualitas, semakin banyak orang yang mendengarkan. Sehingga teori ini memerlukan kualitas pribadi terlebih dahulu untuk melanjutkan komunikasinya agar banyak orang yang mendengarkan. Biasanya, teori ini berhubungan dengan kepercayaan pada seseorang. Semakin banyak orang yang percaya dengan orang tersebut,

---

<sup>34</sup>Suranto. *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 14.

maka semakin banyak orang yang mendengarkan.<sup>35</sup> Penyuluh KKBPk sebagai petugas yang ada dilapangan tentunya bisa menerapkan teori *procced view* ini dalam hal peningkatan partisipasi pria.

## 2). Teori Kebutuhan Hubungan Interpersonal

Gregory Bateson adalah seorang Antropolog, dia pendiri garis teori ini yang selanjutnya dikenal dengan komunikasi relasional. Kerjanya mengarah pada pengembangan dua proposisi mendasar pada mana kebanyakan teori relasional masih bersandar. Pertama yaitu sifat mendua dari pesan: setiap pertukaran interpersonal membawa dua pesan, pesan “report” dan pesan “command”. Report message mengandung substansi atau isi komunikasi, sedangkan command message membuat pernyataan mengenai hubungan. Dua elemen ini selanjutnya dikenal sebagai “isi pesan” dan “pesan hubungan”, atau “komunikasi” dan “metakomunikasi”.

Pesan report menetapkan mengenai apa yang dikatakan, dan pesan command menunjukkan hubungan diantara komunikator. Isi pesan sederhana seperti “I love you” dapat dibawakan dalam berbagai cara, dimana masing-masing mengatakan sesuatu secara berbeda mengenai hubungan. Frasa ini dapat dikatakan dalam cara yang bersifat dominasi, submissive, pleading (memohon), meragukan, atau mempercayakan. Isi pesannya sama, tetapi pesan hubungan dapat berbeda pada tiap kasus.

Proposisi kedua Bateson yaitu bahwa hubungan dapat dikarakterisasi dengan komplementer atau simetris. Dalam hubungan yang komplementer, sebuah bentuk perilaku diikuti oleh lawannya. Contoh, perilaku dominan seorang

---

<sup>35</sup>Heru, “14 Teori-Teori Komunikasi dan Pengertiannya,”. (diakses dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-teori-komunikasi-antar-pribadi>, pada tanggal 21 Oktober 2020)

partisipasi memperoleh perilaku submissive dari partisipan lain. Dalam symmetry, tindakan seseorang diikuti oleh jenis yang sama. Dominasi ketemu dengan sifat dominan, atau submissif ketemu dengan submissif. Disini kita mulai melihat bagaimana proses interaksi menciptakan struktur dalam sistem. Bagaimana orang merespon satu sama lain menentukan jenis hubungan yang mereka miliki. Sistem yang mengandung serangkaian pesan submissif akan sangat berbeda dengan yang mengandung rangkaian pesan yang bersifat dominasi. Dan struktur pesan yang mencampur keduanya adalah berbeda pula.

Meski Bateson seorang pakar antropologi, gagasannya dengan cepat dibawa kedalam psikiatri dan diterapkan pada hubungan patologis. Beberapa peneliti komunikasi memanfaatkan kerja Bateson dan kelompoknya. Aubrey Fisher, salah satu yang dikenal baik dari kelompok ini, sebagai pemimpin teoritis sistem. Dalam buku *Perspectives on Human Communication* dia menerapkan konsep sistem kedalam komunikasi.

Analisa Fisher dimulai dengan perilaku seperti komentar verbal dan tindakan nonverbal sebagai unit terkecil analisa dalam sistem komunikasi. Perilaku yang dapat diamati ini dapat dilihat atau didengar dan merupakan satu-satunya ekspresi pemikiran bagi keterhubungan individu dalam sistem komunikasi. Dari sudut pandang sistem, perilaku itu sendiri adalah apa yang dihitung, dan struktur hubungan terdiri atas pola perilaku yang tersusun ini. Dengan kata lain, hubungan kita dengan orang lain ditentukan oleh bagaimana kedua kita bertindak dan apa yang kita katakan.

Pola komunikasi dibentuk oleh sekuen tindakan. Ketika kita berkomunikasi kita bertindak dan bereaksi dalam sekuen, jadi interaksi adalah arus pesan. Fisher percaya bahwa arus bicara dengan dirinya sendiri mengatakan sedikit mengenai komunikasi, sehingga harus dipecah kedalam unit-unit yang

mengandung tindakan dan respon. Fisher mengembangkan metode untuk mengetahui semua pola percakapan, yang terdiri atas pesan-pesan penyandian, sehingga pola respon dapat ditetapkan.

Unit yang paling dasar dari komunikasi dipakai Fisher adalah interact, atau rangkaian dua pesan yang bersambungan diantara dua orang. Contohnya yaitu pertanyaan dari orang pertama diikuti oleh jawaban dari orang kedua. Pertanyaan yang diikuti oleh jawaban akan berbeda dari permintaan yang diikuti persetujuan. Permintaan yang diikuti oleh penawaran adalah berbeda dari suggestion atau saran yang diikuti oleh keberatan. Interaksi dikombinasikan kedalam unit yang lebih besar disebut double interact (tiga tindakan), dan selanjutnya dikombinasi lagi kedalam triple interact (empat tindakan).

Struktur dari keseluruhan interaksi merupakan rangkaian interaksi yang makin lama makin membesar. Kebanyakan kerja Fisher melibatkan pembuatan keputusan dalam kelompok kecil. Dalam risetnya dia menyandi apa yang orang katakan dalam diskusi kelompok dan menganalisa interaksi ini dalam cara yang seluruh pola, atau struktur dari diskusi dapat digambarkan. Fisher menunjukkan bagaimana interaksi berkombinasi dengan bentuk fase pemuatan keputusan kelompok. Diantara periset yang terkenal dalam komunikasi relasional adalah Edna Rogers dan Frank Millar. Kerja Millar dan Rogers merupakan aplikasi langsung dari gagasa Bateson dan konsisten dengan teori Fisher. Secara khusus, mereka bertanggung jawab bagi pengembangan metode riset mengenai pengkode-an dan pengelompokan pola relasional. Seperti Fisher, Millar dan Rogers mengamati percakapan dan kode tindakan komunikasi dalam suatu cara yang membiarkan mereka menemukan pola yang diciptakan melalui interaksi. Dari risetnya mereka mengembangkan teori yang menunjukkan bagaimana hubungan mengandung struktur kontrol, kepercayaan, dan keakraban.

Asumsi Dasar dan Uraian Teori adalah satu bagian dalam lapangan komunikasi yang dikenal sebagai relational communication sangat dipengaruhi oleh teori sistem. Inti dari kerja ini adalah asumsi bahwa fungsi komunikasi interpersonal untuk membuat, membina, dan mengubah hubungan dan bahwa hubungan pada gilirannya akan mempengaruhi sifat komunikasi interpersonal. Poin ini berdasar pada gagasan bahwa komunikasi sebagai interaksi yang menciptakan struktur hubungan. Dalam keluarga misalnya, anggota individu secara sendirian tidak membentuk sebuah sistem, tetapi ketika berinteraksi antara satu dengan anggota lainnya, pola yang dihasilkan memberi bentuk pada keluarga. Gagasan sistem yang penting ini secara luas diadopsi dalam lapangan komunikasi. Proses dan bentuk merupakan dua sisi mata uang; saling menentukan satu sama lain.<sup>36</sup>

### 3). Teori Atribusi

Teori atribusi dalam komunikasi interpersonal adalah salah satu teori komunikasi interpersonal yang digolongkan ke dalam teori-teori yang menekankan pada adanya motivasi dalam suatu hubungan. Secara umum teori atribusi menyuguhkan sebuah kerangka kerja untuk memahami bagaimana setiap individu menafsirkan perilaku orang lain dan perilaku diri mereka sendiri. Menurut pencetusnya yaitu Fritz Heider, umumnya orang termotivasi untuk memahami perilaku dan pola perilaku.<sup>37</sup>

<sup>36</sup>Aulia Retno, "Pengertian Teori Komunikasi Antarpersonal," *Teori Komunikasi*. (diakses dari <http://auliaretnonurlacla.blogspot.com/2016/06/pengertian-teori-komunikasi.html>, pada tanggal 18 September 2020)

<sup>37</sup>Ambar, "Teori Atribusi dalam Komunikasi Interpersonal," (diakses dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-atribusi-dalam-komunikasi-interpersonal>, pada tanggal 20 September 2020)

Orang mengembangkan penjelasan pribadi tentang motivasi orang lain yang pada gilirannya mempengaruhi tindakan mereka terhadap orang lain. Setelah melakukan pengamatan dan menentukan apakah perilaku tersebut disengaja atau tidak, orang cenderung untuk mengelompokkan penyebab perilaku tersebut apakah disebabkan oleh seseorang atau situasi.

Teori ini menjelaskan bahwa ketika individu mengamati perilaku seseorang, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal. Perilaku yang disebabkan secara internal merupakan perilaku yang diyakini berada di bawah kendali pribadi seorang individu, dengan kata lain tidak terpengaruh oleh hal lain. Perilaku yang disebabkan secara eksternal merupakan perilaku yang dianggap sebagai akibat dari sebab-sebab luar, yaitu individu tersebut dianggap telah dipaksa berperilaku demikian oleh situasi.

Menurut Fritz Heider sebagai pencetus teori atribusi, teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori atribusi menjelaskan mengenai proses bagaimana kita menentukan penyebab dan motif tentang perilaku seseorang. Teori ini mengacu tentang bagaimana seseorang menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau dirinya sendiri yang akan ditentukan apakah dari internal misalnya sifat, karakter, sikap, dll ataupun eksternal misalnya tekanan situasi atau keadaan tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu.

Teori atribusi menjelaskan tentang pemahaman akan reaksi seseorang terhadap peristiwa di sekitar mereka, dengan mengetahui alasan-alasan mereka atas kejadian yang dialami. Teori atribusi dijelaskan bahwa terdapat perilaku yang berhubungan dengan sikap dan karakteristik individu, maka dapat dikatakan bahwa hanya melihat perilakunya akan dapat diketahui sikap atau karakteristik

orang tersebut serta dapat juga memprediksi perilaku seseorang dalam menghadapi situasi tertentu.

Fritz Heider juga menyatakan bahwa kekuatan internal (atribut personal seperti kemampuan, usaha dan kelelahan) dan kekuatan eksternal (atribut lingkungan seperti aturan dan cuaca) itu bersama-sama menentukan perilaku manusia. Dia menekankan bahwa merasakan secara tidak langsung adalah determinan paling penting untuk perilaku. Atribusi internal maupun eksternal telah dinyatakan dapat mempengaruhi terhadap evaluasi kinerja individu, misalnya dalam menentukan bagaimana cara atasan memperlakukan bawahannya, dan mempengaruhi sikap dan kepuasan individu terhadap kerja. Orang akan berbeda perilakunya jika mereka lebih merasakan atribut internalnya daripada atribut eksternalnya.<sup>38</sup>Teori atribusi menjelaskan tentang pemahaman akan reaksi seseorang terhadap peristiwa di sekitar mereka, dengan mengetahui alasan-alasan mereka atas kejadian yang dialami.

### 3. Partisipasi

Partisipasi, sebagai suatu konsep dalam pengembangan masyarakat, digunakan secara umum dan luas. Partisipasi adalah konsep sentral, dan prinsip dasar dari pengembangan masyarakat karena, di antara banyak hal, partisipasi terkait erat dengan gagasan HAM. Dalam pengertian ini, partisipasi adalah suatu tujuan dalam dirinya sendiri; artinya, partisipasi mengaktifkan ide HAM (Hak Asasi Manusia), hak untuk berpartisipasi dalam demokrasi dan untuk memperkuat demokratis *deliberative*.

Sebagai suatu proses dalam pengembangan masyarakat, partisipasi berkaitan dengan HAM dengan cara lainnya. Jika HAM lebih dari sekadar

---

<sup>38</sup>Hestanto, "Teori Atribusi Menurut Beberapa Cendekiawan," Teori Atribusi. (diakses dari <https://www.hestanto.web.id/teori-atribusi/>, pada tanggal 20 September 2020)

pernyataan dalam deklarasi yaitu jika partisipasi berakibat membangun secara aktif kultur HAM sehingga menjamin berjalannya proses-proses dalam pengembangan masyarakat secara partisipatif adalah suatu kontribusi signifikan bagi pembangunan kultur HAM, suatu kebudayaan yang partisipasi warga negaranya merupakan proses yang diharapkan dan normal dalam suatu upaya pembuatan keputusan. Dalam hal ini, partisipasi adalah alat dan juga tujuan karena membentuk bagian dari dasar kultur yang membuka terbukanya jalan bagi tercapainya HAM.

Paul berpendapat bahwa dalam partisipasi harus mencakup kemampuan rakyat untuk memengaruhi kegiatan-kegiatan sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan kesejahteraannya. Arti partisipasi sering disangkut pautkan dengan banyak kepentingan dan agenda yang berbeda yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat dan pembuatan keputusan secara politis. Dalam lain hal, Partisipasi masyarakat merupakan hak dan kewajiban warga Negara untuk memberikan kontribusinya kepada pencapaian tujuan kelompok, sehingga mereka diberi kesempatan untuk ikut serta dalam pembangunan dengan menyumbangkan inisiatif dan kreatifitasnya.<sup>39</sup>

Menurut Charly, partisipasi merupakan keterlibatan mental dan emosi seseorang atau sekelompok masyarakat di dalam situasi kelompok yang mendorong yang bersangkutan atas kehendak sendiri (kemauan diri) menurut kemampuan swadaya yang ada, untuk mengambil bagian dalam usaha pencapaian tujuan bersama dalam pertanggungjawabannya.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup>Finna Rizqinna, "Partisipasi Masyarakat," Wikipedia Ensiklopedia Bebas, (diakses dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Partisipasi\\_masyarakatcite\\_note-Finna\\_Rizqina-2](https://id.wikipedia.org/wiki/Partisipasi_masyarakatcite_note-Finna_Rizqina-2) pada tanggal 24 Agustus 2020)

<sup>40</sup>Niken Septihandini Puspaningtyas, Hardi Warsono, AUFARUL MAROM, *Partisipasi Masyarakat dalam Program Keluarga Berencana di Kecamatan Pedurungan*, Artikel. h.3

### a. Bentuk Partisipasi

- 1) Sumbangsihnya terhadap usaha pembangunan
- 2) Penerimaan manfaat secara merata.
- 3) Pengambilan keputusan yang menyangkut pelaksanaan program pembangunan sosial dan ekonomi.

Mengacu pada pandangan ini, partisipasi dibedakan menjadi dua hal, *authentic participation* (partisipasi otentik) yang merujuk pada terpenuhinya ketiga kriteria tersebut. Jika seluruh kriteria tersebut tidak dapat dipenuhi maka hal ini akan disebut *pseudo participation* (partisipasi semu).<sup>41</sup>

### b. Tingkatan Partisipasi

Sherry R Arnstein membuat skema tingkatan partisipasi masyarakat dalam memutuskan kebijakan. Ada tiga tingkat utama dan delapan sub-tingkatan, yaitu:

- 1) *Citizen control*: yaitu masyarakat mengendalikan kebijakan publik mulai dari perumusan, implementasi hingga evaluasinya.
- 2) *Delegated power*: Berarti pemerintah memberikan kewenangan kepada masyarakat untuk mengurus sendiri beberapa keperluannya dalam suatu program pembangunan.
- 3) *Partnership*: adanya kemitraan antara pemerintah dan masyarakat dalam program pembangunan.
- 4) *Placation*: melibatkan warga untuk menjadi anggota komite dalam program namun hak memutuskan tetap berada pada pemerintah
- 5) *Consultation*: adanya komunikasi dua arah seperti survey sikap, pertemuan warga, dan dengar pendapat.

---

<sup>41</sup>Niken Septihandini Puspaningtyas, Hardi Warsono, AUFARUL MAROM, *Partisipasi Masyarakat dalam Keluarga Berencana di Kecamatan Pedurungan*, Artikel. h.3

- 6) *Information*: hanya ada komunikasi satu arah dari pemerintah kepada masyarakat seperti pengumuman, pamflet, poster, laporan tahunan.
- 7) *Therapy* :bertujuan tidak untuk mendorong rakyat untuk berpartisipasi melainkan untuk mendidik rakyat.
- 8) *Manipulation* :masyarakat diarahkan agar tidak merasa dipaksa untuk melakukan sesuatu, namun sesungguhnya diarahkan untuk berperan serta.<sup>42</sup>

Mengintegrasikan gender ke dalam program Keluarga Berencana (KB) juga merupakan salah satu tema penting pembangunan. Hal ini akan meningkatkan kesehatan bangsa dan keadilan gender. Untuk itu pemerintah RI mendorong dan melibatkan peran aktif pria di dalam program KB. Pendekatan Program KB yang baru ialah menempatkan pria sebagai partner reproduksi dan seksual yang setara bagi kaum perempuan, pria terlibat langsung dalam fertilitas Konferensi Internasional tentang Kependudukan dan Pembangunan (ICPD) di Kairo tahun 1994 juga menggariskan perubahan pendekatan program KB dari pendekatan pengendalian populasi menjadi pendekatan kesehatan reproduksi dengan memperhatikan hak reproduksi dan kesetaraan gender.

Untuk memudahkan pelaksanaannya Pemerintah RI menetapkan regulasi. Ditegaskan pada pasal 25 Ayat 1 regulasi tersebut, bahwa suami dan/atau istri mempunyai kedudukan, hak, dan kewajiban yang sama dalam melaksanakan KB.<sup>43</sup> Pasal ini menawarkan nilai baru, bahwa program KB bukanlah tipikal menyangkut perempuan atau ibu, tetapi juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peran ayah atau pria. Hal ini senada dengan

---

<sup>42</sup>Niken Septihandini Puspaningtyas, Hardi Warsono, dan Aufarul Manum “Partisipasi Masyarakat dalam Program Keluarga Berencana di Kecamatan Pedurungan”, dalam *Jurnal Kebijakan dan Manajeme Publik*, Yogyakarta: Vol. 3, No. 1/2014, h. 3.

<sup>43</sup>Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah RI*, Nomor 87, Tahun 2014.

adanya indikator kesetaraan gender yaitu akses, partisipasi, kontrol dan manfaat yang menjadi salah satu tolak ukur adanya pengarusutamaan gender.<sup>44</sup> Dukungan pemerintah terhadap pengarusutamaan gender dengan menetapkan sebuah regulasi yang mengatur persamaan hak pria dan perempuan dalam program KB. Sehingga program KB bukan hanya dibebankan kepada perempuan atau istri.

#### 4. Penyuluh KKBPK

Penyuluh Kependudukan, Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBPK) merupakan ujung tombak pengelola KB dilini lapangan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga,<sup>45</sup> dan peraturan Presiden Nomor 62 Tahun 2010 tentang Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional,<sup>46</sup> menyatakan bahwa BKKBN mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintah di bidang pengendalian penduduk dan menyelenggarakan Keluarga Berencana, agar amanat tersebut dapat terimplementasikan perlu ditetapkan Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) di bidang pengendalian penduduk dan penyelenggaraan keluarga berencana. Seorang Penyuluh Kependudukan, Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBPK) paling tidak harus memiliki 3 kemampuan,

<sup>44</sup>Andriani, “Pengarusutamaan Gender dalam Implementasi Program Keluarga Berencana di Kota Yogyakarta”, dalam Jurnal *Penelitian Kesejahteraan Sosial*, Yogyakarta: Vol. 18, No. 2/2019, h. 2.

<sup>45</sup>Republik Indonesia, “Undang-undang RI Nomor 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga,” dalam *Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia 2009* (Jakarta: Kemenpppa), h. 1.

<sup>46</sup>Republik Indonesia, “Peraturan Presiden RI Nomor 62 Tahun 2010 tentang Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional,” dalam *Dasar Pembentukan Kementerian/Lembaga/Badan/Organisasi 2010* (Jakarta: LL Setkab), h.1.

yaitu :1)Kemampuan Berkomunikasi, 2) Kemampuan Bekerja dengan Data, 3) Kemampuan membangun jaringan dan koordinasi dengan berbagai pihak.

Menurut Natawidjaja Penyuluhan adalah hubungan timbal balik antara dua orang individu, dimana yang seseorang (yaitu penyuluh) berusaha membantu orang lain (yaitu klien) untuk mencapai pengertian tentang dirinya sendiri dalam hubungan dengan masalah-masalah yang dihadapinya saat ini dan mungkin dihadapinya pada waktu yang akan datang.<sup>47</sup>

Penyuluhan merupakan wujud pengenalan yang dianggap efektif dalam melakukan penyebaran informasi. Penyampaian secara langsung dengan bertatap muka menjadikan metode ini dapat meminimalisir kesalahpahaman. Metode penyuluhan ini membuat penyampaian pesan secara langsung kepada masyarakat dan masyarakat mampu bertanya untuk mengetahui suatu hal pada saat yang sama.

Dari definisi di atas, penulis melihat penyuluhan sebagai sarana berkomunikasi kepada masyarakat luas untuk menginformasikan sesuatu hal agar ditindak lanjuti masyarakat dengan perbuatan nyata secara sukarela tanpa paksaan guna mendapat kehidupan yang lebih baik. Tujuannya untuk menciptakan pola kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat itu sendiri untuk sadar mempraktekan informasi pengetahuan yang telah didapatnya.

Dalam pengelolaan program Kependudukan, Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBPK), petugas penyuluh KKBPK dituntut profesional dalam melaksanakan Penyuluhan, Pelayanan, Penggerakan dan Pengembangan (P4) di bidang pengendalian penduduk dan keluarga berencana sehingga mencapai hasil yang maksimal serta mendapatkan angka kredit dalam

---

<sup>47</sup>Amrina, Hairunnissa, dan Sarwo Edy Wibowo, "Analisa Peran Penyuluh Kelurga Berencana Mensukseskan Program BKKBN", dalam Jurnal *Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Edisi 4, Oktober 2018, h. 181.

jenjang karier atau jabatan.<sup>48</sup> Penyuluh KKBPK Ujung Tombak Keberhasilan Program KKBPK. Perubahan Program Keluarga Berencana (KB) menjadi Program Kependudukan, Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBPK) merupakan salah satu bukti bahwa konsentrasi pemerintah dalam pembangunan dipengaruhi oleh kuantitas dan kualitas penduduk.

Salah satu sumber kesuksesan Program Kependudukan, Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBPK) adalah dengan adanya Penyuluh KKBPK, para Tenaga Penggerak Desa dan Kelurahan. Penyuluh KKBPK memiliki peran sebagai penggerak yang handal untuk masyarakat agar dapat dukungan pengelolaan dan pelaksanaan Program KKBPK.<sup>49</sup> Untuk mendorong peran Penyuluh KKBPK sebagai penggerak dalam menyukseskan program tentunya dengan sarana prasarana yang memadai dan telah dianggarkan oleh instansi terkait.

a. Peran Penyuluh KKBPK

1. Pengelola pelaksanaan kegiatan Program KB Nasional di desa/kelurahan
2. Penggerak partisipasi masyarakat dalam program KB Nasional di desa/kelurahan
3. Pemberdayaan keluarga dan masyarakat dalam pelaksanaan program KB Nasional di desa/kelurahan,
4. Menggalang dan mengembangkan kemitraan dengan berbagai pihak dalam pelaksanaan program KB Nasional di desa/kelurahan.

---

<sup>48</sup>Kabar Banten, *Pengelolaan Program KKBPK, Penyuluh KB dituntut Profesional melaksanakan p4.* (diakses dari <https://www.kabar-banten.com/pengelolaan-program-kkbpk-penyuluh-kb-dituntut-profesional-melaksanakan-p4/>, pada tanggal 18 Agustus 2020)

<sup>49</sup>Matiti News, *Memahami Tugas dan Peran Penyuluh KKBPK*, (diakses dari <http://www.matitinews.com/blog/memahami-tugas-dan-peran-penyuluh-kkbpk/>.html, pada tanggal 20 Agustus 2020)

### b. Fungsi Penyuluh KKBPK

Mempunyai fungsi merencanakan, mengorganisasikan, mengembangkan, melaporkan dan mengevaluasi program KB Nasional dan program pembangunan lainnya di tingkat Desa/Kelurahan.

### c. Tugas Penyuluh KKBPK

- 1) Perencanaan Penyuluh KKBPK dalam bidang perencanaan bertugas meliputi penguasaan potensi wilayah kerja sejak pengumpulan data, analisa penentuan masalah prioritas, penyusunan rencana kerja dan memfasilitasi penyusunan jadwal kegiatan tingkat RT, RW dan Desa/Kelurahan
- 2) Pengorganisasian Tugas Penyuluh KKBPK dibidang pengorganisasian meliputi memperluas pengetahuan dan wawasan program, rekrutmen kader, mengembangkan kemampuan dan memerankan kader/IMP dan mitra kerja lainnya dalam program KB. Bila di wilayah kerjanya tidak ada kader, Penyuluh KKBPK diharapkan dapat membentuk kader, memberikan pelatihan/orientasi untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kader, memfasilitasi dan memberikan kesempatan yang lebih besar kepada kader untuk berperan sampai dengan pengembangan kemitraan dan jaringan kerja dengan berbagai instansi yang ada
- 3) Pelaksana dan Pengelola Program Tugas Penyuluh KKBPK sebagai pelaksana dan pengelola melakukan berbagai kegiatan mulai penyiapan IMP dan mitra kerja lainnya dalam melaksanakan program, memfasilitasi peran IMP dan mitra lainnya penyiapan dukungan untuk terselenggaranya program KB di desa/kelurahan serta Advokasi, KIE/Konseling maupun pemberian pelayanan program KB (KB-KR) dan program KS-PK

- 4) Pengembangan Tugas Penyuluh KKBPK melaksanakan pengembangan kemampuan teknis IMP dan mitra lainnya dalam penyelenggaraan program KB Nasional di desa/kelurahan
- 5) Evaluasi dan Pelaporan Tugas Penyuluh KKBPK dalam evaluasi dan pelaporan program KB Nasional sesuai dengan sistem pelaporan yang telah ditentukan secara berkala.<sup>50</sup>

Peran, Fungsi dan Tugas merupakan tanggung jawab penyuluh KKBPK sebagai perangkat pemerintah dalam mengendalikan laju pertumbuhan penduduk di Indonesia pada umumnya dan khususnya di Kota Parepare.

#### 5. Akseptor KB Pria

Pada zaman Rasulullah saw tidak ada seruan luas untuk ber KB, atau mencegah kehamilan ditengah-tengah kaum muslimin. Tidak ada upaya dan usaha yang serius untuk menjadikan az-,azl (senggama terputus) sebagai amalan yang meluas dan tindakan yang populer di tengah-tengah masyarakat.

Sebagian sahabat Rasulullah saw yang melakukannya juga tidak lebih hanya pada kondisi darurat, dan ketika hal itu diperlukan oleh keadaan pribadi mereka. Oleh karena itu, Nabi Muhammad saw tidak menyuruh dan tidak melarang al-,azl. Pada masa sekarang ini, umat manusia banyak menciptakan alat dan menciptakan berbagai macam cara untuk menghentikan kehamilan.

Di dalam al-Qur'an dan hadis, yang merupakan sumber pokok hukum Islam dan yang menjadi pedoman hidup bagi umat Islam tidak ada nash yang shohih yang melarang ataupun yang memerintahkan ber KB secara eksplisit.

---

<sup>50</sup>Samsul Jaclani, "Peran, Fungsi dan Tugas Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana," (diakses dari <https://samsuljaclaniblog.wordpress.com/2014/03/10/peran-fungsi-dan-tugas-plkb-penyuluh-lapangan-keluarga-berencana/> pada tanggal 22 November 2020)

Karena itu hukum ber KB harus dikembalikan kepada kaidah hukum Islam yang menyatakan :

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل على الدليل على تحريمها

“Pada dasarnya segala sesuatu/perbuatan itu boleh, kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya.”<sup>51</sup>

Melakukan KB dengan menjarangkan kelahiran adalah mubah (diperbolehkan) oleh Islam itupun bila ada hajat/keperluan pribadi antara suami istri yang bersangkutan dalam rangka mencapai tujuan tertentu namun harus didahului dengan penelitian atau riset oleh suatu tim ahli di bidangnya (kesehatan, kependudukan, perekonomian, sosial, pendidikan dan agama).

Bila hasil penelitian itu menentukan bahwa KB memang benarbenar perlu dilakukan, maka bolehlah dilaksanakan dalam arti di daerah mana dan sampai jangka waktu yang diperlukan. Untuk pelaksanaan KB boleh dipergunakan obat-obat/alat-alat dan cara-cara yang tidak membahayakan suami-istri baik rohani maupun jasmani, seperti pil, kondom dan ‘azl (senggama terputus).<sup>52</sup>

Jika KB bertujuan untuk membatasi keturunan tanpa ada alasan yang dibenarkan, maka tidak dibenarkan menurut syariat Islam. Oleh karena itu niat untuk menggunakan alat kontrasepsi KB harus terlebih dahulu diluruskan. KB bukan untuk membatasi kelahiran tetapi dititikberatkan kepada perencanaan, pengaturan dan pertanggungjawaban orang terhadap anggota-anggota keluarganya. Dengan demikian, hukum menggunakan alat kontrasepsi KB dibolehkan.<sup>53</sup>

<sup>51</sup>Maslani, Hasbiyallah, *Masail Fiqhiyah Al-Hadisyah, Fiqih Kontemporer*, (Bandung: Segarsy, 2009), h. 64.

<sup>52</sup>Tihami dan Sohari Sahrani, *Masail Al-Fiqhiyah*, (Jakarta: Diadit Media, 2007), h. 29.

<sup>53</sup>Maslani, Hasbiyallah, *Masail Fiqhiyah Al-Hadisyah, Fiqih Kontemporer*, (Bandung: Segarsy, 2009), h. 63.

Di dalam Al-Quran memang terdapat pola *Marry and Generate*, ditambah lagi bahwa adopsi tidak ada dalam hukum Islam, akan tetapi juga tidak terdapat dalam penjelasan bahwa Al-Quran menolak Keluarga Berencana. Bahkan Al-Quran secara gamblang menyebutkan bahwa generasi yang ditinggal janganlah generasi yang lemah.<sup>54</sup>

Menurut Mahjuddin KB dibolehkan dalam ajaran Islam karena pertimbangan ekonomi, kesehatan dan pendidikan. Bahkan menjadi dosa baginya jikalau ia melahirkan anak yang tidak terurus dengan baik masa depannya yang akhirnya menjadi beban yang berat bagi masyarakat, karena orangtuanya tidak menyanggupi biaya hidupnya, kesehatan dan pendidikannya.

... Allah berfirman dalam Q.S. An-Nisa/4: 9.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٩)

Terjemahnya:

Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar<sup>55</sup>.

Menurut Masjfuk Zuhdi bahwa hukum menggunakan alat kontrasepsi KB adalah mubah (boleh) menjadi sunnah, wajib, makruh atau haram. Perubahan tersebut sesuai dengan situasi dan kondisi individu muslim yang bersangkutan dan juga memperhatikan perubahan zaman, tempat dan keadaan masyarakat/negara. Hal ini sesuai dengan kaidah hukum Islam:

تَعْرِضُ الْفِتْوَى وَاجْتِلَالُهَا بِحَسَبِ تَعَرُّرِ الْأَزْمَةِ وَالْأَمَكَةِ وَالْأَحْوَالِ

<sup>54</sup> Koes Irianto, *Pelayanan Keluarga Berencana*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 73.

<sup>55</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2009), h. 102.

Artinya:

“Hukum-hukum itu bisa berubah sesuai dengan perubahan zaman, tempat dan keadaan.”<sup>56</sup>

Berikut ini beberapa pandangan ulama berkaitan dengan keluarga berencana, terbagi kepada ulama yang membolehkan dan ulama yang melarang. Diantara ulama yang membolehkan adalah:

- a. Imam Ghazali. KB dibolehkan dengan motif yang dibenarkan, seperti: untuk menjaga kesehatan si ibu, untuk menghindari kesulitan hidup, karena banyak anak dan untuk menjaga kecantikan si ibu.
- b. Syekh al-Hariri (Mufti besar Mesir). Sama halnya dengan Imam Ghazali, Syekh al-Hariri juga membolehkan KB, yaitu: untuk menjarangkan anak, untuk menghindari suatu penyakit bila ia mengandung, untuk menghindari kemudharatan bila ia mengandung dan melahirkan, untuk menjaga kesehatan si ibu.
- c. Syekh Mahmud Syaltut, dibolehkan KB dengan motif bukan pembatasan kelahiran tetapi untuk mengatur kelahiran.<sup>57</sup>

Adapun dasar dibolehkannya KB dalam Islam menurut dalil aqli adalah karena pertimbangan kesejahteraan penduduk yang diidamidamkan oleh bangsa dan negara. Sebab kalau pemerintah tidak melaksanakannya, maka keadaan rakyat di masa datang dapat menderita. Oleh karena itu, pemerintah menempuh suatu cara untuk mengatasi ledakan penduduk yang tidak seimbang dengan pertumbuhan perekonomian nasional, dengan mengadakan program KB, untuk mencapai kemaslahatan seluruh rakyat.<sup>58</sup>

<sup>56</sup>Maslani, Hasbiyallah, *Masail Fiqhiyah Al-Hadisyah...*, h. 64.

<sup>57</sup>Maslani, Hasbiyallah, *Masail Fiqhiyah Al-Hadisyah...*, h. 66.

<sup>58</sup>Mahjuddin, *Masail al-Fiqhiyah, Berbagai Kasus yang dihadapi Hukum Islam Masa Kini*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2003), h. 65.

Pertimbangan kemaslahatan ummat (rakyat) dapat dijadikan dasar pertimbangan untuk menetapkan hukum Islam menurut Madzhab Maliki yang disebutnya sebagai Mashlahah Mursalah. Tentu saja di Negara Indonesia yang tercinta ini, pemerintah sebagai pelaksana amanah rakyat, berkewajiban untuk melaksanakan program KB, sesuai dengan petunjuk GBHN. Maka program tersebut hukumnya boleh dalam Islam, karena pertimbangan kemaslahatan ummat (rakyat).

Di dalam Sasaran Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2004-2009,<sup>59</sup> dijelaskan bahwa partisipasi pria menjadi salah satu indikator keberhasilan program KB dalam memberikan kontribusi yang nyata untuk mewujudkan keluarga kecil berkualitas. Partisipasi pria/suami dalam KB adalah tanggung jawab pria/suami dalam kesertaan ber KB, serta berperilaku seksual yang sehat dan aman bagi dirinya, pasangan dan keluarganya.

Bentuk partisipasi pria/suami dalam KB dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Partisipasi pria/suami secara langsung (sebagai peserta KB) adalah pria/suami menggunakan salah satu cara atau metode pencegahan kehamilan, seperti kondom, vasektomi (kontap pria), serta KB alamiah yang melibatkan pria/suami (metode sanggama terputus dan metode pantang berkala). Sedangkan keterlibatan pria secara tidak langsung misalnya pria memiliki sikap yang lebih positif dan membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan sikap dan persepsi, serta pengetahuan yang dimilikinya.<sup>60</sup>

Akseptor KB Pria merupakan peserta KB yang menggunakan metode, obat dan alat kontrasepsi dalam hal penelitian ini adalah peserta KB Pria yang

---

<sup>59</sup>Republik Indonesia, "Peraturan Presiden RI Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2004-2009," dalam *RPJMN 2004-2009* (Jakarta: Bappenas), h.4.

<sup>60</sup>Reno Muhatiah, "Partisipasi Pria dalam Program Keluarga Berencana", dalam *Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, Riau: Vol. 11, No. 1 (2012), h. 5.

menggunakan metode kontrasepsi melalui operasi yang lazim dikenal dengan Metode Operasi Pria (MOP) atau bisa juga disebut dengan Vasektomi. Vasektomi merupakan tindakan penutupan (pemotongan, pengikatan, penyumbatan) kedua saluran sperma sebelah kanan dan kiri, sehingga pada waktu ejakulasi cairan mani yang keluar tidak lagi mengandung sperma, sehingga tidak terjadi kehamilan. Tindakan ini lebih ringan dari sunat atau khitan, pada umumnya dilakukan sekitar 10-15 menit, dengan cara memotong dan mengikat saluran sperma (vas deferens) yang terdapat di dalam kantong buah zakar.<sup>61</sup>

Kesertaan Pria dalam KB dan Kesehatan Reproduksi adalah tanggung jawab pria, keterlibatan dan keikutsertaan ber KB dan Kesehatan Reproduksi serta perilaku seksual yang sehat dan aman bagi dirinya, pasangannya serta keluarganya.<sup>62</sup> Peserta KB Pria perlu mengetahui secara lebih terperinci mengenai hal-hal yang berhubungan dengan vasektomi. Beberapa hal di bawah ini merupakan hal dasar yang harus dipahami dan dijelaskan kepada para calon akseptor KB Pria yang akan menjalani Vasektomi:

- a. Vasektomi bertujuan sebagai bentuk kontrasepsi permanen/kontrasepsi mantap.
- b. Vasektomi tidak langsung menghasilkan sterilitas saat itu juga.
- c. Setelah menjalani vasektomi, diperlukan bentuk kontrasepsi lain sampai dipastikan tidak ada spermatozoa pada cairan sperma melalui pemeriksaan analisa sperma setelah *vasectomy*(*post vasectomy semen analysis / PVSA*) atau telah melakukan senggama (ejakulasi) dengan

---

<sup>61</sup>(Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, *Materi KIE: Informasi Pelayanan Kontrasepsi Mantap Pria (Vasektomi)* (Jakarta: BKKBN, 2011), h. 11

<sup>62</sup>Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, *Buku Panduan: Pembinaan Kesertaan KB Pria melalui Penggarapan Kelompok KB Pria* (Jakarta: BKKBN, 2011), h. 6

perlindungan kontrasepsi sebanyak 20 kali atau telah melewati waktu 3 bulan.

- d. Peserta KB Pria menahan diri untuk tidak ejakulasi selama 3 hari setelah vasektomi.
- e. Bahkan setelah dipastikan terputusnya saluran sperma, vasektomi tidak 100% menjamin mencegah kehamilan.
- f. Risiko kehamilan istri setelah suami menjalani vasektomi adalah 1 dari 2.000 pria yang telah mengalami azospermia setelah vasektomi atau PVSA menunjukkan sperma tidak bergerak (*rare non-motile sperm / RNMS*).
- g. Tindakan vasektomi ulang terkadang diperlukan pada  $\leq 1\%$  vasektomi.
- h. Kemungkinan komplikasi setelah operasi seperti hematoma dan infeksi adalah sekitar 1-2%.
- i. Nyeri buah zakar kronis yang berkaitan dengan penurunan kualitas hidup terjadi 1-2% setelah vasektomi.
- j. Reversal vasektomi dan teknik pengambilan sperma ditambah fertilisasi in vitro (bayi tabung) dapat menjadi pilihan pasangan untuk mendapatkan kembali kesuburan. Hal-hal tersebut tidak selalu berhasil dan memiliki biaya tinggi.<sup>63</sup>

Sepuluh hal dasar di atas menjadi edukasi bagi calon akseptor sebelum berpartisipasi dalam program KB, karena dengan mengetahui sepuluh hal dasar tersebut calon akseptor akan lebih mudah menjaga stabilitas program KB setelah ikut berpartisipasi.

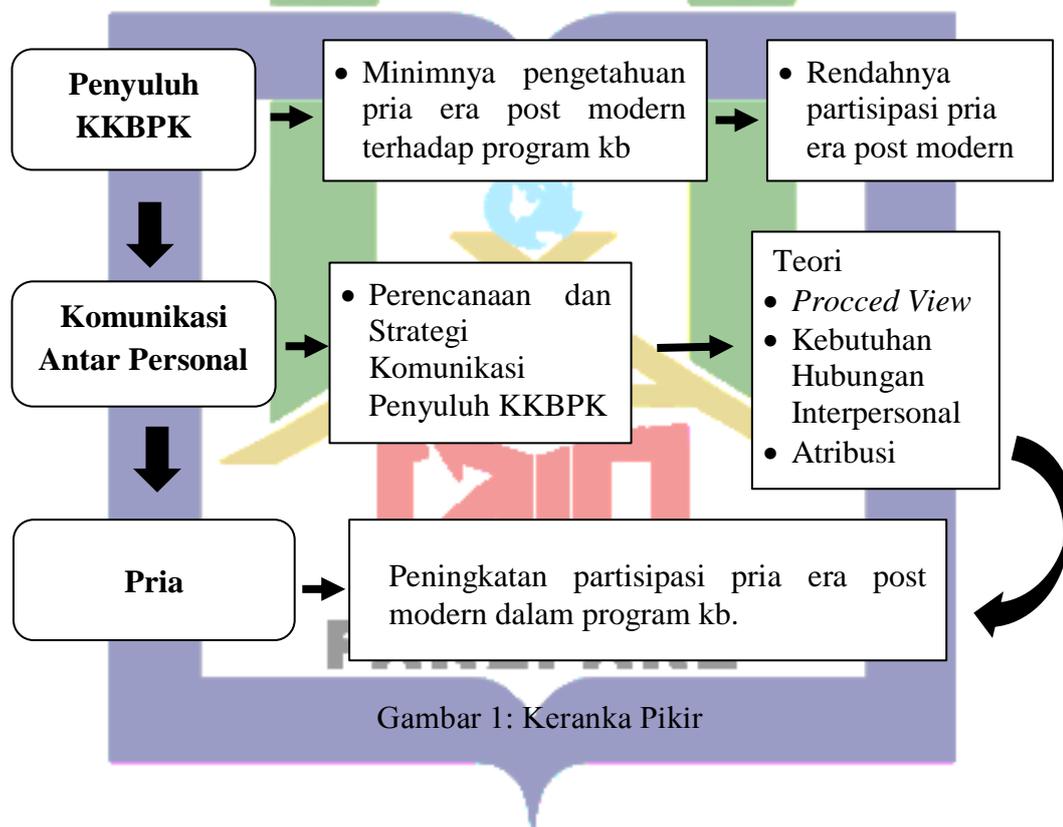
---

<sup>63</sup>Perkumpulan Kontrasepsi Mantap Indonesia, *Panduan Pelayanan Vasektomi Tanpa Pisau untuk Pelaksana Pelayanan*, (Jakarta: PKMI, 2015), h. 2

### C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah alur pikir yang dijadikan pijakan atau acuan dalam memahami masalah yang diteliti. Bagan kerangka ini merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan alur kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Pikir