

Dramaturgi Komunikasi Dakwah Para Da'i di Kota Ambon: Pola Pengelolaan Kesan di Panggung Depan

Sulaeman¹ - sulaeman@iainambon.ac.id
Irti Sulastri² - irta_sulastri64@yahoo.com
Ali Nurdin³ - ali.nurdin@uinsby.ac.id

Abstract: This article discusses the pattern of impression management carried out by the *da'i* on the front stage in an effort to improve the quality of message transformation to *mad'u*. Through a good impression management, the persuasion process occurs which allows the conveyed messages to be well received by *mad'u* with fully awareness, not by force. Using dramaturgy approach, researchers conducted participatory observation and in-depth interviews towards 15 *da'is* in Ambon City who were chosen purposively. This study has revealed that during proselytizing, the *da'is* manage the impression on the front stage by utilizing verbal and nonverbal communication through the management of situational, planned, and spontaneous impressions.

Abstrak: Artikel ini membahas pola pengelolaan kesan yang dilakukan para da'i di panggung depan (*front stage*) dalam meningkatkan kualitas transformasi pesan kepada para *mad'u*. Melalui pengelolaan kesan yang baik, terjadi proses persuasi yang memungkinkan pesan yang disampaikan diterima secara baik dengan penuh kesadaran, bukan dengan paksaan. Melalui pendekatan dramaturgi, peneliti melakukan observasi terlibat dan wawancara mendalam terhadap 15 da'i di Kota Ambon yang dipilih secara purposif. Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam berdakwah, para da'i mengelola kesan di panggung depan dengan cara komunikasi verbal dan nonverbal melalui pengelolaan kesan situasional, terencana, dan spontan.

Kata Kunci: Da'i, pengelolaan kesan, dramaturgi, panggung depan

¹ Dosen Institut Agama Islam Negeri Ambon

² Dosen Universitas Islam Negeri Padang

³ Dosen Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Pendahuluan

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (QS.3, Ali-Imran:104).

Ayat di atas telah diwahyukan oleh Allah Swt., kepada Nabi Muhammad Saw., sebagai pijakan bagi umat Islam untuk melakukan dakwah agar manusia mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dalam berdakwah, da'i seyogyanya mampu menyelami perasaan dan logika jama'ah sehingga dapat dengan mudah mengemas pesan-pesannya agar berdaya panggil kuat dan berwibawa pada jiwa jama'ah. Menyampaikan pesan ajaran agama secara bijak dan damai, melakukan perubahan melalui kesadaran, bukan paksaan, disampaikan dengan cara persuasif, itulah salah satu fungsi dakwah, namun realitas sosialnya seringkali tidak seperti itu. Pesan dakwah seringkali belum mampu membuka pemikiran dan kesadaran umat. Pesan agama mestinya dilaksanakan dengan simpatik dan rasional, namun realitasnya menunjukkan masih banyak orang Islam *bertaqlid*, akibatnya umat Islam masih belum mampu berpikir kritis. Ini tidak dapat dipungkiri bahwa da'i sering kali berhadapan dengan fenomena tertentu, yakni kurang tercapai tujuan akhir dakwah yakni “sebuah perubahan” mendapatkan keridhaan Allah Swt.

Untuk mencapai tujuan ini, da'i harus menggunakan teknik-teknik dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Teknik dekonstruksi dalam berdakwah dengan mengelola dirinya agar bersinergi dengan para jama'ah. Goffman (dalam Mulyana 2010, hlm. 112) menyatakan bahwa ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, dia ingin menyajikan suatu gambaran yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut “pengelolaan kesan,” yakni teknik-teknik digunakan pelaku untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Upaya dilakukan da'i berdakwah untuk “memupuk kesan” membekas dan atau dapat diterima pada jama'ah.

Gambaran diri yang ditampilkan da'i dalam berdakwah, sesuai konsep Goffman, menjadi rujukan pengelolaan kesan, baik pesan komunikasi verbal maupun nonverbal. Da'i berdakwah dapat menampilkan diri secara permanen maupun situasional dengan lingkungan sosial. Tampilan sosok diri sebagai identitas secara sengaja dilakukan agar dapat diterima saat berdakwah. Dalam perspektif komunikasi, identitas da'i dibentuk melalui komunikasi dengan para jama'ah, seperti ungkapan Burns (1979, hlm. 24) "... a subjective sense of an invigorating sameness and continuity." Identitas dimiliki, dibentuk dihasilkan melalui sejumlah interaksi dan komunikasi dengan para jama'ah. Interaksi tersebut sangat situasional ditentukan oleh kapan, di mana, dan pada acara apa serta dengan siapa mereka berhadapan.

Dalam menampilkan dirinya, da'i bergantung pada kemampuan memaknai situasi dan kemampuannya memunculkan cara atau teknik yang sesuai dengan situasi muncul. Kemampuannya dapat dijadikan kerangka rujukan, seperti kepribadian terpuji, kecakapan, kelebihan ilmu dan kemampuan menguasai jama'ah. Menurut Ilaihi (2010, hlm.180) bahwa da'i harus memiliki kompetensi, karakter, orientasi, kharisma, dinamika, dan jiwa sosial. Da'i yang bertugas menyampaikan nilai-nilai Allah Swt, niscaya harus mengkonstruksi kredibilitas diri. Membekali diri dengan keilmuan, keahlian, integritas kepribadian, dan sikap mental lainnya. Da'i yang baik harus mampu menyampaikan pesan agama kepada jama'ah sesuai dengan tingkat kecerdasan akal pikirannya. Jama'ah dapat dengan mudah menerima pesan agama dan tujuan dakwah dapat tercapai. Tindakan penyampaian pesan agama berhubungan langsung dengan jama'ah, digerakkan tampilan diri da'i.

Realitas pengalaman dialami da'i dalam berdakwah di Kota Ambon dapat menentukan pola-pola dan teknik tersendiri bagi dirinya yang diproyeksikan melalui pengelolaan kesan, baik ucapan maupun tindakan yang muncul sesuai dengan situasi dan kondisi atau setting dakwah dihadapi. Pengelolaan kesan memiliki kekhasan dan atau keunikan tersendiri yang bisa muncul berdasarkan sudut pandang da'i.

Ini menarik dilakukan penelitian yang terfokus pada "Bagaimana dramaturgi da'i berdakwah," di mana da'i menampilkan kesan secara verbal maupun nonverbal pada panggung depan dengan pertanyaan

masalah adalah “Bagaimana da’i berdakwah di Kota Ambon, mengelola kesan pada panggung depan dengan komunikasi verbal maupun nonverbal ditampilkan dalam proses komunikasi dakwah yang dialami dengan para jama’ah.?” Da’i membangun interaksi dalam proses komunikasi dakwah dengan pengalaman diri dialami masih mendapatkan cemohan, hinaan, ejekan dari lingkungan multikultural. Lingkungan memperlakukan mereka dengan sikap apatis, kurang penerimaan, pengakuan, dan kurang di hargai dalam berdakwah.

Penelitian kuantitatif-statistik berbeda dengan penelitian “kualitatif-subyektif” (Creswell, 1998). Untuk mengeksplorasi individu dengan interpretasi da’i berdakwah dan interaksi sosial dengan para jama’ah, peneliti menggunakan perspektif “interpretatif” (dalam Denzin dan Lincoln, 2005, hlm. 150-151), yakni perspektif tindakan sosial dan dramaturgi. Tindakan sosial (dalam Max Weber, 1864-1920), tindakan manusia memiliki makna subjektif bagi pelakunya (Kuswarno, 2009). Menurut Goffman (dalam Mulyana, 2010, hlm. 114) pendekatan dramaturgi merupakan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain.

Kedua perspektif teori ini menjelaskan bahwa da’i melakukan interaksi sosial dalam proses komunikasi dakwah dengan jama’ah dengan mengelola kesan pada panggung depan dan menentukan tujuan mereka sendiri melalui komunikasi verbal maupun nonverbal. Proses komunikasi pada gilirannya akan melibatkan proses pemaknaan terhadap komunikasi verbal dan nonverbal. Pesan komunikasi verbal berhubungan dengan persepsi dan pemberian serta pernyataan makna (Mulyana, 2010). Menurut Samovar dan Porter (dalam Mulyana, 2007, hlm. 351) bahwa

**Tinjauan
Pustaka**

komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam setting komunikasi dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan, memiliki nilai pesan potensial bagi pengirim dan penerima. Bagi Goffman, permainan peran sosial dalam pengelolaan kesan, biasanya para aktor menggunakan komunikasi verbal dan menampilkan tindakan komunikasi nonverbal secara tertentu.

Penggunaan perspektif Max Weber (1864-1920), tindakan sosial berhubungan langsung dengan tindakan manusia. Penggunaan perspektif tindakan sosial, tindakan ini digerakkan oleh tampilan diri da'i sebagaimana diungkapkan oleh Goffman (1922-1983) bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya (Mulyana, 2010). Untuk itu, setiap da'i berdakwah melakukan pertunjukkan bagi para jama'ah."Upaya ini disebut pengelolaan kesan, yakni teknik-teknik digunakan pelaku untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Asumsi teori ini, menjelaskan bagaimana da'i mengelola kesan pada panggung depan dengan para jama'ah. Pandangan Goffman (dalam Mulyana, 2006, hlm.117), tidak terlepas dari gagasan Cooley dengan "*the looking-glass self*," cara individu membangun peran dalam interaksi sosial bergantung dari pola persepsi. Pola persepsi itulah menentukan persepsi diri dan persepsi diri itulah digunakan mereaksikan dirinya pada lingkungan. Persepsi diri da'i dalam berdakwah dibangun melalui interaksi sosial dan proses komunikasi dengan para jama'ah. Da'i berdakwah akan merasa diri sebagai "seperti apapun," lantaran mereka mempersepsikan dirinya atas dasar hasil persepsinya terhadap persepsi jama'ah atas dirinya. Persepsi diri inilah menjadi landasan bagi pemunculan makna subjektif dari setiap tindakan dilakukan oleh da'i.

Aspek perspektif interpretatif, da'i dapat memberikan tampilan diri tertentu dan berinteraksi dengan para jama'ah. Perspektif interpretatif dianggap sesuai dan lebih holistik untuk meneliti keunikan interaksi da'i dengan mengelola kesan dalam proses komunikasi secara subjektif, seperti hasil penelitian dari al-Faruqi (1976), Haron (2006), Poston et.al (1991), dan Adam, et.al (2014). Hasil penelitian di Indo-

nesia mengenai komunikasi berdasarkan teori tindakan sosial meliputi Bukhari (2009) meneliti dakwah ahlulbait kajian kang Jalal; Ma'arif (2009) meneliti pola komunikasi dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam membina kehidupan beragama jama'ahnya di Bandung; dan Ujan Mahadi (2012) meneliti komunikasi dakwah kaum migran-studi komunikasi antar budaya dengan pendekatan fenomenologi pada da'i kaum migran dalam dakwah Islam di Kota Bengkulu.

Berdasarkan perspektif interpretatif, da'i berdakwah memiliki pengelolaan kesan diasumsikan sebagai realitas subjektif. Dalam konteks ini, interaksi dan komunikasi dapat dihubungkan dengan tampilan diri, kepribadian diri, kepercayaan, dan nilai-nilai sosial-budaya. Hal ini sangat menarik untuk diteliti guna mengetahui bagaimana subjek penelitian adalah da'i berdakwah mengelola kesan pada panggung depan dengan tampilan melakukan interaksi dalam proses komunikasi dengan para jama'ah.

Studi ini menggunakan metode kualitatif interpretatif subjektif dengan pendekatan dramaturgi. Penelitian ini melibatkan lima belas subjek, meliputi tiga belas laki-laki dan dua perempuan sebagai da'i yang dipilih secara purposif, yaitu dipilih berdasar pertimbangan dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini informan yang dipilih berdasarkan; mereka yang terlibat langsung dalam berdakwah, berdomisili di Ambon, populer atau terkenal di kalangan jama'ah, memiliki jadwal berdakwah pada setiap ahad secara terjadwal, telah memiliki pengalaman berdakwah minimal sepuluh tahun. Da'i yang terpilih sebagai informan tak dibedakan latar belakang dan tingkat pendidikan serta kecenderungan pemahaman atau fanatisme keagamaan.

Sesuai dengan saran Creswell (1998, hlm. 111-112), peneliti menggali pengalaman diri da'i dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan pengama-

Metodologi

tan partisipatif, serta mencari data penunjang penelitian yang diperoleh dari pihak-pihak yang relevan untuk memperoleh data di lapangan. Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat untuk membuat kategori tindakan, mengamati gejala, dan merekam dan mencatat tuturan informan dengan menggunakan media seperti catatan notes, kamera dan tape recorder. Kemudian untuk melengkapi data diperoleh melalui informan, peneliti akan mewawancarai para jama'ah, pengurus pengajian-masjid dan teman-teman sesama da'i yang dapat memberikan data yang dapat dipercaya. Perlakuan ini dilakukan untuk memperoleh kelengkapan informasi sekaligus dapat berfungsi sebagai verifikasi terhadap data dikumpulkan dari informan kunci. Tujuannya, untuk memperoleh gambaran secara utuh dan menyeluruh mengenai panggung depan pengelolaan kesan da'i berdakwah.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian terhadap 15 da'i yang menjadi subyek studi ini menyatakan bahwa tindakan komunikasi da'i dalam mengelola kesan di depan panggung depan dapat dibagi menjadi tiga, yakni pengelolaan kesan situasional, terencana, dan spontan.

Pengelolaan Diri Kesan Situasional

Tampilan diri da'i berdakwah pada panggung depan dengan bahasa verbal maupun nonverbal pada pengelolaan diri kesan situasional, kecenderungannya berdakwah pada bagian terbuka dan bagian semi terbuka.

Bahasa Verbal. Tampilan diri pengelolaan bahasa verbal sebagai bentuk komunikasi percakapan, menggunakan kata-kata, dan intonasi untuk menyampaikan makna baik secara lisan maupun tulisan pada pihak penerima pesan. Bahasa sebagai media pesan digunakan da'i berdakwah, pengelolaan diri pada kesan situasional tergantung dari ja-

ma'ah diajak berdakwah, seperti penggunaan bahasa disesuaikan dengan bahasa yang digunakan jama'ah. Jika jama'ah melakukan sapaan atau bercerita menggunakan bahasa Indonesia atau dialek bahasa Ambon, maka da'i menyesuaikan dengan bahasa yang digunakan para jama'ah. Kesemuanya, agar tampilan diri kesan pada panggung depan dapat diterima dengan baik oleh para jama'ah.

“Beta sebenarnya menunjukkan sikap humoris kalau bacarita, ...beta mau para jama'ah menerima bacarita dakwah yang beta sampaikan, misalnya penyesuaian diri cara bacarita dengan jama'ah. Kalau memakai bahasa Ambon jama'ah yang satu suku dengan beta, maka beta lebih menggunakan bahasa Ambon. Tapi kalau beragam suku, maka beta suka menggunakan bahasa Indonesia campuran Ambon” (Usman).

“Sekarang beta sudah akrab dengan jama'ah masjid di tempat kerja. Makanya selalu berdakwah dengan bacarita bahasa Indonesia dialek Ambon. Bahasa Indonesia sering juga gunakan dalam menyampaikan isi pesan dalam berdakwah tapi dialek Ambonnya masih kelihatan terus, hehehe...” (Budi).

Pesan verbal di saat berdakwah secara terbuka dengan semaksimal mungkin mengikuti gaya bahasa yang digunakan jama'ah, kecenderungannya menggunakan dialek bahasa Ambon untuk mengakrabkan diri dengan jama'ah, seperti sapaan khas dialek bahasa Ambon menyapa jama'ah yang kebetulan bertemu *“abang baik-baik tooo, ...* (Alimudin),” memberikan syarat sapaan terbuka menanyakan kabar dengan diajaknya berkomunikasi. Pengelolaan kesan pada panggung depan ditampilkan sangat ekspresif, agar da'i cepat menyesuaikan diri dengan jama'ah dan dapat mengakrabkan dirinya melalui bahasa verbal dengan maksud agar cepat diterima.

Bahasa verbal disesuaikan dengan bahasa digunakan jama'ah, seperti menyapa menggunakan bahasa Indonesia dialek Ambon. Pengelolaan kesan ditampilkan da'i sangat situasional, melihat situasi dan kondisi objek dakwah, karena tidak mungkin jama'ah itu berada pada posisi tingkat kecerdasan yang sama. Sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW *“Khatibun al-naas ‘ala qadri ‘ukulihim”* (berkomunikasilah

kamu sesuai dengan kondisi kecerdasan akal pikiran mereka). Konsep seperti ini sesuai pandangan Aristoteles (West dan Turner, 2007, hlm.7), bahwa pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka. Mempertimbangkan jama'ah, dimaksudkan da'i dalam rangka menyampaikan pesan berupa gagasan atau ide yang diperlukan sebagai pertimbangan terhadap faktor budaya yang berkembang, kondisi sosial-ekonomi, tingkat pendidikan serta usia khalayak sebagai penerima dakwah.

Bahasa Nonverbal. Bahasa nonverbal sebagai bentuk percakapan tanpa kata-kata. Bahasa verbal, pesan-pesan diekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan, tindakan, suara-suara atau vokal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa. Bahasa nonverbal da'i berdakwah, seperti tampilan diri diperlihatkan bersifat situasional atau temporer. Tampilan diri ketika berhadapan dengan pengundang dan jama'ah yang dijumpainya atau saat berdakwah menyampaikan isi pesan dakwah dengan menampilkan dirinya menggunakan bahasa nonverbal. Da'i berdakwah mengelola kesan nonverbal, dilakukan dengan nada suara terdengar keras, ekspresi wajah tegang untuk menutupi kemarahan hatinya, dan sebelumnya melakukan sentuhan yakni mengangkat tangan sembari membuka diri.

“Sebenarnya beta bacarita dengan pengundang atau jama'ah dalam berdakwah kadangkala dengan suara terdengar keras, tidak malu-malu. Namun di saat beta bacarita diawalnya ekspresi wajah tegang. Biasanya dalam menyampaikan isi bacarita, kebiasaan tangan di angkat untuk lebih mengakrabkan diri dengan para jama'ah.”

Tampilan diri da'i berdakwah dengan cara mengakrabkan diri, selalu memulai saling menegur atau menyapa terlebih dahulu, membuka dan membalas senyuman atau melambaikan tangan simbol persahabatan jika kebetulan bertemu dengan jama'ah dari jarak agak jauh. Simbol keterbukaan sejak awal ditampilkan, memperoleh balasan isyarat kurang menyenangkan tetapi tampilan nonverbal tersebut secara situasional ditampilkannya pada panggung depan merupakan bagian

penampilan da'i secara teratur bagi mereka untuk menyaksikan penampilan itu. Bentuk komunikasi nonverbal dalam zona semi terbuka dengan para jama'ah adalah suara terdengar sebagai isyarat dan gerakan tubuh, ekspresi wajah dan jarak personal atau tidak menjaga jarak komunikasi sehingga hubungan personal dapat meningkatkan ke arah hubungan humanis.



Gambar 1

'Dramaturgi da'i berdakwah dalam menampilkan diri kesan situasional'

Pengelolaan Diri Kesan Terencana

Upaya da'I menampilkan diri melalui tindakan komunikasi untuk memperoleh hasil tertentu yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan atau sudah dipraktikkan sebagaimana temuan dikategorisasikan sebagai pengelolaan diri akrab, terkesan, empati, dan humoris.

Akrab. Mengakrabkan diri da'i, suatu tindakan komunikasi selalu dilakukan dan dijadikan suatu kebiasaan dalam berdakwah, harus pandai menyesuaikan diri atau melakukan penyesuaian terhadap setting tempat. Mengakrabkan diri melalui pesan komunikasi verbal

maupun nonverbal, seperti menyapa sambil tersenyum, bersalaman saat sampai di tempat acara, serta ada yang berangkulan cium pipi kiri dan kanan “... jika beta mau ceramah di majelis taklim, dan masuk di ruangan, beta selalu mengucapkan salam dan bersalaman dengan jama’ah dengan wajah tersenyum menghadap kepada jama’ah yang telah menunggu” ujar Salman. Mengakrabkan diri dalam berdakwah, tindakan komunikasi selalu dilakukannya dan dijadikan suatu kebiasaan dalam berdakwah dan harus pandai menyesuaikan diri dan atau melakukan setting tempat.

“Kalau beta memasuki satu majelis pertemuan, baik untuk berdakwah menyampaikan pesan-pesan ajaran agama, sebelumnya harus menyesuaikan diri dengan lingkungan, terutama jama’ah. Ini membantu katong sebagai da’i untuk melihat penerimaan jama’ah kepada katong”. (Susanto).

Interaksi dan komunikasi antara da’i dengan jama’ah ketika sebelum acara dakwah di mulai, melakukan interaksi dengan akrab saling bercerita dan dengan jama’ah yang duduk berdekatan dengannya. Kesannya keakraban pada saat menyampaikan pesan melalui sapaan menyenangkan, menggunakan bahasa sederhana, mudah dimengerti jama’ah.

“Beta bacarita agama selalu diiringi dengan “rahimakamullah atau yang dirahmati Allah.” Kata-kata ini untuk merangkul jama’ah supaya lebih dekat dan lebih menerima penyampaian ajaran Islam. Sapaan-sapaan rahimakamullah, itu termasuk do’a, agar dikasihani Allah SWT”. (Alimuddin).

Pengelolaan kesan terencana dalam rangka mengakrabkan diri dibutuhkan sebagai teknik yang bisa diterima antara da’i dan jama’ah. Da’i mengharapkan pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam bisa diterima, dipahami, dan diamalkan para jama’ah, “hubungan antara da’i dengan jama’ah harus dibangun terlebih dahulu, diistilahkan “fiqhuddakwah” dinamakan dengan “mawaddah fii lqurba” (Natsir). *Mawaddah fiil qurba* (jembatan rasa antara penyeru dengan orang yang diseru) tidak hanya tercipta oleh tehnik dan ilmu dimiliki atau oleh kefasahan lidah, namun juga adanya panggilan hati menawan rasa dan akhlak yang menumbuhkan kredibilitas.

Terkesan. Ungkapan ditampilkan da'i di awal penyampaian pesan sebagai pembukaan menarik atau mengesankan. Pesan di pembukaan yang menarik merupakan ungkapan dikategorikan sebagai pengelolaan kesan yang dikonstruksi. Penyampaian pesan ditampilkan memiliki makna pesan komunikasi verbal maupun nonverbal, seperti kata-kata menarik, senyuman menawan, tatapan mata bersahaja, dan intonasi suara mengesankan.

Pengelolaan kesan ditampilkan da'i yang berdakwah sangat beragam, jama'ah memperhatikan pesan dan menunjukkan kesan percaya diri. Dakwah bukan hanya untuk di dengar dan diperhatikan saja, namun terfokus sebagai tuntunan bagi jama'ah dalam melaksanakan perintah agama dalam kesehariannya. Da'i menampilkan diri dengan kesan pada pembuka untuk mengesankan melalui tampilan wajah berseri-seri. Tampilan diri seperti itu, untuk memberikan ilustrasi, membangkitkan perhatian jama'ah dan menyiapkan psikologi jama'ah supaya bersiap menerima pesan. Temuan ini sesuai dengan pandangan Aristoteles dalam West dan Turner (2007:12) "bagian dari strategi organisasi dalam suatu pidato untuk menarik perhatian khalayak menunjukkan hubungan topik dengan khalayak, memberikan bahasan singkat mengenai tujuan pembicara."

Empati. Merasakan apa yang dirasakan individu lain, dengan berempati individu sepertinya berada pada posisi individu lain. Berempati, termasuk salah satu tampilan diri da'i dalam pengelolaan kesan selama berdakwah. Empati ditunjukkan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal dengan kategorisasi ketika menyampaikan materi "perintah," da'i memilih kata "*katong*" menunjukkan perintah ditujukan pada jama'ah dan diri pribadi da'i.

Pemilihan kata "*katong*" ditunjukkan da'i menyampaikan pesan "dosa" atau "bersalah" ketika memanjatkan do'a kepada Allah SWT. Pemilihan kata "*katong*" untuk menyatakan bersalah dan berdosa termasuk diri da'i. Penggunaan kata "*katong*" dimaknai "empati" kepada jama'ah. Kata "*katong*" diucapkan da'i menunjukkan kalau memiliki dosa itu tidak hanya jama'ah tapi diri da'i sendiri, da'i tidak mengatakan "saudara." Pesan komunikasi verbal "*katong*" dimaknai "permoho-

nan” ditujukan pada jama’ah dan diri da’i sebagai individu yang tidak luput dari salah dan dosa. Pemaknaan “permohonan” sebagai tampilan diri da’i ditujukan untuk mendekati para jama’ah supaya jama’ah merasa tersentuh hati-perasaan menimbulkan kesan da’i berdakwah.

Pesan nonverbal ditampilkan diri da’i berdakwah, seperti nada agak sendu dan penampilan wajah mencerminkan kesedihan. Tindakan komunikasi dilakukan pada musibah yang terjadi pada jama’ah, seakan-akan diri da’i sendiri mengalami demikian, merasakan derita yang dialami oleh pengundang sebagai tuan rumah. Da’i mengingatkan para jama’ah supaya sabar dan tabah menerima realitas sosial.

Pengelolaan kesan empati, termasuk salah satu tindakan komunikasi sebagai teknik tampilan diri kesan da’i berdakwah. Tindakan komunikasi empati untuk menyampaikan pesan dan sebagai upaya penerimaan dirinya terhadap jama’ah. Begitupun dalam menghadapi jama’ah yang beragam, ada dalam suasana kondisi duka dan suka serta gembira. Untuk memunculkan kesan da’i merasakan penderitaan yang dirasakan jama’ah, bertindak empati melalui komunikasi verbal mau pun nonverbal, seperti dijelaskan dalam al-qur’an “... *seandainya kamu berlaku kasar terhadap mereka tentulah mereka menjauhkan diri dari padamu*” (Q.S.3, Ali-Imran:159). Ayat ini bermakna supaya individu jangan bersikap dan berlaku kasar terhadap diri individu lainnya. Individu dianjurkan dan atau di suruh untuk berlaku lemah lembut kepada individu lainnya supaya mereka merasa senang dengan dakwah. Sejalan dengan realitas sosial masyarakat Islam sekarang, dakwah dibutuhkan adalah “dakwah humanis.” Bahwa dakwah yang humanis harus dilakukan dengan strategi komunikasi yaitu dengan berbicara mulia, menyiratkan kata, pesan, cara serta selalu baik dan mulia (Winangsi, 2013).

Tindakan komunikasi empati dengan menguntai kata menghibur para jama’ah, da’i menampilkan dirinya dengan ekspresi wajah. Ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Turner dan Charles (dalam Mulyana dan Solatun, 2008, hlm.23) mengenai pemakaman di Amerika dengan mengungkapkan retorika yang berperan penting dalam pengingkaran kematian orang mati dengan metaphora “*istirahat dengan tenang ke alam dunia lain, kehidupan abadi, bukan sekedar kematian belaka.*” Sedangkan da’i dan retorikanya berperan dalam me-

nenangkan para jama'ah dengan merangkai kata-kata terpilih supaya jama'ah bersabar dan menerima realitas sosial yang dialami berupa kematian itu pasti yang akan dihadapi semua individu, bukan dalam mengingkari kematian.

Humoris. Teknik yang ditampilkan da'i berdakwah dengan menyampaikan pesan secara humoris dapat membuat para jama'ah tersenyum dan tertawa. Penyampaian pesan melalui berbagai cara, kadangkala di awal, di tengah, dan di akhir dakwah, sehingga terkesan humor. Humor tidak hanya melalui cerita disampaikan, namun cara menyampaikan yang membuat jama'ah tersenyum dan tertawa. Humor ditampilkan dapat bernuansa sindiran, namun para jama'ah tetap tersenyum dan tertawa mendengarnya, seperti menceritakan orang yang tidak mengetahui cara memakai kopiah ketika shalat, karena ketidaktahuannya itu kopiahnya menutup keningnya, menghalangi keningnya menyentuh tempat sujud. Cara menceritakan memancing tawa jama'ah, menceritakan sambil menggerakkan mulut dan matanya serta badannya seperti komedian. Penyampaian dengan cara seperti itu, terlihat untuk membetulkan cara-cara jama'ah melakukan tindakan shalat.

Humor akan menjadi salah satu daya tarik atau bisa dijadikan teknik menarik perhatian jama'ah. Humor dapat melalui komunikasi verbal maupun nonverbal dan tindakan sengaja dibuat da'i. Humor dapat berfungsi atau berperan hiburan supaya suasana tidak tegang, menarik perhatian jama'ah, agar jama'ah lebih terfokus memperhatikan pesan yang disampaikan. Humor disajikan dengan disertai lawakan dan selalu mempertimbangkan jama'ahnya, misalnya menghadapi remaja bagaimana supaya tidak monoton, tidak membosankan, dan supaya tidak mengantuk.

Tampilan diri da'i, biasanya tidak keluar dari norma-norma yang ada di masyarakat. Selera humor terselip dari berbagai sisi interpretasi, misalnya melalui cerita, kata, maupun cara bertutur kata atau ber ekspresi. Terkadang tanpa terasa dengan menghadirkan lelucon telah menyampaikan pesan sudah lebih satu jam, namun ketika mau menutup dakwah spontan jama'ah berteriak. Humor dihadirkan untuk simbol verbal maupun nonverbal yang disajikan untuk menghibur,

menjadi daya tarik para jama'ah, supaya suasana tidak kaku dan untuk menguasai panggung depan. Menurut Mulyana (2015:12) bahwa humor sebagai sarana untuk beradaptasi dan mengatasi rasa takut, sehingga kita mampu mengendalikan tantangan yang kita hadapi.

Humor dapat digunakan untuk mengkomunikasikan pesan kepada para jama'ah. Melalui humor, dakwah bukan hanya menyampaikan ajaran Islam semata-mata, namun menghibur sehingga membuat para jama'ah menjadi rileks dan menyenangkan dakwah. Humor ditampilkan akan menjadi lebih menarik perhatian supaya jamaah berkonsentrasi menyimak pesan yang disampaikan dan sekaligus dapat mengkonstruksi kesan tertentu antara da'i dengan jama'ah.

Pengelolaan kesan ditampilkan da'i secara humoris dalam menyampaikan pesan sangat diperlukan saat berdakwah sebagai pengontrolan suasana agar jama'ah tetap dapat mempertahankan semangatnya dengan kehadiran lelucon yang sehat. Seperti dikemukakan Dawson (1999, hlm.161) bahwa humor sebagai pembantu bagi pesan persuasif, bisa sangat berharga dengan beberapa alasan, seperti berlaku sebagai pengalih perhatian yang menyenangkan tetapi sedang-sedang saja; mencegah khalayak bosan; mencegah pikiran melayang ke mana-mana; dan membuat keadaan pikiran khalayak bersahabat dan tanggap.



Gambar 2

'Dramaturgi da'i berdakwah dalam menampilkan diri kesan terencana'

Pengelolaan Diri Kesan Spontan

Da'i berdakwah dengan tampilan kesan "spontan" dan atau "tiba-tiba," dimaknai memunculkan kesan tertentu secara tiba-tiba. Pengelolaan diri kesan spontan "kelupaan naskah, ada gangguan tenggorokan, dan di saat menghadapi situasi kurang kondusif." Menghindari supaya da'i tidak grogi, akan melakukan cara dengan berpaling ke arah lain dan atau menyebut "baiklah" ataupun melakukan tindakan komunikasi "pengulangan, diam sejenak dan bergerak ke tempat lainnya. Dari temuan di lapangan dikategorisasikan pengelolaan diri "jargon, bergerak, dan pengalihan masalah."

Jargon. Pengelolaan diri penyampaian "jargon," untuk menyapa para jama'ah dan kadangkala mengulang pesan disampaikan dan memberi bunyi sama pada ujung kalimat disampaikan. Pengulangan memiliki kesan tersendiri bagi da'i, seperti menyapa jama'ahnya, mengulang-ulang kata "*bapak, bapak, bapaak, bapaaaak,*" saking seringnya memanggil "bapak" memunculkan gelak tawa jama'ah, da'i hanya tersenyum-senyum saja melihat jama'ahnya pada tertawa. Setelah jama'ah pada tertawa serempak, jama'ah sejenak terdiam, setelah jama'ah tenang, barulah da'i melanjutkan dakwahnya kembali. Pemaknaan pemanggilan jama'ah dengan pengulangan-pengulangan "bapak" tidak terpikir oleh da'i, timbul inspirasi seperti itu, terbiasa dan jama'ah akan menemukan nada perhatian. Jargon ditampilkan, karena terbiasa dilakukakan untuk menarik perhatian, supaya jama'ah memperhatikan pesan yang disajikan. Penyampaian jargon terkadang terpancing dengan situasi dan kondisi jama'ah yang kurang kondusif. Jargon ditampilkan bersifat spontan untuk memberi improvisasi pada penyajian pesan. Pengulangan kata sapaan sebagai jargon pengelolaan untuk mengajak para jama'ah mengulang kembali materi ceramahnya, seperti *katong* harus "*ber'iiiiman,*" *katong* harus "*iiiikkhhlas*" dalam melaksanakan tugas, *katong* tidak boleh "*luuupa,*" sambil da'i mengangkat tangannya ke arah jama'ahnya dan mengajak jama'ah secara bersama-sama mengikuti dan mengulang kata-kata yang disampaikan.

Pesan komunikasi verbal disajikan da'i bermakna "kejelasan dan bersemangat, jama'ah. Baik jargon "sapaan" berulang dan atau peng-

ulangan “akhir” kata ditampilkan, untuk mengkonstruksi kesan bagi jama’ahnya untuk merasa senang, gembira, semangat dan tidak loyo mengikuti dakwah yang disajikan. Penggunaan jargon ditampilkan untuk melihat jama’ah yang kurang serius dan semangat untuk kembali mengikuti dakwah dengan sembari meminta jama’ah mendengarkan pesan-pesan disajikan. Jargon ditampilkan, seringkali mengucapkan “*nah, baiklah, ok*” dalam setiap tahapan penyajian pesan disampaikan, hal tersebut untuk memberi jeda sejenak menjelang masuk kepada segmen berikutnya, kadang sebagai ilustrasi saja.

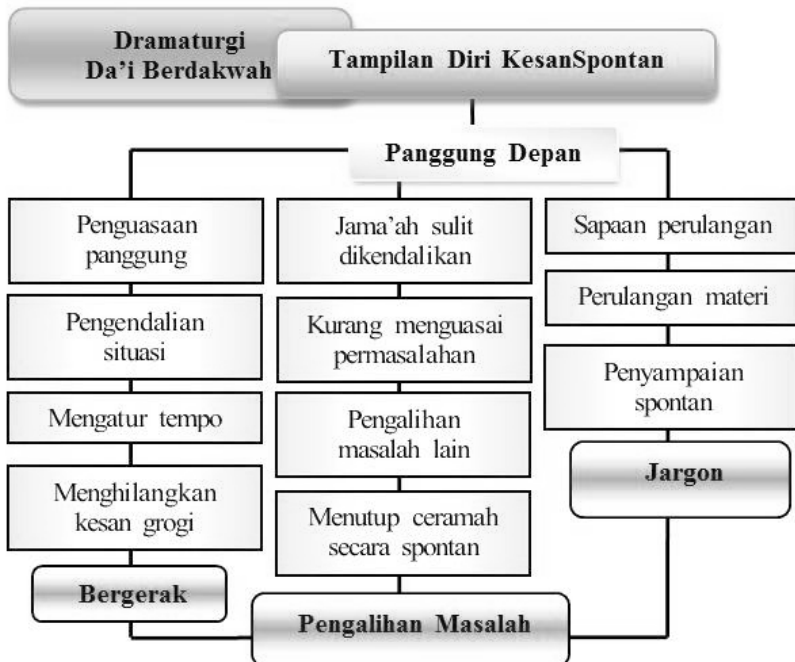
Bergerak. Tindakan komunikasi dilakukan da’i, tidak hanya berdiri atau duduk ditempat telah tersedia, namun bergerak dan berjalan-jalan seperti guru mengajar di kelas, untuk memudahkannya menyampaikan pesan dan juga menguasai panggung depan dalam berdakwah. Tindakan komunikasi secara bergerak dengan berbagai faktor penyebab, di antaranya untuk menguasai situasi, memudahkan penyampaian pesan dan untuk menarik perhatian para jama’ah, seperti menyampaikan pesan dengan cara berjalan, kadang menyempatkan bersalaman dengan para jama’ah.

Da’i mengelola kesan dengan melakukan improvisasi dengan berjalan-jalan menghampiri jama’ah, lebih dekat menyapa jama’ah ke tempat duduknya, diiringi dengan bersalaman. Jarak antara da’i dengan jama’ah terlihat lebih dekat. Tampilan diri seperti itu dimaknai lebih terkonsentrasi dan mudah menyapa, kalau hatinya sudah dekat maka dengan mudah menyampaikan pesan komunikasi ajaran agama Islam dalam berdakwah.

Pengalihan Masalah. Pengalihan masalah ditampilkan diri da’i dalam berdakwah jika kurang menguasai masalah yang sedang ditanyakan jama’ah. Ingin tetap tidak mau kehilangan kredibilitasnya karena ketidakmampuannya menjawab pertanyaan dari jama’ahnya, mencoba menjawab dengan masalah lain yang mirip dan dijawab, namun dengan cara berkelakar serta menutup acara dengan spontan. Pengalihan masalah ditampilkan, seperti tindakan komunikasi pada dialog atau

tanya jawab antara da'i dengan jama'ah. Pertanyaan yang diajukan jama'ah misalnya diluar topik seputar realitas sosial masyarakat.

Interaksi dan komunikasi berlangsung antara da'i dengan jama'ah disertai dengan penjelasan. Hal ini terlihat menjawab dengan cara pengalihan pada masalah lain, da'i tidak memiliki kompetensi keilmuan mengenai pertanyaan jama'ah, tidak ingin kehilangan kredibilitas dihadapan jama'ahnya, menjawab meskipun tidak nyambung dengan pertanyaan yang diajukan para jama'ah. Teknik dan cara menjawab pertanyaan para jama'ah, apakah menjawab pertanyaan jama'ah dengan cara pengalihan masalah pada cerita lain, menutup dakwah dengan spontan, dan atau menjawab pertanyaan dengan senyuman, namun tidak terfokus pada pertanyaan. Kesemuannya ditampilkan sebagai pengelolaan kesan "tidak seperti kehabisan kehilangan akal." Pengelolaan kesan ditampilkan supaya tidak kelihatan grogi dan kewalahan menghadapi suasana yang kurang kondusif.



Gambar 3

'Dramaturgi da'i berdakwah dalam menampilkan diri kesan spontan'

Pengelolaan kesan bersifat spontan ditampilkan dengan penyampaian jargon-jargon, bergerak, dan pengalihan masalah. Penyampaian jargon-jargon dan bergerak terkesan untuk mengatur tempo, menghilangkan kesan grogi dan untuk menguasai situasi. Penampilan berkomunikasi berhadapan dengan situasi sulit, seperti lupa naskah, deman panggung dan atau jama'ah sulit dikendalikan sehingga perlu melakukan tindakan komunikasi untuk mengendalikan jama'ah. Seperti dikemukakan Goffman (dalam Mulyana 2010) bahwa kita kendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan tampilan kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap individu lain supaya individu itu memandang sebagai individu lain yang ingin kita tunjukkan.

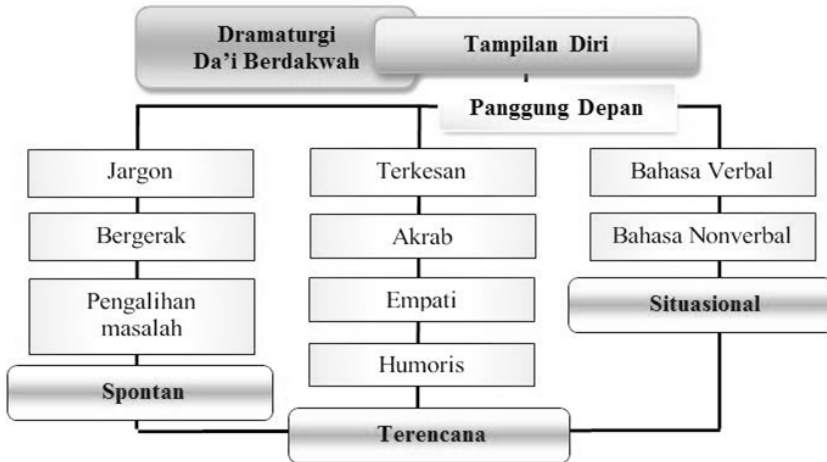
Keterkaitan dengan temuan ini, mengendalikan situasi-situasi sulit yang tidak diperhitungkan sebelumnya, menampilkan diri dengan mengelola kesan dengan cara-cara menampilkan jargon-jargon, bergerak dan berjalan serta terkesan mengalihkan jawaban terhadap masalah lain. Sepertinya tampilan diri da'i tidak ingin kehilangan kredibilitas dihadapan jama'ah, artinya ada usaha supaya tidak grogi atau deman panggung.

Pengelolaan kesan merupakan upaya yang dilakukan aktor untuk “memupuk kesan” dengan tujuan tertentu agar membekas pada individu lain, seperti dakwah menjadi menarik dan tidak monoton. Seperti dijelaskan Mulyana (2010:108-109) bahwa peran dimaksudkan sebagai ekspektasi yang didefinisikan secara sosial yang dimainkan individu dalam suatu situasi untuk memberikan citra tertentu kepada khalayak yang hadir. Keterkaitan dengan ini, da'i dengan menampilkan perannya tersebut serta ingin memberikan tampilan diri supaya diterima oleh jama'ahnya melalui cara menimbulkan kesan bagi jama'ah.

Pengelolaan kesan selama berinteraksi dan berkomunikasi dengan jama'ah ada yang bersifat situasional, direncanakan, dan spontan. Ini berkesesuaian dengan pandangan Goffman (Mulyana, 2010:113), bahwa tindakan komunikasi untuk mempengaruhi individu lain itu sebagai “pertunjukan.” Sebagian pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh umpan balik tertentu. Pengelolaan kesan dapat disesuaikan dengan situasi, direncanakan dan diciptakan seketika itu melalui simbol-simbol verbal maupun nonverbal serta *setting* se-

bagai pendukung penampilan “panggung depan.” Pengelolaan kesan dilakukan untuk memupuk kesan tertentu yang tumbuh pada jama’ah atas dirinya yang dilakukan dengan berbagai cara, ini sangat tergantung kemampuan da’i dalam menginterpretasikan situasi dan menyajikan teknik sesuai dengan makna yang diberikan.

Pengelolaan kesan ditampilkan selama melakukan tindakan komunikasi dengan berinteraksi dan berkomunikasi dengan jama’ah bukan dalam rangka memerankan peran lain atau peran ganda, bukan menutupi kelemahan atau kekurangannya, melainkan untuk mempermudah proses penyampaian pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam. Hal ini hingga membuat jama’ah menyenangi dakwah dalam rangka mengendalikan situasi dakwah yang sedang berlangsung. Pengelolaan kesan ini sangat situasional, sangat ditentukan oleh kapan, di mana, dan bentuk acara seperti apa mereka ikuti. Seperti dijelaskan Winangsi (2010:5) bahwa individu harus menganalisis setiap situasi agar mengetahui untuk dan dalam rangka apa tindakan itu dilakukan.



Gambar 4: ‘Dramaturgi da’i dalam menampilkan diri kesan spontan, terencana, dan situasional berdakwah’

Pengelolaan kesan ditampilkan da’i selama berinteraksi dan berkomunikasi dengan jama’ah “panggung depan”. Ini dilakukan untuk menimbulkan kesan tertentu, untuk menarik perhatian bagi ja-

ma'ah, sebagai hiburan, penampilan tidak monoton, dan memudahkan jama'ah menerima pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam. Pengelolaan kesan ditampilkan sangat bergantung pada kemampuan da'i menginterpretasikan situasi dan kemampuannya memunculkan cara sesuai dengan situasi yang muncul, seperti mengesankan, mengakrabbkan diri, humor, dan empati. Sebagai da'i sebaiknya dalam melakukan tindakan komunikasi dakwah layaknya memiliki kemampuan tersebut. Menurut Mulkan (1996, hlm. 24) disebut sebagai kompetensi substantif dan metodologis. Kompetensi da'i tersebut mencakup, sejumlah pemahaman, pengetahuan, penghayatan dan tindakan serta keterampilan tertentu yang harus ada pada diri mereka agar dapat melakukan fungsi dan perannya dengan memadai.

Da'i melakukan tindakan komunikasi dakwah dalam proses komunikasi dengan para jama'ah dan untuk mengelola kesan diharapkan tumbuh pada jama'ah terhadap dirinya. Pandangan Goffman, tidak terlepas dari gagasan Cooley (dalam Mulyana, 2006, hlm.117) dengan "*the looking-glass self*" menyatakan bahwa cara individu membangun peran dalam interaksi sosial bergantung dari pola persepsi. Pola persepsi itulah menentukan cara pandang yang digunakan da'i dalam mereaksikan dirinya pada jama'ah. Da'I akan merasa diri sebagai "seperti apa pun," lantaran mereka mempersepsikan dirinya atas dasar hasil persepsinya terhadap persepsi jama'ah atas dirinya. Persepsi diri inilah menjadi landasan bagi pemunculan makna subjektif dari setiap tindakan dilakukan oleh da'i dalam berdakwah.

Mengartikulasikan komunikasi dakwah bahwa da'i dengan teori tersebut dapat dipahami sedang melakukan proses komunikasi verbal maupun nonverbal dan tidak terlepas dari penilaian para jama'ah. Semua tampilan diri memberikan kesan melalui pesan komunikasi verbal dan nonverbal pada panggung depan terakumulasi menjadi "*stock of knowledge*" yang dilandasi oleh "*frame of referrence*" serta "*field of experience*" da'i dalam aktifitas berdakwah.

Simpulan

Beberapa temuan menjelaskan bahwa pengelolaan kesan di panggung depan yang ditampilkan da'i dalam berdakwah diharapkan muncul pada jama'ah. Pengelolaan kesan dilakukan berdasarkan kemampuan da'i memahami serta menginterpretasikan situasi jama'ah dan kemampuannya mengkonstruksi teknik sesuai dengan situasi yang dihadapi. Hal ini berupa pengelolaan diri berupa kesan; *pertama*, situasi da'i berdakwah yang kecenderungannya dilakukan pada bagian terbuka dan bagian semi terbuka, dikategorikan berupa pesan verbal maupun nonverbal yang dipertunjukkan dalam berdakwah. *Kedua*, terencana yakni dilakukan sebagai upaya menampilkan dirinya melalui tindakan komunikasi untuk memperoleh hasil tertentu yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan atau sudah dipraktikkan. Dikategorisasikan sebagai tampilan kesan, akrab, empati, dan humoris. Ketiga, spontan dengan kategorisasi jargon, bergerak, dan pengalihan masalah, karena bagaimanapun seorang da'i dipandang baik di mata jama'ah.

Da'i sebagai pihak secara langsung terlibat dalam proses penyampaian pesan, untuk tetap memiliki komitmen sebagai konsekuensi seorang *leader* dan pelayan masyarakat dalam hal informasi keagamaan. Sehingga umat Islam yang merupakan segmentasi dakwah, mengharapkan kehadirannya untuk ada bersama mereka.

Lembaga yang berkompeten mengembangkan keilmuan ini, seperti Fakultas Dakwah atau Lembaga Dakwah Islam. Diharapkan temuan ini menjadi bahan pertimbangan untuk menjadi telaah mendasar dalam mewujudkan da'i profesional. Begitu pula pemerintah dan pengambil kebijakan agar mengagendakan pembuatan regulasi bagi kegiatan dakwah, baik dilaksanakan umat Islam maupun pemerintah. Dengan demikian, dakwah pada masa akan datang akan memiliki panduan sebagai pedoman bagi umat Islam.

Referensi

- Khaliq, A. (1998). *Metode dan strategi dakwah Islam*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- Adam, F., Anuar, M.M., & Ali, A.H. (2014). Islamic da'wah in the west. *Poston, L. Theological Studies*. 54(1), 193-220.
- Ahmad, A.S. (2000). *Dakwah-misi dan komunikasi*. Makalah (28 Mei 2000). Lokakarya Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi UNHAS: Makassar.
- Al-Faruqi, I. (1978). On the nature of Islamic da'wah. *The International Review of Mission*. 65 (260), 391-406.
- Annuar, M. F., & Adam, A.A.H. (2014). The use of blog as a medium of Islamic da'wah in Malaysia. *International Journal of Sustainable Human Development*. 2 (2), 74-80.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah kontemporer: Sebuah studi komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Berger, P.L, & Thomas, L. (1966). *The social construction of reality: A Treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor Books.
- Bukhari. (2009). *Dakwah Ahlulbait Kajian Kang Jalal*. Disertasi. Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Burns, R.B. (1979). *The self concept in theory, measurement, development and behavior*. London: Longman Group Limited.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions* . Thousand Oaks: Sage Publication Inc.
- Haron, M. (2006). Da'wah movements and Sufi tariqahs: Competing for spiritual spaces in contemporary Southern Africa." *Journal of Muslim Minority Affairs*. 25 (2), 261-285.
- Given, M. L. (2008). *The sage encyclopedia of qualitative research methods* (Vol. 1 and 2). Thousand Oaks: Sage Publication.

- Goffman, E. (1959). *The presentation of self everyday life*. Harmondworth: Penguin.
- Ilahi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. PT. Bandung: Remaja Rosdakarya,.
- Kusnawan, A. (2004). *Ilmu dakwah (kajian berbagai aspek)*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Lindlof, T. R. (1995). *Qualitative communication research methods*. California USA: Sage Publications.
- Little John, W. S., & Karen, A. F. (2009). *Encyclopedia of communication theories*. University of New Mexico: SAGE Reference Publication.
- Ma'arif, S. B. (2010). *Komunikasi dakwah: Paradigma untuk aksi* (Cet.I). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mahadi, U. (2012). *Komunikasi dakwah kaum migran: Studi komunikasi antar budaya dengan pendekatan fenomenologi pada dai kaum migran dalam dakwah Islam di kota Bengkulu*. Disertasi. Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. London: Sage Publications.
- Mulkan, A. M. (1996). *Idiologisasi gerakan dakwah: Episode kehidupan M. Natsir dan Ahmad Azhar Basyir*. Yogyakarta: Sipsress.
- Mulkan, D. (2014). Islamic preaching (da'wa) portrait in television (Indonesian cases).” *The International Journal of Social Sciences*. 19 (1), 176-189.
- Mulyana, D. (2010). *Metode penelitian kualitatif, paradigma ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- (2015). *Komunikasi media dan masyarakat: Membedah absurditas budaya Indonesia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Poston, L. (1991). The Future of da'wah in North America. *American Journal of Islamic Social Sciences*. 8 (3), 501-528.
- Radford, G.P. (2005). *On the philosophy of communication*. USA: Thomson Wadsworth.
- Supartra, M. (2003). *Metode dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Syahputra, I. (2007). *Komunikasi profetik: Konsep dan pendekatannya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syaiful, M.B. (2008). *Pola komunikasi dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam membina kehidupan beragama jemaahnya di Bandung*. Disertasi. Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Syam & Nina, W. (2010). *Filsafat sebagai akar ilmu komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.