

REALITAS KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM OPERASIONAL DAKWAH

Miftakhuddin

STAI Luqman al Hakim Surabaya
miftah66@gmail.com

Abstrak

Permasalahan komunikasi pembangunan perlu dikaji terus, karena perjalanan kehidupan pun terus berlangsung, dan semua orang ingin sejahtera secara materiel, juga memiliki ketentraman secara spiritual, sehingga hidup di dunia menyenangkan, dan pelaksanaan aktivitas dakwah yang bersifat spiritual pun lebih optimal.

Program pembangunan merupakan agenda utama yang terus dilaksanakan tiap Negara, baik Negara maju, Negara berkembang apalagi Negara terbelakang. Dengan pembangunan kredibilitas kehidupan bisa ditingkatkan, baik aspek materi maupun non materi. Bertolak dari sinilah maka gagasan pembangunan senantiasa dikomunikasikan, sehingga pada gilirannya mencuat apa yang diistilahkan dengan komunikasi pembangunan. Dalam prakteknya ia menggunakan media massa secara dominan, sebab memang media ini dipandang efektif.

Secara sederhana, komunikasi dikatakan efektif bila pesan seperti yang dimaksudkan oleh komunikator/da'i berkaitan erat dengan pesan seperti yang ditangkap dan diteri oleh komunikan/mad'u. Efektivitas komunikasi dengan erat hubungannya dengan tujuannya, biasanya kita mengharap satu hasil atau lebih sebagai tujuan komunikasi.

Mencermati essensi, tujuan dan mekanisme komunikasi pembangunan; ternyata ada titik singgung cukup besar yang mempertemukannya dengan dakwah. Dengan demikian untuk operasionalisasi komunikasi pembangunan di Indonesia khususnya akan lebih berhasil bila mana memanfaatkan dakwah.

Mengingat hakekat operasional dakwah adalah menghadapi "realitas", maka setiap pendukung dakwah, apakah sebagai praktisi atau sebagai penentu kebijakan, harus benar-benar memahami bahwa perubahan itu sendiri sebuah "realitas".

Key Word; Realitas, Komunikasi Pembangunan dan Operasional Dakwah

A. Pendahuluan

Di antara indikasi konkrit manusia sebagai makhluk sosial adalah cenderung hidup berkelompok atau tidak mengisolasi diri. Atas dasar inilah barangkali cukup beralasan jika dalam diskursus psikologi yang memberi stempel adanya "kelainan" terhadap mereka yang cenderung menyendiri, uzlah dari kehidupan pada umumnya - Uzlah di sini tentu berbeda dengan uzlah dalam dunia tasawwuf, sebab uzlah versi tasawwuf, sebagaimana yang dipraktekkan paraSufi punya makna tersendiri. Minimal bisa dipahami sebagai salah satu kiat dan kaifiyat untuk mendekatkan diri kepada Sang Pencipta, Allah SWT.

Dalam upaya merealisasikan hidup berkelompok atau melibatkan diri dalam aktivitas-aktivitas sosial itulah, maka setiap orang tidak bisa mengesampingkan komunikasi. Melalui komunikasi akan lahir persepsi yang kemudian akan berlanjut ke aksi, integrasi dan interaksi. Selanjutnya terwujudlah apa yang dinamakan dengan sosialisasi yang pada gilirannya nanti mampu membentuk aktualisasi diri.

Memang menarik sekali memperbincangkan ihwal komunikasi, sebab ia merupakan sesuatu yang hidup dan terus berkembang. Di samping itu membicarakan komunikasi berarti menyangkut kita semua. Komunikasi merupakan bagian tak terpisahkan dalam kehidupannya, termasuk hasrat yang terpendam dan tersimpan lama dalam kalbu. Itulah sebabnya tidak heran jika komunikasi mampu mengkristalisasikan dirinya sebagai sebuah disiplin ilmu dalam rumpun ilmu-ilmu sosial (*Social Sciences*).

Meskipun studi komunikasi baru dapat diterima sebagai suatu disiplin ilmu pada pertengahan abad ke-20, namun sejak kehadiran dan perjumpaan Adam dan Hawa di dunia, komunikasi manusia itu sesungguhnya telah hadir. Kehadirannya justru tak bisa dielakkan, karena perjuangan itu sendiri memerlukan komunikasi, agar bisa berlanjut menjadi persahabatan, pertemuan, persekutuan atau pernikahan. Justru itu sebagian orang menyebut komunikasi sebagai "praktek" hidup bersama¹.

Keberadaan komunikasi dalam menyertai sistem kehidupan selalu saja menepati peran penting; dari dulu, kini dan nanti, komunikasi akan terus memainkan peran pentingnya itu. Bahkan, turut menentukan atau sekurang-kurangnya menjadi pemicu berhasil tidaknya suatu aktivitas yang dilaksanakan². Dalam hal ini tentu saja termasuk kegiatan-kegiatan pembangunan. Mengingat posisi dan sekaligus fungsinya itulah tidak heran jika ada yang mengatakan bahwa kesalahan dalam melakukan komunikasi, dianggap atau merupakan akar dari persoalan-persoalan yang timbul di dunia.

Misalnya prasangka, perceraian suami isteri, pembelotan, peperangan antar suku, konflik organisasi politik dan lain sebagainya. Dalam konteks itulah pembangunan yang kini terus dilaksanakan dimana-mana merupakan suatu kegiatan yang arus dikomunikasikan. Pada dasarnya pembangunan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat di berbagai sektor kehidupan, karena itu keberhasilannya bergantung pada dedikasi dan partisipasi aktif masyarakat

¹ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebuah pengantar Ringkas*, Jakarta: CV Rajawali, 1988 hal. 19

² Masdari, *Komunikasi Yang Efektif Dalam Organisasi*, Banjarmasin: Panitia PKM IAIN Antasari, 2000 hal. I

itu sendiri. Guna mendapatkan dedikasi dan partisipasi aktif itulah, program-program pembangunan harus disosialisasikan.

Untuk ini dibutuhkan berbagai macampendekatan dan pendekatan tersebut tidak lain dari komunikasi. Sesuai dengan perkembangan peradaban dan tuntutan kehidupan, rupanya komunikasipun turut bergulir pula karenanya dalam tatanan komunikasi berkembang sedemikian rupa, setidaknya ia diklasifikasikan menjadi 9 bidang. Salah satunya adalah komunikasi pembangunan atau diistilahkan dengan *development communication*³.

Dalam uraian berikut akan dipaparkanapa sebenarnya komunikasi pembangunan itu, seberapa jauh urgensinya dan bagaimana perspektif dakwah terhadap komunikasi pembangunan tersebut. Dengan demikian diharapkan nantinya akan semakin jelas adanya korelasi, atau malah koherensi komunikasi dengan dakwah. Tidak sekadar hubungan lintas disiplin begitu saja.

B. Realitas Komunikasi Pembangunan dalam Operasional Dakwah

1. Realitas Komunikasi

Dalam paradigma komunikasi, realitas tidak diposisikan sebagai entitas ontologis yang sepenuhnya objektif dan independen dari subjektivitas manusiawi, melainkan sebagai konstruksi sosial yang terbentuk, direproduksi, dan ditransformasikan melalui proses komunikatif. Para pakar komunikasi dan sosiologi komunikasi sepakat bahwa realitas sosial muncul melalui mediasi bahasa, simbolisme, interaksi, dan eksplanasi makna yang bersifat kontinu.

Berger dan Luckmann (1966) mengartikulasikan realitas sosial sebagai produk dialektika antara agen individu dan struktur masyarakat, yang dimediasi oleh tahapan eksternalisasi, objektivasi, serta internalisasi. Komunikasi, dalam kerangka ini, berfungsi sebagai mediator primer dalam pembentukan realitas sosial, karena melalui proses tersebut makna diproduksi, dilegitimasi, dan diinstitusionalisasi⁴.

Schramm memformulasikan realitas komunikasi sebagai fenomena sharing of meaning antara komunikator dan komunikan, di mana kesinambungan realitas tercipta apabila wilayah pengalaman bersinggungan, sehingga pertukaran makna mencapai efikasi optimal⁵.

B. Aubrey Fisher mendefinisikan realitas komunikasi sebagai konstruksi sosial yang melampaui transmisi informasi semata, mencakup mekanisme kontrol sosial, integrasi sosial, serta

³Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,1994 hal. 8-9

⁴ Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. New York: Anchor Books.

⁵ Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.

induksi respons behavioral. Komunikasi, dengan demikian, tidak sekadar merefleksikan realitas, melainkan secara agenis membentuk arsitektur sosial dan pola aksinya⁶.

Rogers, dalam konteks komunikasi pembangunan, memandang realitas komunikasi sebagai locus difusi inovasi ruang sosial di mana ide, nilai, dan artefak teknologi dinegosiasikan, diadopsi, atau direjeksi oleh aktor masyarakat. Dinamika ini dipengaruhi oleh struktur sosial, saluran mediasi, dan atribut penerima⁷.

Servaes, pula, menegaskan sifat kontekstual dan partisipatoris realitas komunikasi pembangunan, dengan menolak model linear dan mengadvokasi perspektif emik dari masyarakat lokal, hegemoni nilai budaya, serta relasi kekuasaan yang melingkupinya⁸.

Secara sintetik, realitas komunikasi merujuk pada kondisi ontologis di mana eksplanasi makna berlangsung secara dinamis, dimediasi oleh struktur sosial, dimensi kultural, faktor psikologis, dan infrastruktur mediatik. Dalam ontologi dakwah dan pembangunan, realitas ini menjadi fondasi epistemologis bagi internalisasi pesan normatif dan agenda transformasi sosial.

Pada praktik komunikasi pembangunan dan dakwah, realitas komunikasi mencakup persepsi, interpretasi, apropriasi, atau reksifikasi pesan pembangunan serta nilai keagamaan oleh subjek masyarakat. Faktor-faktor tersebut dikonfigurasi oleh habitus sosial-budaya, kompetensi pendidikan, kapital pengalaman, sistem nilai, serta kepentingan kelompok. Kegagalan mengapresiasi realitas ini kerap menginduksi resistensi, distorsi semiotik, atau minimnya partisipasi publik dalam inisiatif pembangunan.

Operasional dakwah pada hakikatnya adalah aktivitas yang berhadapan langsung dengan realitas sosial umat. Realitas sosial ini mencakup kondisi ekonomi, struktur kekuasaan, tradisi budaya, relasi sosial, serta problem-problem aktual yang dihadapi masyarakat. Dalam konteks komunikasi pembangunan, realitas sosial tidak boleh dipahami secara normatif-ideal semata, melainkan secara empiris dan kontekstual.

Dakwah yang berorientasi pada pembangunan menuntut da'i untuk memahami realitas mad'u secara komprehensif. Pesan dakwah yang disampaikan tidak cukup hanya benar secara teologis, tetapi juga harus relevan secara sosial. Inilah yang menegaskan bahwa komunikasi dakwah merupakan proses negosiasi makna antara nilai-nilai normatif Islam dengan realitas kehidupan masyarakat. Ketika dakwah mampu membaca realitas komunikasi dengan tepat, maka pesan

⁶ Schramm, W. (1977). *Communication and Development*. Honolulu: East-West Center.

⁷ Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. London: Sage Publications.

⁸ Susanto, A. S. (1986). *Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Bina Cipta.

Pembangunan baik yang bersifat material maupun spiritual akan lebih mudah diterima dan diinternalisasi.

Media massa dan digital berfungsi sebagai aktor primer dalam konstruksi realitas komunikasi pembangunan dan dakwah, melampaui peran saluran transmisi menjadi agen agenda-setting dan framing. Representasi realitas pembangunan atau keagamaan dapat dikonstruksi secara afirmatif atau didistorsi melalui simplifikasi dan bias kognitif.

Realitas komunikasi selalu berubah seiring masyarakat. Globalisasi, kota besar, dan internet ubah cara orang komunikasi. Dulu di desa, obrolan langsung dominan; sekarang, TikTok dan WhatsApp bentuk opini.

Di masyarakat tradisional, dakwah tatap muka efektif, seperti pengajian rutin. Di kota, butuh media digital agar pesan dakwah sampai ke anak muda. Schramm bilang struktur komunikasi tunjukkan kemajuan masyarakat. Jadi, da'i harus ikuti tren agar tetap relevan, misalnya gunakan video pendek untuk cerita nabi di era medsos.

Media bukan cuma penyiar, tapi pembentuk kenyataan pilih apa yang dibahas (agenda setting) dan cara ceritanya (framing). Dakwah bisa pakai TV atau YouTube untuk jangkau banyak orang, tapi tantangannya banjir info dan persaingan.

Da'i harus pintar strategi, seperti buat konten viral tentang ramadhan yang relate dengan isu lingkungan. Di Indonesia, platform seperti Instagram bisa bantu dakwah capai jutaan, tapi harus paham algoritma agar tidak tenggelam.

Tak lupa pikiran dan budaya audiens: persepsi, sikap, motivasi, emosi. Susanto bilang motivasi tak bisa dipaksa, harus dimanfaatkan. Dalam dakwah, bahasa agama harus cocok dengan cara berpikir lokal. Kalau pakai istilah Arab kaku di kampung Jawa, bisa ditolak. Lebih baik cerita pakai wayang atau lagu qasidah agar dekat hati.

Pemahaman terhadap realitas komunikasi sebagai konstruksi sosial yang dinamis menegaskan bahwa proses komunikasi tidak bersifat netral, melainkan selalu berkelindan dengan tujuan, kepentingan, serta arah perubahan sosial yang hendak diwujudkan. Realitas komunikasi berfungsi sebagai arena pertukaran makna yang menentukan efektivitas pesan dalam memengaruhi sikap, orientasi, dan perilaku masyarakat. Ketika komunikasi diarahkan secara sadar, sistematis, dan terencana untuk mendukung proses perubahan sosial, maka ia memperoleh dimensi instrumental dalam konteks pembangunan. Dari sinilah konsep komunikasi pembangunan menemukan relevansi teoretis dan praktisnya, yakni sebagai bentuk komunikasi yang berorientasi pada transformasi sosial, ekonomi, dan kultural masyarakat. Oleh karena itu, pembahasan mengenai komunikasi pembangunan merupakan kelanjutan konseptual yang inheren dari kajian tentang

realitas komunikasi, khususnya dalam konteks operasional dakwah yang berhadapan langsung dengan dinamika sosial umat.

2. Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan terdiri dari kata komunikasi dan pembangunan. Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut dengan *communication*, berasal dari kata *communication* atau dari kata *communis* yang berarti sama atau sama maknanya atau pengertian bersama, dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator⁹.

Secara terminologi ada banyak pengertian komunikasi yang dikemukakan para ahli. Banyaknya definisi komunikasi itu memang bisa dimaklumi karena memang komunikasi itu sendiri merupakan realitas sosial yang menggejala dan dinamis, hingga membuatnya bisa dipantau dari berbagai sudut pandang. Akibatnya ada beberapa tekanan (*stressing*) yang diberikan para ahli dalam mendefinisikan komunikasi tersebut.

Di antara definisi itu misalnya yang dikemukakan William L. Rives dan kawan-kawan: "*Communications is a central fact of human existence and social process*"¹⁰. Dan pengertian ini bisa dipahami bahwa komunikasi merupakan sesuatu yang dinamis, mengandung sejumlah nilai, berproses atau bergerak maju dari tahapan demi tahapan dalam rangka mempengaruhi serta merubah sikap maupun perilaku publiknya.

Makna yang esensial dari komunikasi adalah adanya kebersamaan makna dari suatu pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikannya. Hal ini juga diakui oleh Wilbur Schramm dalam bukunya "*The Process and Effects of Mass Communications*" yang disadur Harist Abdoussalam, yakni esensi komunikasi "*is getting there ceiver and sender turned together for A particular message*"¹¹ (Wilbur Schramm, 1969 ;2). Maksudnya, untuk suatu pesan penerima (komunikannya) dan penyampai pesan (komunikator) harus berada dalam kebersamaan makna.

Dalam hubungan ini agaknya menarik sekali digaris bawahi temuan B. Aubrey Fisher setalatr ia mencermati beberapa definisi komunikasi. Menurutnya paling tidak ada lima unsur pokok dalam suatu komunikasi; yaitu adanya penyampaian informasi, kontrol sosial untuk

⁹ A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993, hal. 8

¹⁰ William L River, Tfreodore Peterson and Jay W. Jansen, *The Mass Media and moclern _Society*, San Fransisco: Rine hart Press, 1971, hal. 22.

¹¹ Wilbur Scharamm, *The Process an Effect of Mass Communicatio*, Saduran Harust Abdoussalam, Yogyakarta: Sumbangsi 1969 hal. 2.

mempengaruhi, fenomena respon atau rangsangan, kebersamaan arti dan integrasi social¹². Lingkup komunikasi memang luas, seluas kegiatan dan malah sedinamis proses berkomunikasi itu sendiri. Dalam kaitan ini ada yang mengikhtisarkan komponen komunikasi meliputi enam faktor; yaitu sumber (*source*), penyampai pesan (*communicator*). Pesan (*message*), saluran (*channel*), penerima pesan (*communican*), dan hasil (*effect*)¹³.

Dengan demikian, komunikasi sebagai suatu proses dipahami sebagai suatu mekanisme yang berjalan dari, melintasi ruang dan waktu dari satu titik ke lainnya. Komponen-komponen dalam model mekanisme itu sangat jelas, yaitu sumber/penerima, saluran, pesan/umpan balik, dan efek/’atsar.

Kata kedua dari komunikasi pembangunan adalah pembangunan. Pembangunan berasal dari kata dasar "bangun" yang diberi imbuhan (pem dan an). Kata bangun memiliki beberapa arti, salah satunya adalah mulai sadar atau insaf akan nasibnya¹⁴. Adapun kata pembangunan berarti pembinaan, hal (cara, perbuatan) membangun itu sendiri¹⁵. Jadi pembangunan tersebut menunjukkan perbuatan yang dilakukan secara sadar, aktif dan terus menerus demi terwujudnya apa yang diinginkan.

Munculnya harapan agar pembangunan diartikan sebagai peningkatan kemampuan komunikator/da’i untuk mempengaruhi masa depan diri, lingkungan dan masyarakatnya. Demikianlah, di sini tercakup pengertian “menjadi” (*being*) dan “mengerjakan” (*doing*). Ini berarti bahwa program-program bukan saja perlu membuahkan perubahan-perubahan yang fisik dan konkrit, melainkan juga perlu menghasilkan hal-hal semacam itu dengan cara tertentu sehingga rakyat memperoleh kemampuan yang lebih besar untuk memilih dan memberikan tanggapan terhadap perubahan-perubahan tersebut.

Pengertian menurut istilah, pembangunan adalah pemanfaatan dan pengarahan perubahan masyarakat ke arah kemajuan suatu bangsa dalam entuk materi maupun non materi¹⁶. Dalam pengertian ini yang menjadi tumpuan adalah terciptanya perubahan dalam masyarakat dari statis menjad dinamis atau dari terkebelakang menjadi berkembang dan maju, baik dari segi fisik material maupun mental spiritual. Di Negara kita, konsep ini dikenal dengan membangun manusia seutuhnya, sehat jasmani rohani dan punya keseimbangan antara lahir dan bathin.

¹² B. Aubrey Fisher, *Perspective on Human communication*. Terj. Soejono Trimio, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1986, hal. 10-11

¹³ A.W. Widjaja, *Op. Cit.*, hal. 1-12

¹⁴ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: PN Balai Pustaka, 1982, hal. 87.

¹⁵ *Ibid*, hal. 88

¹⁶ Astrid S. Susanto, *Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Binacipta, 1986, hal. 137.

Dengan memadankan kata komunikasi dengan pembangunan hingga menjadi komunikasi pembangunan, maka lahirlah bidang komunikasi baru. Pembagian bidang ini didasarkan kepada tujuan dan jenis pesan yang disampaikan. Dengan demikian komunikasi pembangunan diberikan batasan sebagai komunikasi yang dilakukan secara sadar, sistematis dan berencana untuk mengubah pola berfikir dan tingkah laku masyarakat. Hal ini terutama yang menyangkut ide baru dan teknologi baru¹⁷. Senada dengan pengertian di atas, salah seorang pakar komunikasi Indonesia, Dr. Phil. Astrid S. Susanto mengemukakan pendapat secara khusus tentang komunikasi pembangunan ini, dalam bukunya " Filsafat Komunikasi "; yaitu sebagai berikut:

"Setiap komunikasi pembangunan menginginkan adanya perubahan nilai ataupun penggunaan suatu nilai lama untuk tujuan yang baru (pembangunan mental dan material. perubahan dalam nilai maupun tujuan dengan sendirinya akan menginginkan perubahan sikap (attitude change) dari setiap anggota masyarakat. Salah satu syarat yang terpenting dari komunikasi pembangunan adalah bahwa motivasi penduduk harus diketahui untuk dimanfaatkan dan dikaitkan dengan idea pembangunan.

Suatu motivasi tidak dapat diberi, ia hanya dapat dimanfaatkan, karena motivasi merupakan sebab mengapa seseorang menerima atau menolak sesuatu yang dianjurkan. Berdasarkan motivasinya ia akan menentukan sikapnya. Yang dimaksudkan dengan sikap atau attitude adalah pre disposisi seseorang untuk menilai suatu lambang atau obyek hidupnya dalam nilai yang menguntungkan atau merugikan. Sesuatu dengan motivasinya maka manusia akan menentukan sikapnya terhadap idea pembangunan pula dan memberi ataupun menolak pemberian partisipasinya¹⁸.

Mendiskusikan pembangunan memang akan selalu menarik dan aktual, karena ia merupakan agenda kita semua, bahkan bidang garapan utama bangsa-bangsa di dunia. Berbagai pengamat. politisi, ekonom bankir, budayawan, praktisi, ilmuwan, agamawan sampai kepada pengamen sekalipun pasti akan memberikan komentarnya jika diberi kesempatan untuk bersama-sama melakukan curah pikir dan saran (*brain storming*) tentang pembangunan.

Tolak ukur pembangunan haruslah merupakan ukuran-ukuran kualitatif maupun kuantitatif yang bisa diukur, di-*verify* dan diperdebatkan secara lugas. Itulah sesungguhnya "bila orang hendak jujur" alur dominan dari pemikiran awal pembangunan. Baik itu pembangunan ekonomi, sosial maupun politik. Tetapi tatkala pembangunan juga harus memikul beban pertimbangan-pertimbangan etis dan moral, maka beban ekstra ini merupakan permasalahan yang

¹⁷Anwar Arifin, *Op. Cit* hal. 31.

¹⁸ Astrid S. Susanto, *Op. Cit*, hal. 139-141

harus dihadapi sebagai dan digunakan resep “ekstra konvensional” terhadap tradisi pemikiran pembangunan yang lazim.

Sehubungan dengan itulah dalam mengkritisi pelaksanaan pembangunan Dr. M. S. Astrapratedja menawarkan betapa perlunya untuk mengaplikasikan apa yang disebutnya dengan etika pembangunan, yaitu terdiri dari enam tugas utama:

1. Harus mengolah sikap yang sadar dan kritis mengenai tujuan-tujuan pembangunan, tidak hanya tujuan yang secara formal di rumuskan, tetapi juga yang *de facto* terjadi dalam proses pembangunan.
2. Menganalisis proses pembangunan "dari dalam" dan mengisolasi nilai dan anti nilai yang tersembunyi dibalik proses pembangunan itu.
3. Merumuskan pedoman-pedoman atau prinsip dasar sebagai orientasi dalam menentukan pengambilan keputusan dan kebijaksanaan dalam proses pembangunan.
4. Bertugas membangun kerangka teoritis yang terpadu, diharapkan agar dalam kerangka teoritis yang terpadu itu berbagai masalah etis yang khusus dan fragmentaris dapat ditempatkan dan dengan demikian juga dijelaskan.
5. Harus berdialog dengan ilmu-ilmu lainnya setiap disiplin ilmu memberikan definisi pembangunan yang berbeda-beda mengenai pembangunan. Etika pembangunan menempatkan definisi itu dalam kerangka yang lebih luas di mana akhirnya pembangunan dimengerti sebagai peningkatan kualitas dan kemajuan masyarakat dalam mengembangkan nilai-nilai kemanusiaan.
6. Menyadarkan manusia akan tanggung jawab baru dalam mengelola kekuatan-kekuatan yang dibangunnya sendiri¹⁹.

Operasionalisasi komunikasi pembangunan dalam upaya memasyarakatkan ide-ide pembangunan atau dalam upaya menggagas pesan-pesan pembangunan, merekrut masukan dan lain sebagainya; harus ditempuh dengan menggunakan komunikasi massa. Komunikasi massa mampu menjangkau khalayak sasaran secara lebih luas, di samping penyajiannya relatif menarik sebab bisa disuguhkan dengan banyak variasi. Dalam hal ini apakah melalui pers atau media cetak seperti surat kabar, majalah bulletin, tabloid dan lain sebagainya. Ataukah melalui media elektronik seperti televisi, film, radio, pers dan surat kabar dan lain sebagainya.

Seberapa jauh urgensi komunikasi pembangunan betapa peranan media massa di dalamnya. Astrid S. Susanto mengetengahkan pendapat tiga orang ahli komunikasi seperti Karl Deutsch yang

¹⁹M. Sastrapratedja, " *Etika Pembangunan*" Dalam A. Fifi Hasan, *Tinjauan Kritis-Tentang Pembangunan*, Jakarta: Lembaga Studi Agama dan filsafat, hal. 79

mengatakan bahwa media massa diperlukan untuk meningkatkan keadaan nasional, pemupukan jiwa kesatuan dan kegiatan nasional. Kemudian Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa struktur komunikasi sosial mencerminkan struktur dan arah pembangunan (mental) suatu masyarakat, komunikasi berubah dan berkembang sesuai dengan perubahan suatu bangsa. Berikutnya Lucian Pyeyang menegaskan bahwa proses komunikasi dalam proses pembentukan kesatuan bangsa merupakan landasan memperluas kesadaran bangsa, merupakan penghubung antar lembaga politik, dan penghubung antara yang memerintah dengan yang diperintah. Bagi suatu masyarakattransisi media massa berkembang sesuaidengan perkembangan bangsa dan kesadaran bangsa sebagai suatu hubungan antar bangsa²⁰.

Demikianlah komunikasi perilaku yang proaktif itu tidak saja terbatasdalam sektor materi atau fisik semata namun juga termasuk sektor non materi atau mental spiritual.

3. Operasional Dakwah

Istilah dakwah kini sudah tidak asing lagi dalam penggunaan sehari-hari. Kini dakwah sudah menjadi kosa kata bahasa Indonesia dan termuat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia", ia berarti penyiaran, propaganda, yakni penyiaran agama di masyarakat dan pengembangannya, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama (tim penyusun, 1989: 181). Arti ini tidak seluruhnya benar, lebih-lebih kalau dikaitkan dengan propaganda. Sebab dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni dari kata, *Da'a, yad'u, da'watan* " yang berarti mengajak²¹. Pengertian semacam ini juga disebutkan dalam "*Encyclopedia of Islam*": "*Da'wa, da'avaat, from the root da'a, to call, invite, has the primary meaning call on invitaticn*"²². Maksudnya, dakwah berasal dari kata da'a yang berarti memanggil, mengundang, yang arti asalnya ialah panggilan atau undangan.

Perlu ditegaskan disini bahwa hakikat dari mengajak memanggil atau mengundang dan menyeru sebagai arti lughowi dari kata dakwah tersebut; mempunyai identitas tersendiri yaitu tanpa menggunakan kekerasan, kekuatan, paksaan atau tekanan-tekanan lainnya. Akan tetapi semua itu dilakukan dengan cara yang lemah lembut, posuasif edukatif, manusiawi dan berangkat dari kesadaran serta keikhlasan; sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam.

Itulah sebabnya Bapak Ilmu Perbandingan Agama Indonesia Prof. Dr. H.A. Mukti Ali menegaskan, sejarah telah membuktikan bahwa Islam pada prinsipnya adalah agama dakwah²³.

²⁰Astrid S. Susanto, *Op. Cit.*, hal. 130-130

²¹ Muhammad Idris Abdurrauf al-Marbawi, *Al-Kamus Idris Al Marbaw*, Bandung PT. Alma'arif, hal. 203

²²B. Lewis ch Pellat And J. Schach, *Encyclopedia of Islam*, Leiden: E.J. Brill, 1965, hal. 16

²³Mukti Ali, *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*, Jakarta: Rajawalipress, 1987

Sebagai agama dakwah ia mempertahankan kebebasan berdakwah secara konsekuen²⁴. Islam agama dakwah dan bukan revolusi. Pengertian dakwah yang dikemukakan oleh orang yang dipandang sebagai peletak pondasi ilmiah bangunan ilmu dakwah Syekfi Ali Mahfudz, rumusnya sebagai berikut: Dakwah ialah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mematuhi petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik serta melralang dari perbuatan yang munkar, agar memperoleh kemenangan dan kebahagiaan di dunia serta di akhirat²⁵. Dalam arti luas dakwah bermakna penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan Islam dalam kehidupan dan penghidupan manusia (termasuk dalamnya; politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian kekeluargaan dan lain sebagainya²⁶). Memperhatikan pengertian dakwah diatas, bisa dipahami bahwa dakwah itu merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan secara sadar dengan cara-cara tertentu, guna mewujudkan kebaikan dalam seluruh aspek kehidupan manusia berdasarkan ajaran Islam. Sehingga dapat memperoleh kemenangan dan kebahagiaan lahir dan batin di dunia dan di akhirat.

Manakala dilihat dari esensi, tujuan dan operasional aktivitas dakwah ini; maka sesungguhnya ada beberapa persamaan dengan aktivitas komunikasi. Antara lain berangkat dari kesadaran untuk melakukan perubahan masyarakat manusia ke arah yang lebih baik. Menurut Dr. Jalaluddin Rakhmat, komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia²⁷. Di samping itu dalam operasionalisasinya pun dakwah dapat menerapkan berbagai bentuk komunikasi, misalnya sebagaimana dalam komunikasi pembangunan yang mengandalkan penerapan komunikasi massa. Dewasa ini komunikasi massa sangat efektif dimanfaatkan untuk kegiatan dakwah melalui paket dakwah di televisi dan film umpamanya terasa sekali pesan-pesan agama yang disampaikan menjadi lebih hidup. Sehingga tidak jarang orang menjadi tersentuh perasaannya, terketuk hatinya, tumbuh kesadaran dan tergerak jiwa raganya untuk melakukan kebajikan; setelah menyaksikan tayangan-tayangan cerita bernafaskan Islam.

Dakwah juga memiliki kelenturan atau elastis dalam pelaksanaan, maksudnya ia tidak hanya terikat dengan sistem atau pendekatan tertentu saja. Melainkan penentuan sistem dan pendekatan dalam berdakwah itu akan lebih baik jika memperhatikan situasi dan kondisi di mana dakwah itu sendiri dilangsungkan. Elastisitasnya inilah yang membuat dakwah mampu berkorelasi dengan kegiatan-kegiatan lain. Paling tidak peluang relevansinya bisa dilihat dengan begitu jelas,

²⁴Isa Anshari, *Mujahid Dakwah*, Bandung: CV Diponegoro, 1979, hal. 17

²⁵ Ali Mahfudz, *Hidayah al-Munqidin*, Kairo: Al-Arabi, 1952, hal. 87

²⁶Endang Saifuddin Anshari, *Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam*, Jakarta: Usaha Enterproses, 1976, hal. 87

²⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1985, hal. 3

sebagaimana halnya dengan komunikasi pada umumnya dan komunikasi pembangunan pada khususnya.

Jika komunikasi pembangunan mentransmisikan ide-ide dan gagasan-gagasan untuk kepentingan pembangunan/misalnya perbangunan manusia seluruhnya maka demikian pula halnya dengan dakwah yang banyak melakukan pembinaan umat. Semua itu pada dasarnya mengacu serta berorientasi pada dasar pijakan yang mudah dipertemukan; sebab pada prinsipnya sama-sama untuk kepentingan serta kemaslahatan pembangunan.

Dalam hubungan itulah menarik sekali pendapat H. Masdar Helmy, seorang pakar dakwah, yang berpendapat bahwa pembinaan umat diarahkan untuk pembangunan. Lebih jauh beliau mengemukakan: Negara Indonesia yang kita cintai adalah ditakdirkan oleh Allah SWT' untuk kita "Bedasarkan itu semestinya nikmat Allah tersebut kita manfaatkan sebagaimana mestinya. Di Indonesia yang situasi dan kondisinya seperti yang kita alami bersama, untuk mencapai kemakmuran yang diridhoi Allah SWT, haruslah melalui pembangunan. Hanya dengan pembangunan bisa dicapai kemakmuran, perbangunan yang seimbang antara pembangunan material dan pembangunan spiritual mental agama. Memang keseimbangan harus ada, antara material dan spiritual, antara lahir dan batin, dan keseimbangan-keseimbangan lainnya.

Pembangunan yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah sekarang ini, sebenarnya adalah menjadi pembangunan umat Islam. Di sinilah tanggungjawab umat Islam sebagai rakyat yang terbanyak, berkewajiban menyukseskan pembangunan di segala bidang. Dan memang yang melakukan pembangunan itu adalah terbesar umat Islam, baik di bidang pertanian, peternakan, perikanan, perusahaan-perusahaan kecil dan bidang-bidang lainnya²⁸.

Betapapun bagus dan jelimetya program pembangunan yang ditawarkan, tapi masih dalam sebatas teori, tentunya tidak bermasalah apa-apa. Akan tetapi teori itu perlu dikomunikasikan disosialisasikan dan malah diaktualisasikan ke tengah-tengah masyarakat, supaya mendapat respon positif. Di sinilah perlunya keterlibatan dakwah dalam menopang komunikasi perbangunan. Dengan pendekatan dakwah komunikasi pembangunan akan semakin menukik sebab dalam operasionalnya dakwah memakai bahasa agama. Bahasa agama akan memperlihatkan kelebihan tersendiri dalam sistem komunikasi di tengah-tengah masyarakat yang religius, seperti halnya ditanah air kita.

Operasional dalam istilah dakwah ialah kegiatan menyebar paham, menyerab keyakinan, mencari pengikut dan pembela²⁹. Untuk iniperan serta muballigh selaku komunikator dalam

²⁸Masdar Helmy, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, Semarang: CV Toha Putra, 1973 hal. 22

²⁹ Isa Anshari, *Op. Cit*, hal. 229

operasional dakwah tersebut, amat menentukan keberhasilan. Muballigh yang handal dan dakwah yang relevan dengan situasi serta kondisi, akan menjadi alat yang ampuh untuk menghimbau dan menggugah masyarakat guna mewujudkan partisipasi dan keyakinan mereka. Para muballigh inilah pada dasarnya sebagai pemimpin agama, memegang peranan penting dalam menyukseskan pembangunan, dan memegang peranan dalam menumbuhkan serta menghidupkan partisipasi rakyat yang didasarkan atas kesadaran dan keyakinan, sehingga masyarakat atau rakyat benar-benar mengerti makna dan manfaat pembangunan, yaitu untuk kesejahteraan lahiriyah dan batiniyah mereka sendiri³⁰.

Sejalan dengan pendapat di atas, Prof. Dr. H. Emil Salim sewaktu menjabat Menteri Negara Kependudukan dan Lingkungan Hidup pernah menuturkan. Kata beliau, abad 21 adalah tahun tinggal landas bangsa kita agar dengan kemampuan bersama mampu menerbangi angkasa menuju cita-cita masyarakat adil dan makmur terdiri dari manusia-manusia Indonesia seutuhnya. Kendatipun apa yang diprediksikan tokoh lingkungan hidup itu masih jauh dari yang diharapkan. Karena kini bangsa kita bukannya mengangkasa tinggal landas, melainkan pada kenyataannya masih banyak yang merana lantaran masih tertinggal dilandasan. Namun apa yang diprediksikan tokoh reformasi tersebut hendaknya dapat dijadikan cambuk untuk mengejar segala ketertinggalan, khususnya dalam menghadapi dan mengantisipasi berbagai tantangan.

Tantangan yang kita hadapi tidaklah ringan. Tantangan ini tidak hanya dihadapi bangsa Indonesia, tetapi juga oleh bangsa-bangsa lain di dunia. Indonesia memiliki kesempatan merintis jalan baru jalan lurus ke arah tujuan pembangunan dengan makna dan "*CaUCA finalis*" nya yang sesuai dengan ajaran Islam, dan azas pancasila. Yang diperlukan sekarang adalah ahli pikir, ilmuwan, cerdik pandai dan ulama, yang mampu menjalin ilmu duniawi dengan ilmuukhrowi, dalam diri manusia Indonesia yang utuh, sebagai insan pengabd Allah SWT diatas jalan lurus, jalan yang diridhoi-Nya³¹.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut di atas, paling tidak kita bisa memahami bahwa komunikasi pembangunan merupakan satu bidang dalam bangunan ilmu komunikasi. Kehadirannya tentu saja begitu penting, baik dalam tataran disiplin ilmu maupun bagi kelangsungan Akselerasi

³⁰ Masdar Helmy, *Op. Cit*, hal. 22

³¹ Emil Salim, "*Menuju Tinggal Landas Tahun 2000*" dalam A. Rifa'I Hasan Ed., *Tinjauan Kritis Tentang Pembangunan*, Jakarta: Lembaga studi Agama dan Filsafat, t. th, hal. 82

pembangunan itu sendiri. Terlebih lagi dalam era globalisasi sekarang di mana bangsa-bangsa di dunia -terutama Indonesia - tengah disibukkan dengan proyek pembangunan, yang bersamaan dengan itu dihadapkan pula pada berbagai tantangannya. Ternyata di lihat dari proses pelaksanaannya esensi dan tujuan; tampak sekaligusnya titik singgung yang kuat antara komunikasi pembangunan dengan operasional dakwah. Indikasi ini tidak cuma sekedar menunjukkan adanya korelasi keduanya, akan tetapi realitas yang mengacu pada koherensidirasakan sangat dominan. Dalam wacana ini apakah disorot dari sisi keilmuan ataukah darisegi mekanisme aktivitas dakwah.

Menyongsong hadirnya Indonesia Baru dan lahirnya masyarakat madani sertacikal bakal masyarakat informasi di negerikita sendiri, adalah bukan hal yang mustahiljika "Komunikasi Pembangunan" merupakan suatu proses perubahan yang direncanakan dan dikehendaki serta sangat diperlukan, karena pembangunan yang berhasil harus didukung oleh semua komponen bangsa, agar masyarakat memiliki *sense of belonging* (rasa memiliki) dan *sense of responsibility* (rasa tanggung jawab terhadap pelaksanaan pembangunan itu sendiri) yang nantinya menjadi kebutuhan tersendiri dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

DAFTAR PUSTAKA

- , *Dakwah Kontemporer sebuah studi komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011
- Ali Mahfidz, Syekh, *Hidayah al-Munqidin*, (Kairo: Al-Arabi, 1952).
- Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebuah pengantar Ringkas*, (Jakarta: CV Rajawali, 1988)
- Astrid S. Susanto, *Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Binacipta, 1986).
- Bahy, Muhammad *Al-Al-Islamu Dakwah Laitsa Tsaurah*. Terj. Nabhan Husein (Jakarta: CV Sienttarama, 1986).
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality*, (New York: Anchor Books, 1966).
- Bryant Coralie, White Louise G, *Manajemen Pembangunan untuk negara berkembang*. LP3ES, Jakarta, 1987
- Emil Salim, " Menuju Tinggal Landas Tahun 2000" dalam A. Rifa'I Hasan (Ed.), *Tinjauan Kritis Tentang Pembangunan*, (Jakarta: Lembaga studi Agama dan Filsafat, t. th.)
- Endang Saifuddin Anshari, *Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam*, (Jakarta: Usaha Enterproses, 1976).
- Fisher, B. Aubrey, *Perspective on Human Communication*. Terj. Soejono Trimo, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986).
- Isa Anshari, K.H.M., *Mujabid Dakwah*. (Bandung: CV Diponegoro, 1979).
- Jalaluddin rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 1985).
- M. Masyhur Amin (Ed), *Moralitas Pembangunan persprktif Agama-agama di Indonesia*, LPKSM, Yogyakarta, 1994
- Marbawi, Muhammad Idris Abdurratf, *Al-Kamus ldris Al Marbawi*, (Bandung: PT. Alma'arift. th.)
- Masdar Helmy, H. *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, (Semarang: CV Toha Putra, 1973).
- Masdari, *Komunikasi Yang Efektif Dalam Organisasi*, (Makalah Penelitian Kepemimpinan Mahasiswa Tingkat Menengah IAIN Antasari, 22 Pebruari 2000), (Panitia PKM IAINAntasari : Banjarmasin, 2000).

- Mukti Ali, H.A., *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*, (Jakarta: Rajawali Press, 1987).
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1994).
- Pellat, B. Lewis ch. And J. Schach! *Encyclopedia of Islam*, (Ieiden: E.J. Brill, 1965).
- Poerwadarminta, W.J.S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN Balai pustaka, 1982).
- River, William L., Tfreodore Peterson and Jay W. Jansen, *The Mass Media and moclern_Society*, (San Fransisco: Rine hart Press, 1971).
- Rochayat Harun, Elvinaro Ardianto. *Komunikasi Pembangunan & Perubahan Sosial.*(Jakarta: Rajagrafindo Perkasa, cet.2, 2012)
- Rogers, Everett M., *Diffusion of Innovations*, ed. ke-5, (New York: Free Press, 2003).
- Sastrapratedja, M., " *Etika Pembangunan*" Dalam A. Fifai Hasan, *Tinjauan Kritls-Tentang Pembangunan*. Jakarta: Lembaga Studi Agama dan filsafat, t. th.).
- Scharamm, Wilbur, *The Process an Effect of Mass Communicatio*, Saduran Harust Abdoussalam, (Yogyakarta: Sumbangsi 1969).
- Schramm, Wilbur, *Communication and Development*, (Honolulu: East-West Center, 1977).
- Servaes, Jan, *Communication for Development and Social Change*, (London: Sage Publications, 2008).
- Susanto, Astrid S., *Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Bina Cipta, 1986).
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Gaya Media Pratama Jakarta:1997)
- Tubbs, Stewart and Moss Sylvia., *Human Communication*, (Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000)
- Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- Widjaja, A.W., *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993).