

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi perlu kiranya untuk dikemukakan pada bagian ini guna menentukan posisi penelitian yang akan dilakukan. Penelitian berkaitan dengan strategi komunikasi dilakukan banyak oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Jurnal Ria Oktaviani pada tahun 2018 membahas tentang strategi komunikasi guru agama dalam pembinaan akhlak siswa di smp negeri ujung tanjung.¹⁰ Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi guru agama dalam pembinaan akhlak, penelitian ini menggunakan pembinaan akhlak Perbedaannya. Tujuannya adalah pembinaan akhlak siswa. Siswa SMP Negeri Ujung Tanjung. Lingkupnya adalah pendidikan formal di sekolah. Judul ini menitikberatkan pada peran guru agama di lingkungan sekolah (SMP Negeri Ujung Tanjung) dalam membentuk akhlak siswa melalui strategi komunikasi yang diterapkan. Sedangkan skripsi saya Fokus utamanya adalah pemahaman keagamaan karakter dan moral (akhlak) peserta didik. Judul ini menitikberatkan pada upaya guru agama desa (bisa tokoh agama, ustaz, atau pendakwah) dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat desa, bukan semata pembinaan akhlak tetapi lebih kepada pemahaman ilmu agama secara luas.
2. Jurnal novel sella seventeen pada tahun 2022 membahas tentang strategi komunikasi penyuluhan agama dalam pembinaan keagamaan pada masyarakat kelurahan temple rejo.¹¹ Tujuan ingin memberikan deskripsi tentang strategi

¹⁰ Ria Oktaviani, "STRATEGI KOMUNIKASI GURU AGAMA DALAM PEMBINAAN AHKLAK SISWA DI SMP NEGERI UJUNG TANJUNG. (Studi di Desa Ujung Tanjung Kec. Bayuasin III)," *UIN Raden Fatah Palembang.*, n.d.

¹¹ novel sella Seventeen, "Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Dalam Pembinaan Keagamaan Di Kecamatan Curup Selatan," *Seventeen, Nove Sella and Anrial, Anrial and Verolyna, Dita*

komunikasi dalam penyuluhan agama islam. Penelitian ini membahas strategi komunikasi penyuluh agama dalam membina keagamaan di Kecamatan Curup Selatan. Kegiatan penyuluhan dilakukan di rumah-rumah, musholla, masjid, dan tempat lainnya. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi membangun hubungan dengan masyarakat, pertukaran ide melalui perbincangan, perencanaan treatment untuk perubahan perilaku, dan evaluasi terhadap efek dari terapi yang telah diberikan perbedaan Fokus pada penyuluh agama, yaitu petugas resmi dari Kementerian Agama yang ditugaskan untuk memberikan bimbingan keagamaan di masyarakat secara umum, Meneliti pembinaan keagamaan, yang bisa mencakup berbagai aktivitas seperti ceramah, pelatihan, bimbingan kelompok, dan lain-lain sedangkan penelitian saya Fokus pada guru agama desa, petugas resmi dari program bupati guru agama desa guru ngaji yang lebih terikat pada kegiatan pendidikan formal/non-formal di tingkat desa untuk membentuk keagamaan lebih bagus lagi, Lebih terfokus pada peningkatan pemahaman keagamaan, artinya lebih menekankan pada hasil kognitif atau pengetahuan masyarakat terhadap agama.

3. Jurnal Annisa Fikri Ainur Rahmadani pada tahun 2022 Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Islam dalam Pembinaan Keagamaan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Penyuluh Agama Islam Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap).¹² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dan faktor pendukung serta penghambat penyuluh agama Islam Kecamatan Sampang dalam pembinaan keagamaan di masa pandemi COVID-19. Strategi komunikasi yang dilakukan meliputi pembuatan rencana kerja operasional, pelaksanaan melalui ceramah dan pemanfaatan media sosial, serta evaluasi

(2022) *Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Dalam Pembinaan Keagamaan Di Kecamatan Curup Selatan*. Sarjana tesis, IAIN Curup., 2022, <http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/2270>.

¹² Annisa Fikri Ainur Rahmadani, “Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Islam dalam Pembinaan Keagamaan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Penyuluh Agama Islam Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap),” *Annisa, Fikri Ainur Rahmadani* (2022) <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/13229>.

melalui laporan kinerja. Faktor pendukungnya adalah antusiasme Masyarakat dan kredibilitas penyuluh, sedangkan faktor penghambatnya meliputi pemanfaatan media yang belum memadai dan keterbatasan sumber daya manusia. Perbedaan Fokus pada pembinaan keagamaan, yang cakupannya bisa lebih luas (ceramah, bimbingan penyuluhan keluarga, sosial kemasyarakatan). Ada konteks waktu khusus, yaitu masa pandemi COVID-19, yang memengaruhi cara berkomunikasi (mungkin menggunakan media daring, keterbatasan tatap muka). Penyuluh Agama adalah bagian dari struktur resmi pemerintah (Kementerian Agama), sehingga strategi mereka bisa lebih sistematis, terorganisir, dan ada regulasi tertentu. Sedangkan penelitian saya Fokus pada peningkatan pemahaman keagamaan, lebih spesifik pada aspek pemahaman, bisa jadi lebih banyak ke pendidikan atau pengajaran agama. Kemungkinan besar lebih banyak komunikasi langsung atau tradisional (tatap muka, ceramah, halaqah). Pertugas resmi dari program bupati guru agama desa

4. Jurnal Elfi Susanti pada tahun 2024 Strategi Komunikasi Guru dalam Menanamkan Nilai-Nilai Agama di MI Al-Ishlah Desa Kalisat Kecamatan Bungkal.¹³ Penelitian ini meneliti bentuk dan penerapan strategi komunikasi guru dalam menanamkan nilai-nilai agama di MI Al-Ishlah. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi komunikasi pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi media. Penerapan strategi tersebut dilakukan melalui pembiasaan hafalan, praktik sholat, bertutur kata yang baik, dan perilaku sopan santun. Perbedaanya lebih menitikberatkan pada penanaman nilai-nilai agama kepada siswa di lingkungan madrasah ibtidaiyah (MI). Penanaman nilai agama di sini

¹³ Elfi Susanti, "Strategi Komunikasi Guru Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Agama Di MI AL-ISHLAH Desa Kalisat Kecamatan Bungkal," *Tesis Sarjana (SI)*, IAIN Ponorogo., 2024, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/28645>.

bersifat lebih moral dan karakter, seperti kejujuran, kedisiplinan, toleransi, dan tanggung jawab. Strategi komunikasi guru diarahkan pada internalisasi nilai-nilai spiritual kepada anak-anak usia dasar sedangkan penelitian saya berfokus pada peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat secara luas, bukan hanya siswa. Penekanan lebih diarahkan pada bagaimana guru agama desa menyampaikan pesan-pesan agama untuk memperluas wawasan keagamaan masyarakat, termasuk dalam hal ibadah, akidah, syariah, dan muamalah.

5. Jurnal Rahmi pada tahun 2023, Strategi Penyuluh Agama Islam dalam Pembinaan Sikap Keagamaan Masyarakat di Kelurahan Purangi Kecamatan Sendana Kota Palopo.¹⁴ Penelitian ini membahas strategi penyuluh agama Islam dalam pembinaan sikap keagamaan masyarakat di Kelurahan Purangi. Strategi yang digunakan meliputi dialog interaktif dengan masyarakat, pembinaan majelis taklim, dan penguatan mental remaja. Faktor penghambatnya antara lain minimnya partisipasi masyarakat dan beragamnya pendapat mengenai agama. Perbedaannya Fokus utama skripsi ini adalah pada pembinaan sikap keagamaan masyarakat oleh penyuluh agama Islam. Artinya, objek kajian berada pada upaya membentuk dan membina sikap keberagamaan, termasuk akhlak, perilaku, serta komitmen masyarakat terhadap ajaran Islam. Sedangkan penelitian saya menekankan pada strategi komunikasi yang digunakan oleh guru agama di desa. sebagai pendidik di lingkungan pendidikan formal (seperti sekolah atau madrasah) atau nonformal (seperti majelis taklim, TPQ, atau pengajian desa). Fokus komunikasi mereka lebih terarah dan terstruktur dalam proses pembelajaran agama.
6. Jurnal Nur An Nisa Sholikhah pada tahun 2017, Strategi Komunikasi Dakwah Pondok Pesantren Waria Al-Fattah dalam Upaya Pembinaan Keagamaan Santri

¹⁴ Rahmi, "STRATEGI PENYULUH AGAMA ISLAM DALAM PEMBINAAN SIKAP KEAGAMAAN MASYARAKAT DI KELURAHAN PURANGI KECAMATAN SENDANA KOTA PALOPO," *tesis lainnya, Institut Agama Islam Negeri Palopo.*, (2023), <http://repository.iainpalopo.ac.id>.

Waria, Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Pondok Pesantren Waria Al-Fattah dalam membina keagamaan santri waria. Strategi yang digunakan meliputi pendekatan personal, penggunaan media sosial, dan kegiatan keagamaan rutin untuk membentuk pemahaman keagamaan yang lebih baik di kalangan santri waria. Objek penelitian adalah pondok pesantren khusus untuk waria, yaitu komunitas transgender yang tinggal dan belajar agama di pesantren Al-Fattah. Penelitian ini berfokus pada kelompok minoritas gender yang selama ini sering terpinggirkan dalam pendidikan dan pembinaan keagamaan sedangkan penelitian saya. Objek penelitian adalah guru agama di lingkungan desa yang berinteraksi dengan masyarakat umum, dalam konteks kehidupan pedesaan. Penelitian ini menekankan pada peran tokoh agama dalam komunitas lokal, bukan kelompok marginal seperti waria.

B. Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan, tetapi juga harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya secara praktis dilakukan, dengan pendekatan yang dapat berubah sesuai situasi dan kondisi.

Dari definisi diatas bahwa strategi disini menjelaskan beberapa point, pertama, apa yang harus dicapai, kedua bagaimana sumber daya dan kegiatan apa yang dialokasikan untuk setiap produk pasar dalam menentukan peluang dan tantangan lingkungan serta untuk meraih keunggulan, ketiga strategi yang akan digunakan harus dipertimbangkan dipilih dan disesuaikan dengan tujuan.¹⁵

Disini peneliti lebih mengarahkan tentang strategi komunikasi sebagaimana yang sesuai dengan judul peneliti yaitu strategi komunikasi guru agama desa dalam

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, "No Title," *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, 29–30.

meningkatkan pemahaman keagamaan di desa tasik Malaya curup utara yang mana Strategi komunikasi berfungsi sebagai pedoman dalam merancang dan mengelola komunikasi guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi ini harus dapat menjelaskan secara praktis bagaimana komunikasi dijalankan, dengan fleksibilitas pendekatan yang dapat disesuaikan berdasarkan situasi dan kondisi yang berkembang. Terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Strategi ini berperan sebagai panduan yang tidak hanya menjelaskan apa yang ingin dicapai, tetapi juga bagaimana cara mencapainya secara praktis dengan mempertimbangkan penggunaan sumber daya, kondisi lingkungan, serta pemilihan pendekatan yang tepat dan fleksibel sesuai situasi.

Pengertian strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu "stratus" yang berarti tentara dan "agein" yang berarti memimpin. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni yang memanfaatkan seluruh sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam suatu peran. Pengertian strategi menurut Carl von Clausewitz dalam bukunya "On War" merumuskan bahwa "strategi adalah seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang." Pada dasarnya, strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.¹⁶

Mengucapkan pada strategi¹⁷ Dengan demikian, strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan kegiatan yang melibatkan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak (komunikasi, hadirin, mad'u). Strategi ini bertujuan untuk menyampaikan gagasan-gagasan secara luas. Oleh karena itu, strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi, yang juga menjadi langkah awal dalam manajemen komunikasi.

Strategi pada dasarnya merupakan gabungan antara proses perencanaan dan pengelolaan yang diarahkan untuk meraih suatu tujuan yang telah ditentukan. Dalam

¹⁶ Rohmah, "STRATEGI KOMUNIKASI PENYULUH AGAMA DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI AGAMA ISLAM DI KECAMATAN BANJAR AGUNG KABUPATEN TULANG BAWANG."

¹⁷ Onong Unchjana Effendi, "I Ilmu Komunikasih Teori dan Praktik," *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 1984, 5.

pelaksanaannya, strategi tidak hanya berperan sebagai petunjuk arah seperti peta, tetapi juga mencakup petunjuk mengenai cara-cara praktis dalam pelaksanaannya di lapangan. Dengan demikian, strategi komunikasi dapat diartikan sebagai perpaduan antara perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi guna mencapai tujuan tertentu. Untuk merealisasikan tujuan tersebut, strategi komunikasi harus mampu merinci langkah-langkah operasional secara nyata. Artinya, pendekatan yang digunakan bisa saja berubah sesuai dengan kondisi dan situasi yang berkembang. Oleh karena itu, strategi komunikasi mencakup seluruh aspek perencanaan, taktik, dan metode yang diterapkan untuk memperlancar proses komunikasi dengan mempertimbangkan setiap unsur yang terlibat dalam komunikasi demi mencapai hasil yang diinginkan.

Menurut R. Wayne, Brent D. Peterson, dan M. Dallas dalam buku *Techniques for Effective Communication*, strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu:¹⁸

1. Memastikan pemahaman – Artinya, pesan yang disampaikan harus dapat dipahami dengan jelas oleh penerima pesan.
2. Membangun penerimaan – Setelah pesan dipahami, penting untuk memastikan bahwa penerima juga menerima isi pesan tersebut, dan hubungan komunikasi terus dikembangkan.
3. Mendorong tindakan – Setelah penerima memahami dan menerima pesan, langkah selanjutnya adalah memberikan dorongan agar mereka bertindak sesuai dengan pesan yang telah diterima.

Strategi komunikasi merupakan metode untuk merancang dan mengelola proses komunikasi, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, guna mencapai tujuan tertentu. Tujuan dari strategi komunikasi adalah agar pesan dapat disampaikan secara jelas dan mudah dipahami, penerima pesan dapat dibina secara

¹⁸ Universitas Islam et al., “(CLC) DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPUNG INGGRIS BANGKINANG-RIAU SKRIPSI” 2, no. Clc (2022): hal 11.

efektif, serta mendorong timbulnya motivasi untuk melaksanakan kegiatan yang direncanakan.

1. Tahapan Stratregi

Tahapan strategi dalam manajemen strategis merupakan proses sistematis yang membantu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Berikut adalah tahapan-tahapan utama yang umum ditemukan dalam literatur akademik dan jurnal ilmiah:¹⁹

- a. Analisis Lingkungan (Environmental Scanning) Tahap awal ini melibatkan identifikasi dan evaluasi faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) serta faktor internal (kekuatan dan kelemahan) organisasi. Analisis ini sering menggunakan metode seperti SWOT untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang posisi organisasi.
- b. Perumusan Strategi (Strategy Formulation) Setelah analisis lingkungan, organisasi menetapkan visi dan misi, menentukan tujuan jangka panjang, dan merumuskan strategi alternatif. Langkah ini mencakup keputusan tentang bisnis apa yang akan dimasuki atau ditinggalkan, alokasi sumber daya, dan penentuan strategi pertumbuhan atau diversifikasi.
- c. Implementasi Strategi (Strategy Implementation) Pada tahap ini, strategi yang telah dirumuskan diterapkan melalui penetapan tujuan tahunan, pengembangan kebijakan, motivasi karyawan, dan alokasi sumber daya. Implementasi yang efektif memerlukan struktur organisasi yang mendukung, budaya yang sesuai, dan sistem informasi yang memadai.
- d. Evaluasi dan Pengendalian Strategi (Strategy Evaluation and Control) Tahap akhir ini melibatkan peninjauan kembali faktor-faktor internal dan eksternal, pengukuran kinerja, serta pengambilan tindakan korektif jika diperlukan.

¹⁹ Masfi Sya'fiatul Ummah, "PROSES MANAJEMEN STRATEGI," *Sustainability (Switzerland)* Jurnal *An-Nur: Kajian Pendidikan dan Ilmu Keislaman* 11, no. 1 (2019): 1–14, http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

evaluasi yang berkelanjutan memastikan bahwa strategi tetap relevan dan efektif dalam menghadapi perubahan lingkungan.

2. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Berikut ini Langkah-langkah strategi komunikasi:²⁰

a. Memahami Audiens

Langkah awal dalam strategi komunikasi yang perlu dilakukan oleh komunikator adalah memahami audiens. Tujuan dari langkah ini adalah agar komunikator dapat mengenali latar belakang, situasi, serta kondisi lingkungan audiens. Dengan pemahaman tersebut, komunikasi yang efektif lebih mudah terwujud.

b. Merancang Pesan

Tahapan berikutnya dalam strategi komunikasi adalah merancang pesan. Pada tahap ini, penting untuk menentukan tema dan materi yang sesuai. Komunikator perlu mempertimbangkan aspek psikologis, tingkat pendidikan, serta kondisi sosial dan ekonomi dari penerima pesan. Selain itu, pesan yang disampaikan harus mampu menarik perhatian audiens. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari sejauh mana audiens memberikan perhatian terhadap isi pesan. Misalnya, dalam berkomunikasi dengan anak-anak, pesan harus disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kondisi psikologis mereka agar dapat diterima dengan baik.

c. Menentukan Metode Penyampaian

Setelah pesan dan temanya ditentukan, langkah selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang tepat. Pemilihan metode ini sangat penting karena akan memengaruhi keberhasilan dalam menyampaikan pesan. Selain memperhatikan pilihan kata dalam menyusun pesan, penggunaan metode yang sesuai juga berperan penting dalam keberhasilan proses komunikasi.

²⁰ Muchlisin Riadi, "Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan)," *KAJIAN PUSTAKA*, n.d.

3. Konsep Komunikasi

a. Komunikasi

Pengertian komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa Latin 'communis,' yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sementara itu, secara terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian pernyataan dari seseorang kepada orang lain. Terjadinya komunikasi adalah akibat dari hubungan sosial.²¹

Harold Lasswell mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses yang menjelaskan 'siapa,' 'apa,' 'kepada siapa,' 'mengapa,' dan 'dengan akibat apa' atau 'hasil apa.' Secara umum, komunikasi adalah penyampaian pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Komunikasi juga dapat dipahami sebagai proses di mana individu, kelompok, organisasi, atau masyarakat menyampaikan pesan dalam bentuk lisan atau tulisan yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Selain itu, komunikasi dapat dilakukan melalui gerakan tubuh yang mencerminkan sikap tertentu, seperti tersenyum, menggelengkan kepala, atau mengangkat tangan, yang dikenal sebagai komunikasi nonverbal

Berdasarkan definisi tersebut, pada dasarnya komunikasi adalah suatu proses. Istilah 'proses' menunjukkan bahwa komunikasi terjadi melalui serangkaian tahapan tertentu secara berkelanjutan. Proses komunikasi berlangsung secara timbal balik, di mana pengiriman dan penerimaan pesan saling memengaruhi. Pengirim pesan dapat berupa individu, kelompok, atau organisasi, begitu juga dengan penerima pesan

b. Komponen dasar komunikasi

Komunikasi terdiri dari empat komponen, yaitu pengirim pesan, pesan itu sendiri, saluran yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari pengirim

²¹ Effendi, “, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik.” Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik,” Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984, 5.

kepada penerima, dan penerima pesan. Karena komunikasi merupakan proses yang bersifat dua arah atau timbal balik, maka komponen dasar komunikasi adalah sebagai berikut :.²²

- i. Pengirim pesan (komunikator) Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan.
- ii. Pesan Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada penerima. Pesan dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis, seperti surat, buku, dan pesan secara lisan, seperti percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan secara non verbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.
- iii. Saluran Saluran merupakan jalan berlalunya pesan dari pengirim ke penerima pesan.

c. Penerima (komunikasi)

Penerima pesan adalah individu yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Umpan balik dari penerima sangat penting dalam komunikasi, karena hal ini menentukan apakah komunikasi akan terus berlanjut atau terhenti. Umpan balik ini mempengaruhi interaksi antara pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikasi).

d. Strategi komunikasi teori Harold Lasswell

Strategi komunikasi menurut teori Harold Lasswell

Model ini menjabarkan lima elemen utama dalam proses komunikasi, yang juga menjadi dasar dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Berikut penjelasannya dan bagaimana masing-masing elemen digunakan dalam strategi komunikasi:

²² Yusuf Zainal Abidin, "manajemen komunikasi," *filosofi, konsep, dan aplikasi*, n.d., 35–36.

“Who says what in which channel to whom with what effect?”

(“Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa?”)

Penerapan Teori Harold Lasswell dalam Strategi Komunikasi GAD.

Harold Lasswell merumuskan model komunikasi dengan formula: Who says What in Which Channel to Whom with What Effect? model ini memberikan kerangka untuk menganalisis proses komunikasi secara sistematis.

Penjelasan Unsur dalam Model Lasswell:

i. Who (Siapa) – Komunikator atau sumber pesan

Komunikator, atau sumber pesan, adalah pihak yang menyampaikan pesan kepada penerima (komunikan) dalam proses komunikasi. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, komunikator adalah pelaku utama dalam proses komunikasi yang memegang peranan penting dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Komunikator sering disebut sebagai pengirim, sumber, encoder, atau pengirim informasi.²³

Seorang komunikator yang efektif harus memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara jelas dan mudah dipahami oleh komunikan. Selain itu, komunikator juga harus responsif terhadap masukan dan umpan balik dari penerima pesan.²⁴

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Komunikator bisa disebut sebagai pengirim, sumber, atau encoder. Peran komunikator sangat penting dalam proses komunikasi karena mereka menentukan bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh komunikan.²⁵

²³ Vanya Karunia Mulia putri, “No Title,” *Belajar ilmu komunikasi Pengertian komunikator dan komunikan dalam komunikasi* Kompas .co, no. Wib, 12.00 (n.d.): 1.

²⁴ Anugerah Ayu Sendari, “No Title,” *Liputan 6 komunikator adalah unsur penting dalam komunikasi*, n.d., 1.

²⁵ B A B Ii, Tinjauan Pustaka, dan Tinjauan Penelitian Terdahulu, “Unikom_41816081_Tri Muhammad Azhar_Bab Ii (1),” n.d., 11–60.

Komunikator dalam konteks ini adalah Guru Agama Desa (GAD) yang memiliki pengetahuan keagamaan, keterampilan dakwah, serta pengalaman dalam berinteraksi sosial dengan masyarakat pedesaan.

ii. Says What (Mengatakan apa) – Pesan

Pesan merupakan informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima melalui suatu proses komunikasi (Tasmara, 1987: 7). Sementara itu, menurut Hafied dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi pesan adalah kumpulan tanda atau simbol yang dirancang oleh seseorang dengan tujuan tertentu, disertai harapan bahwa penyampaian tanda atau simbol tersebut dapat menghasilkan efek atau tanggapan tertentu.

Pesan yang disampaikan oleh GAD berisi nilai-nilai keagamaan, ajaran Islam, penguatan akhlak, pengamalan ibadah, dan nasihat kehidupan berbasis ajaran agama. Materi dakwah disesuaikan dengan kondisi sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat.

Pesan merupakan satuan komunikasi yang berdiri sendiri dan dibuat oleh pengirim untuk disampaikan kepada satu atau lebih penerima. Penyampaian pesan bisa dilakukan melalui berbagai media, seperti kurir, telegraf, merpati pos, hingga surat elektronik. Pesan juga bisa menjadi bagian dari suatu siaran. Ketika pesan dipertukarkan secara timbal balik, terbentuklah sebuah percakapan. Contoh pesan adalah siaran pers, yang bisa berupa laporan singkat atau pernyataan dari lembaga pemerintah, maupun materi promosi dari sektor komersial.

iii. In Which Channel (Melalui saluran apa) – Media atau saluran komunikasi

Media berasal dari bahasa Latin yaitu kata Medium, artinya secara harfiah ialah perantara, penyampai, atau penyalur Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan dari komunikator kepada khalayak.

Menurut Effendy komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain. Menurut KBBI alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film.

Jurnal ini menyoroti model Lasswell serta definisi media sebagai sarana memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan. menyampaikan informasi Komunikasi adalah transmisi pesan dari suatu sumber ke penerima dengan menggunakan media dalam proses penyampaiannya.

Menurut Syaifudin (2016), media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi.

GAD menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti: Ceramah di masjid atau musholla. Majelis taklim ibu-ibu dan pemuda Kunjungan rumah (home visit) Diskusi informal dan kegiatan sosial

iv. To Whom (Kepada siapa) – Penerima pesan atau audiens

Penerima pesan adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator yang terdiri dari seseorang atau sekelompok orang.

Setelah pesan disampaikan oleh pembawa pesan, selanjutnya penerima pesan akan mentransformasikan kembali atas pesan yang diterima menjadi bahasa yang dimengerti. Maksudnya adalah proses ini adalah proses yang dilakukan oleh penerima pesan dalam mencerna pesan yang disampaikan agar sesuai dengan maksud yang disampaikan pembawa pesan.

Sasaran komunikasi adalah seluruh lapisan masyarakat desa: anak-anak, remaja, orang tua, dan lansia. Setiap kelompok memiliki pendekatan berbeda sesuai kebutuhan mereka.

Penerima pesan adalah pihak yang dituju oleh komunikator, baik berupa individu, kelompok, atau organisasi, dan memiliki kemampuan

untuk menerima, memahami, menafsirkan, serta merespons pesan yang disampaikan

v. With What Effect (Dengan efek apa) – Dampak atau hasil dari komunikasi

Menurut Pratama (2006) respon berasal dari kata response yang berarti jawaban, balasan, atau tanggapan (reaction). Dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi dan jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Sedangkan menurut kamus lengkap Psikologi disebutkan bahwa respon adalah sebarang proses otot atau kelenjar yang dimunculkan oleh suatu perangsang, atau berarti satu jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan tes atau satu kuesioner, atau bisa juga berarti sebarang tingkah laku, baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun yang tersembunyi atau tersamar.

Efek dari komunikasi dakwah GAD adalah: Meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat membentuk kesadaran beragama meningkatkan partisipasi ibadah terbinanya keluarga sakinah

Istilah respons dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respons dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan

- a. Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini harus dapat menunjukkan operasionalnya secara taktis dan dapat diterapkan kapan saja.²⁶

Strategi adalah keseluruhan perencanaan yang mencakup taktik dan metode yang akan digunakan oleh kelompok atau organisasi untuk mendukung

²⁶ M.M. Prof. Onong Uchjana Effendi., “Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi,” *Bandung, PT Citra Aditya Bakti*, 1993, hal. 301.

komunikasi. Dalam strategi ini, semua aspek yang terlibat dalam proses komunikasi diperhatikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.²⁷

Menurut Middleto, yang dikutip oleh Hafied Changara dalam bukunya 'Perencanaan dan Strategi Komunikasi,' seorang ahli perencanaan komunikasi menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah gabungan terbaik dari semua elemen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran, penerima, dan pengaruh, yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal.²⁸

Pentingnya strategi komunikasi dalam kehidupan adalah bahwa strategi tersebut harus bersifat fleksibel, sehingga komunikator dapat melakukan perubahan ketika komunikasi dilakukan melalui media massa

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan taktik yang dirancang secara cermat oleh kelompok atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang direncanakan dengan baik akan mendukung pencapaian tujuan yang diinginkan

- b. Ketika membahas konsep strategi komunikasi, terdapat dua konsep dasar yang harus diperhatikan, yaitu perencanaan dan komunikasi. Perencanaan biasanya didekati dari aspek manajemen, sedangkan komunikasi dilihat sebagai suatu proses penyebaran Pertukaran informasi, meskipun berasal dari kajian yang berbeda, dapat diintegrasikan menjadi suatu studi khusus dalam komunikasi. Konsep-konsep ini semakin banyak diterapkan dalam bidang penyebaran informasi yang luas.²⁹

e. Implikasi Teori Lasswell terhadap Strategi GAD

Penerapan teori Lasswell memperjelas bagaimana peran Guru Agama Desa tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menyesuaikan metode,

²⁷ Yusuf Zainul Abidin, "Manajemen Komunikasih," *filosofi, konsep dan Aplikasi*, n.d., hal. 166.

²⁸ Hafien Cangara, "Perencanaan dan Strategi Komunikasih," *PT Rajaagrafindo*, no. Jakarta (2013): hal. 61.

²⁹ Prof. h .hafied cangara.m.sc.ph.o, "perencanaan dan strategi komunikasih," *pt raja granindo persada*, no. Jakarta (2013): h.21.

saluran, dan sasaran untuk menghasilkan dampak yang nyata. Keberhasilan GAD dalam menanamkan nilai-nilai keislaman sangat bergantung pada kesesuaian antara isi pesan, media yang digunakan, dan karakteristik masyarakat sasaran.

C. Menanamkan Pemahaman

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pemahaman berarti mengerti dengan benar tentang suatu hal. Dalam konteks edukasi, ini mencakup kemampuan menangkap ide dan memproses hubungan antar pesan

menanamkan" diartikan sebagai upaya berkelanjutan untuk membiasakan atau menyisipkan suatu nilai atau wacana ke dalam diri seseorang—mirip seperti menanam benih agar tumbuh dan berkembang dalam diri.

Pengertian: Menanamkan pemahaman keagamaan adalah usaha sistematis untuk membentuk pemahaman, keimanan, dan karakter religius melalui pendekatan mendidik yang disesuaikan dengan zaman (spiritual + intelektual). membangun penghayatan yang dalam terhadap suatu konsep sehingga tidak sekedar diketahui, melainkan benar-benar dipahami dan diwujudkan dalam tindakan.