

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Mengucapkan pada strategi¹ tadi, maka strategi komunikasi bisa dikatakan sebagian suatu pikiran komunikasi bisa dikatakan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapatan, dan perilaku khalayaknya (komunikasi, hadirin, atau mad'u), atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasinya terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi. Ia merupakan keputusan-keputusan yang, menentukan komunikasi dan pelaksanaan prosesnya, yaitu semua kebijaksanaan dalam menentukan rancangan pengaturan dan penataan sumberdaya komunikasi yang tersedia, guna terlaksananya perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku komunikasi. Dengan demikian, strategi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi, sedangkan perencanaan komunikasi sendiri, selain langkah awal manajemen komunikasi.

Merujuk pada pengertian kebijaksanaan yang telah diuraikan tadi, maka kebijaksanaan komunikasi bisa disimpulkan sebagai kumpulan asas, norma, dan pertimbangan, memadukan seluruh komponen dan perilaku komunikasi. Seperti

¹ Onong Unchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 1984) hlm. 5

halnya dalam melakukan komunikasi, komunikator harus memahami adanya sumber, dan menafsirkan tujuan stimulusnya. Demikian pula komunikator harus memikirkan pembuatan pesan yang akan disampaikan sehubungan dengan tujuan yang ingin dicapainya. Untuk pencapaian tujuan tersebut, sudah tentu, komunikator perlu memikirkan metode dan teknik komunikasi yang kondusif dengan situasi dan kondisi komunikannya. Bahkan lebih jauh lagi, komunikator perlu memperhitungkan pola pikir yang ada pada komunikannya, serta dampak yang bakal terjadi karena komunikasinya itu. Pendek kata, kebijaksanaan dimaksud merupakan perbuatan atau prosedur yang dipikirkan secara hati-hati sesuai dengan kelayakan serta kecerdikan komunikatornya dalam menyusun struktur (yang melibatkan hirarki, fungsi, dan posisi komponen) suatu kegiatan komunikasi².

Adapun perencanaan, umumnya menggambarkan cara-cara atau langkah-langkah yang telah diputuskan dan akan dilaksanakan dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya³. Dalam hal ini, perencanaan menerjemahkan pola pikir tindakan yang telah ditetapkan dalam kebijaksanaan komunikasi kedalam sasaran-sasaran dan pendekatan-pendekatan sistematis. Dengan kata lain, perencanaan komunikasi melakukan persiapan untuk lokasi dan pemanfaatan sumber daya komunikasi yang tersedia, selaras dengan tujuan dan kebijaksanaan komunikasi

² Aliasan *strategi Dakwah dalam mengubah Sika*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah, (Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Pada Penulisan), hlm. 48.

³ Hasron Usman dan Muhammad Misdar. *Strategi Belajar Mengajar Mengajar*. (Palembang Fakultas Tarbiyah IAIN RF 2001), hlm.1

dimaksud, serta memperhitungkan sarana dan prasarana yang ada, berikut hambatan-hambatan atau kendala-kendala yang bersifat praktis.

Sebagai proses pembuatan rencana, perencana komunikasi tentunya juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manusia untuk : 1) menentukan atau membatasi masalah : 2) memilih sasaran dan tujuan 3) memikirkan cara-cara untuk melaksanakan usaha pencapaian tujuan : dan 4) mengukur (menilai) kemajuan kearah berhasilnya pencapaian tujuan⁴. Karena itu pula Onong menegaskan bahwa *strategi komunikasi* adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan komunikasi. Menurutnya, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis bisa dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi namun demikian, karena perencanaan (*planning*) merupakan tahap awal dari manajemen (termasuk dalam proses manajemen), maka apa yang dimaksud strategi oleh Onong pun tidak lain adalah bagian dari perencanaan, atau lebih tepat kiranya kalau disebut *kebijaksanaan*, yaitu landasan berpikir dalam menyusun perencanaan suatu kegiatan.

Selain itu, Onong mengingatkan strategi komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka penyusunan strateginya diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat.

⁴ Op, Cit, hlm. 48.

Komponen-komponen yang dimaksud adalah : (a) sasaran komunikasi, yang mencakup faktor kerangka referensi dan faktor situasi-kondisi : (b) media komunikasi (c) tujuan pesan komunikasi, yang pada hakikatnya disampaikan melalui isi serta simbolnya; dan (d) perencanaan komunikator dalam komunikasi, yang meliputi daya tarik serta kredibilitasnya.

Dengan demikian⁵, strategi komunikasi mencerminkan kebijaksanaan dalam merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah itu, sedangkan manajemen komunikasi menata dan mengatur tindakan –tindakan yang akan diambil dari sumber daya yang tersedia guna melaksanakan strategi komunikasi tadi. strategi komunikasi melalui enam tahapan, yaitu:

1. Mengumpulkan data dasar dan pemikiran kebutuhan

Menurutnya, informasi yang bersipat data dasar (*base-line data*) dan pemikiran kebutuhan adalah faktor-faktor yang penting untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi, dalam mendesain strategi komunikasi dan mengevaluasi keefektifan usaha komunikasi. Sasaran-sasaran komunikasi biasanya dirumuskan atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayaknya yang diamati. Strategi komunikasi yang terdiri media dan komunikator, serta perencanaan dan penyusunan pesan, didesain atas landasar data dasar dan kecenderungan-

⁵ Onong Uchajana Effendi, *Op.cit*, hlm. 35.

kecenderungan terhadap kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakannya, baik secara tergantung pada data terutama untuk bahan perbandingan⁶.

2. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi

Pada tingkatan ini, ada empat persoalan pokok yang perlu dipertanyakan guna menentukan arah sasaran dan tujuan komunikasi yang direncanakan: (a) siapa yang menjadi khalayak sasaran tertentu yang harus dicapai khalayaknya sasaran ini diusahakan terkhusus mungkin, dan bisa terdiri dari beberapa kelompok sasaran prioritas; (b) di mana kelompok khusus/tertentu itu berlokasi; (c) mengapa kelompok tertentu itu dipilih menjadi kelompok sasaran?; (d) dengan alasan apa (mengapa) harus dicapai, maka jenis isi pesan apa yang harus disampaikan kepada kelompok sasaran tertentu itu ? tahapan kedua ini sebenarnya tidak bisa dipisahkan dari tahapan pertama, sebab kedua tahapan tersebut bekerja secara timbal balik, sehingga harus dilakukan secara simultan, terutama dalam menjawab persoalan “siapa” dan “di mana⁷”.

3. Analisis perencanaan dan penyusunan Strategi

Setelah menentukan sasaran-sasaran komunikasi tertentu (spesifik) untuk dicapai dan jenis kebutuhan pada level analisis yang umum, maka langka berikutnya ialah menerjemakan sasaran-sasaran dan pertanyaan-pertanyaan kebutuhan tersebut

⁶Op, Cit, hlm. 56.

Ibid , hlm. 61.

⁷Drs. Alias *strategi Dakwah dalam mengubah Sika, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah*, (Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Pada Penulisan).

ke dalam suatu strategi komunikasi yang bisa dikerjakan⁸. Ada dua aspek yang saling berhubungan dari penyusunan strategi komunikasinya. Yaitu pemilihan pendekatan-pendekatan komunikatif, dan menentukan jenis-jenis dari khalayak sasaran.

4. Analisis khalayak dan segmentasinya

Analisis khalayak sasaran adalah salah satu faktor yang paling penting dalam mendesak suatu strategi komunikasi yang efektif. Segmentasi khalayak biasanya perlu, karena adanya ciri-ciri maupaun kebutuhan-kebutuhan yang berbeda-beda dari khalayak sasaran.

5. Seleksi media

Dalam menyeleksi media atau saluran untuk digunakan, harus didaftarkan saluran-saluran komunikasi yang bisa mencapai khalayak sasaran. Kemudian setiap medium dievaluasi di dalam batas-bats aplikabilitasnya untuk melaksanakan pencapaian tujuan komunikasi yang spesifik itu.

6. Desain dan penyusunan pesan

Dalam tahapan ini tema pesan, tuturan, dan penyajiannya, harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dari tahapan ini adalah mendesain prototipe bahan komunikasi yang juga memerlukan evaluasi formatif, seperti bahan-bahan pada khalayak sasaran.

Khusus Tahapan di mana komunikasi mampun mengenal atau mengingat pesan yang disampaikan kepadanya,

⁸Suhadang Kustadi *strategi dakwah, Remaja Rosdakarya*, (Hak Cipta dilindungi undang-undang pada penulisan).

Ibid, hlm. 35-61.

1. Tahap di mana terjadi peningkatan keinginan komunikasi untuk mempelajari beberapa keistimewahan dari pesan atau stimulus yang datang kepadanya.
2. Tahap di mana komunikasi menilai atau stimulus yang diterimanya serta dikomfirmasikan dengan perasaan dan harapannya.
3. Tahap dimana timbul kesungguhan komunikasi untuk mencoba melaksanakan pesan (gagasan atau barang).
4. Tahap di mana komunikasi menerima (menyetujui) atau pun memanfaatkan dan melaksanakan pesan setelah memperoleh pengalaman menyenangkan pada awal percobaan tadi. Maksudnya, dalam proses persuasi atau pun komunikasi, komunikasi tidak selalu mengubah dirinya secara tiba-tiba dari insan yang tidak tertarik pada pesan komunikasi langsung menjadi yang berkeyakinan akan manfaat pesan yang diterima. Dalam banyak hal mereka melakukan langkah-langkah tertentu sebelum mengubah sikap, sifat, pendapat, dan prilakunya sesuai dengan yang dikehendaki komunikator. Umumnya mereka bergerak dari tidak tahu tentang pesan itu menjadi tahu dan kemudian mengenalinya, menyukainya, memilihnya, menerima atau menyakininya, sehingga mau dan mampu mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan yang diinginkan komunikatornya.

Istilah strategi pada awalnya digunakan dikalangan militer dalam menjalankan tugas-tugasnya di lapangan⁹.

⁹ Onong Unchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 1984) hlm. 5.

Berdasarkan pengertian dakwah dan strategi di atas maka dapat dirumuskan bahwa strategi dakwah adalah perencanaan tentang bagaimana mengerahkan segenap potensi dan sumber daya dalam rangka penyampaian nilai-nilai Islam agar manusia dapat beriman dan bertakqwa, seimbang jasmani dan rohani, serta keterpaduan duniawi¹⁰. Strategi diperlukan untuk mencapai tujuan dakwah, yang berfungsi menentukan garis-garis perjuangan dakwah dan taktik memenangkan dakwah agar berhasil mencapai tujuan dakwah. Dengan demikian strategi dakwah harus dapat dilaksanakan atau diterjemahkan menjadi kebijakan prosedur dan peraturan tertentu yang akan menjadi pedoman pelaksanaan dakwah.

Strategi dakwah artinya metode, siasat, taktik atau yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah. Untuk mencapai keberhasilan dakwah Islam secara maksimal, maka diperlukan berbagai dakwah faktor penunjang, di antaranya adalah strategi dakwah yang tepat, sehingga dakwah Islam mengenai sasaran.

Dalam komunikasi dakwah, diperlukan perhitungan tentang kondisi situasi dimana proses tersebut berlangsung dalam jangka panjang. Dengan perhitungan tersebut tersebut tujuan yang hendak dicapai menjadi terarah karena segala sesuatunya direncanakan secara matang. Itulah sebabnya dakwah memerlukan strategi yang mantap dalam melaksanakan komunikasi dakwah dengan melihat situasi dan kondisi yang ada. Dengan demikian strategi merupakan berbagai upaya dan

¹⁰ Onong Unchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 1984), hlm. 5.

tindakan yang didasari dengan perencanaan dan metode secara cermat dan menyusun dalam mencapai tujuan tertentu.

B. Konsep Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa latin *comunnis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sedangkan komunikasi secara termnologi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan social (*social relations*).¹¹ Masyarakat paling sedikit terdiri dua orang yang saling berhubungan satu sama lainnya. Istilah komunikasi (*communication*) berasal dari yang berarti “sama” dengan maksud sama makna sehingga secara sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran dan rasa antara komunikator dengan komunikasi.

Secara umum komunikasi adalah menyampaikan pesan dan pembawa pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikator) komunikasi juga dapat diartikan juga yaitu suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat dalam menyampaikan pesan dalam bentuk lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, dan komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerak badan dalam menunjukkan sikap tertentu

¹¹Onong Unchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 1984) hlm. 5.

seperti tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi verbal.

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan suatu dasar dalam penerapan strategi guna mencapai tujuan strategi itu sendiri melalui strategi komunikasi yang baik proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara lisan maupun tak langsung melalui media. Dalam bahasa komunikasi komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut¹².

- a. Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada sejumlah orang
- b. Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lembaga
- c. Komunikasi orang yang menerima pesan dari komunikator
- d. Media sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi tempatnya atau banyak jumlahnya.

Penerima adalah pihak sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima atau target. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan umpan balik adalah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerima pesan dari sumber¹³.

¹² Mufid Muhamad, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: kencana, 2010).

¹³ Muhammad Budaya *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*, (Jakarta 13220).

Lingkungan adalah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologi, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak dapat diterima. Misalnya, tempatnya jauh di daerah lingkungan sosial budaya masyarakat lingkungan psikologi masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya dan sebagainya

3. Jenis-Jenis Komunikasi

Setelah melihat beberapa definisi dan para ahli dan mengetahui unsur-unsur komunikasi, komunikasi terbagi menjadi 3 bagian yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi¹⁴.

a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal termasuk pesan pengiriman dan penerima pesan antara dua atau lebih. Hal ini mencakup semua aspek komunikasi seperti mendengarkan, membujuk, menengaskan, komunikasi verbal dan non verbal. Dan banyak lagi sebuah konsep utama komunikasi interpersonal terlihat pada tindakan komunikatif ketika ada individu yang terlihat tidak seperti bidang komunikasi interaksi kelompok, dimana mungkin ada sejumlah besar individu yang terlibat dalam tindakan komunikatif.

¹⁴ Ahmad Sihabudin *Komunikasih Antar Budaya*, (Jakarta: Bumi Aksara 2013).
Ibid, hlm. 39.

b. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang atau situasi tatap muka. Kelompok ini bisa kecil dan beberapa jumlah orang yang termasuk kelompok kecil dan beberapa yang termasuk kelompok besar tidak ditentukan dengan perhitungan, akan tetapi ditentukan berdasarkan ciri dan sifat komunikasi dalam hubungannya dengan proses komunikasi. Oleh karena itu, dalam komunikasi kelompok dibedakan antara komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar.

Seperti halnya komunikasi antara personal, yang dimaksud komunikasi kelompok disini adalah komunikasi secara tatap muka, seperti komunikasi yang terjadi dalam belajar kelompok, rapat, seminar, dan upacara-upacara nasional. Dalam hal ini komunikasi kelompok juga di bagi menjadi dua bagian yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar¹⁵.

c. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi ketua kelompok belajar dengan kelompoknya yang memungkinkan terdapatnya kesepakatan bagi salah seorang memberikan tanggapan secara verbal. Dalam komunikasi kelompok kecil, ketua dapat melakukan komunikasi antara personal dengan salah satu peserta kelompok.

¹⁵ Ahmad Sihabudin *Komunikasih Antar Budaya*, (Jakarta: Bumi Aksara 2013).
Ibid, hlm. 15.

d. Komunikasi kelompok besar

Komunikasi kelompok besar adalah kelompok komunikasi yang jumlahnya banyak, dalam menentukan situasi kelompok komunikasi hampir tidak terdapat kesepakatan untuk memberi tanggapan secara verbal. Contohnya upacara bendera merah putih sehingga semangat kecil sekali bagi komunikasi berdialog dengan komunikasi.

e. Kelompok organisasi

Kelompok organisasi menurut Goldhaber adalah proses menciptakan dari saling menukar pesan dalam suatu jaringan, hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan saling tergantung, hubungan, lingkungan dan tidak kepastian¹⁶. Selain Goldhaber Thayer menjelaskan definisi komunikasi organisasi, ia mengatakan komunikasi organisasi sebagai arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dari proses inter komunikasi dalam beberapa secara. Yang pertama, berkenaan dengan pemeliharaan dan perkembangan organisasi

f. Pengertian Guru dan Siswa

1. Pengertian Guru

Guru adalah seseorang yang mempunyai kemampuan dalam menata dan menelolah kelas sehingga guru memiliki peran yang sangat vital dan fundamentak

¹⁶ Herri Zan Pieter *Pengantar Komunikasi Konseling*, (Kencana Prenada Media Group: Jakarta 13220).

dalam membimbing, mengarahkan, dan medidik siswa dalam proses pelajaran¹⁷. Menurut Imam Musbikin peran guru selain mengajar sangat banyak diantaranya yaitu:

Sebagai korektor. Seorang guru harus bisa membedakan nilai yang baik dan yang buruk.

- a. Sebagai inspirator. Seorang guru harus dapat memberikan ilham baik untuk kemajuan anak didik.
- b. Sebagai informator. Seorang guru harus dapat memberikan informasi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- c. Sebagai pengelola kelas. Seorang guru harus bisa membuat membuat siswanya betah tinggal di dalam kelas motivasi yang tinggi untuk senantiasa belajar di dalamnya.
- d. Sebagai organisator. Seorang guru harus memiliki kegiatan pengelolaan akademik, menyusun tata tertib sekolah, dan sebagainya
- e. Sebagai insiator. Seorang guru harus dapat menjadi pencetus ide-ide kemajuan dalam pengajaran.

2. Siswa

Siswa adalah manusia yang perlu diperlakukan apa yang adanya. Sebagai manusia siswa memiliki intink, pembawaan, sifat-sifat, dan aspek kejiwaan yang

¹⁷Arifin Sujinal, *Mahasiswa Colan Guru dan Kemampuan Eksplorasi Fenomena Diktematis*, (Yogyakarta, 2015).

Ibid, hlm. 59.

menjadi dasar pengembangannya. Hal tersebut harus dipertimbangkan oleh guru karena sangat menunjang keberhasilan siswa.

Proses belajar mengejar yang terjadi di kelas merupakan proses komunikasi antara guru dan siswa komunikasi yang lancar mempunyai andil yang besar dalam upaya peningkatan kualitas pembelajaran yang dilaksanakan oleh gur-guru yang menguasai materi pelajaran secara tuntas tidak selalu menjadi tolak ukur proses pembelajaran tersebut berhasil. Tetapi hal sesungguhnya yang sangat berperan adalah bagaimana komunikasi pendidikan tersebut dijalankan, bagaimana proses transfer pengetahuan dan keterampilan dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan pembelajaran.

g. Keagamaan

Agama dapat memberikan pedoman yang ditanamkannya, agama memperoleh ketentraman, keteraturan, kedamaian dan jauh dari kekacauan dalam hidupnya menurut Ahmad Tafsir, beragama adalah masalah sikap.¹⁸ Di dalam Islam, sikap beragama itu intinya adalah iman. Jadi yang dimaksud beragama pada ininya adalah beriman. Jiwa beragama atau perilaku beragama merujuk keimanan kepada Allah yang merefleksikan ke dalam peribadatan kepada-Nya, baik yang bersifat *hablumminaallah* maupun *hablumminanas*. Menurut Glock dari Stark (Robertson, 1998), ada 2 macam dimensi beragama, yaitu pertama dengan keyakinan. Dimensi ni

¹⁸ Suryati *Perubahan Perilaku Konsumerisme Dan Keagamaan Masyarakat Petani Sayur Akibat Transisi Pola Pertanian Subsisten Ke Pola Modren Komersil* (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah), cet. Ke 1

regelius berpegang teguh pada pandangan yang mengakui kebenaranteologi-teologi doktrin-doktrin agama. Kedua dimensi agama ini mencakup pemajuan, kekuatan dari hal-hal dilakukan dan menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianut. Ketiga, dimensi deragama mengerjakan tahapan-tahapan tertentu, meski tidak tepat dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik. Keempat dimensi pengetahuan agama pengetahuan kehidupan sosial sehari-hari. (soepto, 2001): 71-72

Dengan demikian perilaku beragama adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang berkaitan dengan kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan ajaran kebajikan dan kewajiban-kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu. Dengan kata lain, tingkalah norma-norma nilai atau ajaran dari doktrin-doktrin yang dianut. Dalam ajaran Islam, perilaku agama merupakan perilaku yang didasarkan atau nilai-nilai agama Islam.

Keagamaan atau diwujudkan dasar berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama besar terjadi ketika seseorang melakukan perilaku beribadah , tetap juga ketika melakukan aktivitas yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktivitas yang tampak dari tampak dari hati seseorang.

h. Pengertian Pembinaan Akhlak

a. Pengertian Akhlak

Secara bahasa bentuk jamak dari akhlak adalah khuluq, yang memiliki arti tingkah laku, perangai dan tabiat . secara istilah, akhlak adalah daya kekuatan jiwa

yang mendorong perbuatan dengan mudah dan spontan tanpa dipikir dan merenungkan lagi¹⁹.

Seorang yang mempunyai moral, boleh diartikan karena kehendaknya sendiri berbuat sopan atau kebijakan karena suatu motif material, atau ajaran filsafat moral semata. Sifatnya sangat sekuler, duniawi, sikap, itu biasanya ada selama ikatan-ikatan material itu ada, termasuk di dalamnya penilaian manusia, ingin memperoleh kemashuran dan pujian dari manusia. Suatu sikap yang tidak punya hubungan halus dan mesra dengan yang maha kuasa transeden. Dengan moral saja, tidak punya sesuatu yang tertanam dalam jiwa, konsewensinya mudah goyah dan kemudian hilang.

Berbeda dengan akhlak, ia adalah perbuatan suci yang terbit dari lubuk jiwa yang paling dalam, karenanya mempunyai kekuatan yang hebat²⁰. Dalam *Ihya Umuluddin*, Imam Al Ghazali berkata: Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa, dari padanya timbul perbuatan yang mudah, tanpa memerlukan pertimbangan terlebih dahulu.

Dan kutipan diatas penulisan dapat di ambil suatu kesimpulan bahwa akhlak Islam adalah suatu sikap mental dan laku perbuatan yang luhur, mempunyai

¹⁹ Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, (Libaro: Dar-alfikir jus III, 1995), hlm. 48.

Ibid, hlm. 43-48.

²⁰ Herlina, *perilaku pencarian Informasi Mahasiswa Program Doktoral Universitas Islam Negeri Raden Patah Dalam Penyusunan Disertasi*, (Fakultas Adab dan Humanairo UIN Raden Patah, 2015).

Op, Cit, hlm. 28.

hubungan dengan zat yang maha kuasa Allah. Akhlak adalah produk dari keyakinan atas kekuasaan dan keesaan Allah, yaitu produk dari jiwa tauhid.

1. **Macam-macam Akhlak**

Imam Al Ghazali mengatakan bahwa akhlak ada dua macam:

A. Akhlak terpuji

Dalam masalah ini Imam Al-Ghazali menjelaskan beberapa pendapat Ulama tentang Akhlak sebagai berikut:

- 1) Hasan Al Bisri berpendapat bahwa akhlak yang terpuji yaitu manis muka tidak suka menyakiti orang lain baik oleh perkataan maupun perbuatan²¹.
- 2) Al wasith mengatakan ialah tidak memusuhi dan tidak dimusuhi orang karena sangat makrifat kepada Allah SWT.
- 3) Abu Usman berkata akhlak yang baik ialah ridho/puas terhadap ketentuan Allah baik yang senang ataupun yang tidak senang
- 4) Abu Said Al-Harraj berpendapat bahwa akhlak yang terpuji ialah suatu sikap yang tidak ada baginya selain Allah SWT.

Menurut Al-Ghazali untuk mencapai akhlak yang mulia harus melalui ridhonya yaitu suatu latihan yang diterapkan oleh kaum sufi, lalu beliau menarik satu kesimpulan batasawuflah satu-satunya sarana yang akan dapat menghantar kepada kebenaran sejat²²

Imam Nawawi Al Bantani mengomentari karya Al ghazali sebagai berikut berikut: Di dalam diri manusia ada empat sifat.

- a) Sifat ketuhanan seperti: sabar, penyanyang, belas kasihan kepada sesama makhluk, dan lain sebagainya.

²¹ Ibid, hlm. 47-48.

²² Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, (Libaro: Dar-alfikir jus III, 1995), hlm. 48.

Op, cit hlm. 48.

- b) Sifat binatang buas seperti marah, dengki, memukul kiri kanan, memakai, menghamburkan harta dan percuma dan lain-lain.
- c) Sifat hewan, umpamanya rasuk laba dan lain-lain sebagiannya yang menganut sifat ini maka akan keluarlah berbagai macam perbuatan kejahatan, seperti pencurian, perzinaan dan sebagainya.
- d) Sifat yaitu setan dan iblis, yaitu dengki banyak tipu daya, banyak munafik, pembawa orang kepada perbuatan mungkar dan kebinasaan, membawa orang kepada bad'ah dan kesesatan. Umpamanya seseorang yang menganut sifat ini, maka dari padanya akan memacarlah berbagai macam cabang kejahatan²³.

Dari kutipan-kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa akhlak yang mulia bersumber dari hati yang bersih, dari hati yang bersih inilah lahirnya perbuatan-perbuatan terpuji tersebut, dan ini melalui beberapa tanjakan yang harus dilahirkan oleh seorang murid.

B. Akhlak Tercela

Akhlak yang tercela lawan dari akhlak yang terpuji Al Ghazali mengatakan bahwa akhlak yang tercela yang menyebabkan seseorang akan binasa dunia akhirat²⁴.

Akhlak yang tercela yang menyebabkan manusia jauh dari Allah SWT, karena itu, alangkah baiknya jika teori sufi kita terapkan kepada peserta didik/siswa dewasa ini sebab pada realitanya hanya cara kaum sufihlah yang dapat yang dapat

²³ Ibid, hlm. 47-48.

²⁴ Op, Cit, hlm, 102-103.

membentuk akhlak siswa menjadi insan kami atau memiliki akhlak yang mulia, tetapi hal ini perlu diimbangi dan dipadukan dengan orientasi dari sudut logika. Pendekatan filosofis diperlakukan untuk menganalisa dan menyaring secara kritis antara ajaran agama yang benar dan tidak sesuai dengan tuntunan yang semestinya. Sesudah ajaran itu jelas benarnya, agama harus diterima dan diaggapi dengan hati atau rasa, bukan dengan akal. Pendekatan etis akan menumbuhkan perkembangan rasa agama yang dapat menselaraskan akal dan hati manusia.

Apabila kita mengkajikan mengenai hakikat dan unsur-unsur dasar peradapan, maka diperoleh kesimpulan bahwa akhlak sebagai hakikat sebagai unsur peradapan, maka bagaimana bangsa Indonesia ini memiliki peradapan yang tinggi kalau elit politiknya, masyarakatnya berakhlak yang mulia. Dengan adanya pendidikan faktor utamanya adalah terbaiknya faktor moral dalam dunia pendidikan, pendidikan moral di sekolah-sekolah kita ini sangat memperhatikan. Oleh karena itu penulisan berpendapat marilah kita maksimalkan pelajar akhlak, jangan hanya di SMPN saja akhlak diajarkan bahwa wajib akhlak itu diajarkan, jangan pula di berbagai lembaga di negara kita ini hendaklah elit politik menjadi tauladan bagi rakyat.

Dengan adanya krisis multi dimensi termaksud pendidikan faktor utamanya adalah terabaikan faktor moral dalam dunia pendidikan, pendidikan moral di sekolah-sekolah kita ini sangat memperhatikan. Oleh karena itu penulis berpendapat marilah kita maksimalkan pelajar akhlak, jangan hanya di SMPN saja akhlak diajarkan bahkan akhlak wajib diajarkan pula di berbagai lembaga pendidikan di negara kita ini menjadi tauladan bagi rakyat.

C. Faktor-faktor yang mempegaruhi Akhlak

Jika kita amati beberapa faktor yang dapat mempengaruhi akhlak siswa ada dua: **pertama**, faktor umum ialah lingkungan, baik keluarga maupun masyarakat, di antaranya adalah²⁵.

1. Orang tua

Kedua orang tua merupakan contoh bagi anak-anaknya. Oleh karena itu baik dan buruknya seorang anak tergantung kepada pendidikan kedua orangtua, anak diibaratkan seperti kertas yang masih bersih, kalau dihitamkan ia akan menjadi hitam, kalau diputihkan ia akan menjadi putih.

Hal ini pernah disinyari oleh sabda Rasulullah SAW, yang artinya: “Setiap bayi yang baru dilahirkan dalam keadaan suci, maka kedua orang tuanyalah yang dapat menjadikan anak itu Yahudi, Nasrani ataupun Majusi (penyembah api) (H.R. Bukhari)”.

Para ulama telah memberikan berbagai interpretasi tentang fitrah seperti yang disebutkan dalam Hadist di atas²⁶. Berdasarkan interpretasi tersebut Muzzayyin menyimpulkan “Bahwa fitrah adalah suatu kemampuan dasar perkembangan manusia yang diagurahkan Allah kepadanya”. Di dalamnya terkandung berbagai komponen psikologis yang satu sama lain saling berkaitan dan saling menyempurnakan bagi hidup manusia.

²⁵Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta Rineka Cipta, 2000), cek-2.

²⁶ Surdrawan danim, *Metode penelitian untuk Ilmu-ilmu Perilaku*, (Bumi Angkasa: Jakarta Cipta 2004).

Kemampuan dasar (fitrah) itu banyak pula jenis-jenisnya Syahminan Zaini merinci jenis-jenis fitrah itu sebagai berikut²⁷:

1. Fitrah agama
2. Fitrah sosial
3. Fitrah ekonomi
4. Fitrah harga diri
5. Fitrah kemerdekaan
6. Fitrah keadilan
7. Fitrah kawin
8. Fitrah lain-lainnya.

Salah satu fitrah diantara sekian banyak jenis fitrah itu adalah fitrah beragama yang di dalamnya terkandung nilai-nilai akhlak.

2. Sekolah / madrasah

Sekolah adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi akhlak siswa setelah kedua orang tua karena sekolah merupakan tempat untuk mendidik dan membentuk akhlak para siswa.

Jika kita membahas tentang kedudukan sekolah di masyarakat maka sekolahan berperan sebagai berkaitan

- a. Guru merupakan wakil wali murid di dalam mendidik anaknya dari keterangan tersebut jelas bahwa sekolah tidak dapat menjalankan perannya kalau tidak ada kerja sama antara pihak sekolah dan wali murid.

²⁷ Al-Ghazali, *Ihya Umuddin*, (Libaro : Dar-alfikir jus III, 1995), hlm. 48.

b. Sekolah merupakan wahana untuk membentuk fitrah akhlak agama.

Oleh karena itu guru tidak hanya mencerdaskan para siswanya tetapi bagaimana ia membentuk dan meningkatkan akhlak para siswa. Inilah tujuan pendidikan agama islam yang penting.