

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Pengertian Strategi

Strategi adalah bagaimana langkah atau upaya yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Ahmad Syafii Maarif menjelaskan bahwa strategi adalah kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.¹

Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa: Strategi komunikasi adalah paduan dari perancangan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan komunikasi. Strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah komunikasi, tetapi juga menunjukkan bagaimana taktik operasional komunikasi.²

Kutipan diatas menunjukkan bahwa strategi komunikasi merupakan bagian dari konsep manajemen komunikasi dalam pencapaian tujuan yang diinginkan. Tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent Pateerson dan M. Dallas Barnet dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* adalah:

1. To secure understanding

¹ Ahmad Syafii Maarif, *Al-Qur'an Realitas Sosial dan Limbo Sejarah Sebuah Refleksi* Yogyakarta: Pustaka, 1985, h.102

² Onong Uchjana Effendy, *Dasar-dasar Komunikasi* Jakarta: Remaja Rosdakarya, 1933, h. 301

Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. Tujuan komunikasi ini mengandung makna bahwa komunikasi itu dapat berjalan secara efektif ketika terjadi kesamaan dalam memahami makna antara komunikator dan komunikan.

2. *To establish acceptance*

Bagaimana cara penerimaan itu dapat terus dibina dengan baik. Tujuan ini diarahkan ketika komunikasi yang berlangsung dimaksudkan untuk membina hubungan yang baik antara komunikator dan komunikan. Hubungan yang baik tersebut akan dapat diwujudkan apabila komunikasi yang berlangsung diantara kedua belah pihak dapat berjalاندengan baik.

3. *To motivate action*

Bagaimana komunikator mampu memberi motivasi kepada komunikan. Tujuan ini lebih diarahkan pada komunikasi yang bersifat persuasif yang dimaksudkan untuk mempengaruhi sikap, perilaku dan persepsi komunikan sehingga secara sukarela bersedia untuk mengikuti kehendak dari komunikator.³

Onong Uchjana Effendy mengemukakan beberapa komponen-komponen dalam strategi komunikasi, antara lain:

1. Mengenali sasaran komunikasi

³ Onong Uchjana Effendy *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, h. 295

Sebelum melancarkan komunikasi perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Mengenali sasaran komunikasi bergantung pada tujuan komunikasi. Apakah komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Apapun tujuan komunikasi, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi.

Faktor situasi maksudnya adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan komunikator. Faktor kondisi adalah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi.

2. Pemilihan media komunikasi

Komunikator dalam mencapai sasaran komunikan harus dapat memilih salah satu gabungan dari beberapa media komunikasi. Tergantung pada tujuan yang akan dicapai. Pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan digunakan pemilihan media. Komunikasi di sini yang digunakan dalam berkomunikasi berupa bahasa. Pesan dalam bahasa yang disampaikan ini bisa berupa pesan verbal dan pesan non verbal. Pesan yang berbentuk verbal ini berupa pesan yang dapat diuraikan dalam bentuk kata-kata yang biasa diwujudkan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Sedangkan pesan

yang berupa non verbal ini berbentuk gerak tubuh, ekspresi wajah, tekanan suara dan lainnya.

3. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu, ini menentukan teknik yang harus di ambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang digunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi pesan adalah bahasa, gambar, warna dan lain-lain.⁴

Didalam strategi komunikasi, peranan komunikator sangatlah penting. Strategi komunikasi harus luwes sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada faktor yang menghambat proses komunikasi. Faktor penghambat bisa berasal dari media dan komunikan, sehingga efek yang diharapkan tidak tercapai. Para ahli komunikasi berpendapat bahwa:

Untuk melancarkan komunikasi dapat menggunakan *Attention to Action Procedure*, yaitu *Attention* (perhatian) *interest* (minat) *Desire* (hasrat) *Decision* (keputusan), *Action* (kegiatan).⁵

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dasar-dasar Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, h. 93

⁵ *Ibid* h. 94

B. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti sama (*to make comen*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.⁶

Astrid Susanto mengemukakan perkataan komunikasi berasal dari kata *communicare* yang dalam bahasa Latin mempunyai arti berpartisipasi atau memberitahukan, menyampaikan pesan, informasi, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dengan mengharapkan *feedback*.⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.⁸ Komunikasi merupakan sarana paling utama dalam kehidupan manusia yang berarti tak seorang pun yang dapat menarik diri dari proses ini baik dalam fungsinya sebagai individu maupun makhluk sosial. Komunikasi itu sendiri ada dimana mana seperti di rumah,

⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, h. 41

⁷ Phil Astrid Susanto, *Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung: Bina Cipta, 1980, h. 29

⁸ Tim penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional 2008, h. 585

sekolah, kantor, rumah sakit, dan di semua tempat yang melakukan sosialisasi. Artinya hampir seluruh kegiatan manusia selalu tersentuh komunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seorang dalam hidup bermasyarakat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung, lisan maupun tidak langsung melalui media.⁹

Didalam komunikasi terdapat unsur-unsur yang terkandung yaitu komunikator, pesan, komunikan, media dan efek.¹⁰ Yang diuraikan sebagai berikut:

a. Komunikator

Komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan, yang memiliki sebagai *Encoding*, yaitu orang yang mengolah pesan-pesan atau informasi kepada orang lain. Komunikator dapat juga berupa individu yang sedang berbicara,

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, h.5

¹⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal* Jakarta: PT. Adhitya Andrebina Agung, 2015, h. 5

menulis, sekelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, film, dan lain sebagainya.

Syarat-syarat Komunikator:

- 1) Memiliki kemampuan berkomunikasi
- 2) Memiliki kemampuan yang luas
- 3) Memiliki kredibilitas yang tinggi
- 4) Memiliki daya tarik
- 5) Mengenal diri sendiri
- 6) Memiliki kekutan.¹¹

b. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah suatu informasi yang akan dikirim kepada si penerima pesan.¹² Pesan ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan non verbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.¹³

Ada beberapa bentuk pesan diantaranya:

- 1) *Informatif*, yakni memberikan keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri.
- 2) *Persuasif*, yakni sengan bujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan rupa pendapat atau sikap

¹¹ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 1997, h. 12

¹² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005, h. 12

¹³ Ibid, h. 17

sehingga ada perubahan, namun perubahan ini adalah kehendak sendiri.

- 3) *Koersif*, yakni dengan menggunakan sanksi-sanksi, bentuknya terkenal dengan agitasi yaitu dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin diantara sesamanya dan pada kalangan publik.¹⁴

Pesan dianggap berhasil disampaikan oleh komunikator harus memenuhi beberapa syarat berikut ini:

- 1) Pesan harus direncanakan (dipersiapkan) secara baik sesuai dengan kebutuhan kita.
- 2) Pesan dapat menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak.
- 3) Pesan harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.¹⁵

c. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah orang yang menjadi sasaran dari kegiatan komunikasi.¹⁶ Komunikan atau penerima pesan dapat menjadi pribadi atau orang banyak. Komunikan biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran,

¹⁴ H. A. W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, h. 14

¹⁵ H. A. W. Widjaya, *Ilmu komunikasi pengantar studi* Cet. III; Jakarta: Rineke Cipta, 2000, h.

¹⁶ YS. Gunadi, *Himpunan Istilah Komunikasi* Jakarta: Gramedia, 1998, h. 7

penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Komunikasi adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena komunikasi yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh komunikasi, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.¹⁷

d. Media

Media yaitu sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikasi. Atau sarana yang digunakan untuk memberikan *feedback* dari komunikasi kepada komunikator. Media sendiri merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang artinya perantara, penyampai atau penyalur.¹⁸

Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikasi). Dalam komunikasi media digunakan sesuai dengan komunikasi yang akan digunakan seperti komunikasi antar pribadi biasanya menggunakan panca inderanya sebagai medianya. Sementara untuk komunikasi massa menggunakan media elektronik dan cetak,

¹⁷ Hafied Cangara., *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta: PT Raja Grafindo, Prasad, 2008, h.26

¹⁸ Endang Lestari dan Maliki, *Komunikasi Yang Efektif: Bahan Ajar Diktat Prajabatan Golongan III* Cet. II: Jakarta: Lembaga Administrasi Negara, 2003, h. 8

mengingat sifatnya yang terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.

e. Efek

Efek merupakan hasil akhir dari proses komunikasi. Efek disini dapat berupa sikap atau tingkah laku komunikan, apakah sesuai atau tidak dengan yang diinginkan oleh komunikator. Hal yang sangat penting dalam komunikasi ialah bagaimana cara agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan efek atau dampak tertentu pada komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat di klasifikasikan menurut kadarnya, yaitu:

- 1) Dampak Kognitif, adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya.
- 2) Dampak Efektif, lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya prasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

- 3) Dampak Behavioral, yang paling tinggi kadarnya, yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.¹⁹

Berangkat dari definisi tersebut, komunikasi berarti sama sama membagi ide. Apabila seseorang berbicara dan temanya tidak mendengarkan dia maka disini tidak ada pembagian dan tidak ada komunikasi. Apabila orang pertama menulis dalam bahasa perancis dan orang kedua tidak dapat membaca perancis, maka tidak ada pembagian dan tidak ada komunikasi. Pada dasarnya komunikasi tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan saja. Komunikasi harus mengandung ide, pikiran, fakta, atau pendapat.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau disebut juga dengan komunikasi antar personal atau komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu untuk saling bertukar gagasan ataupun pemikiran kepada individu lainnya. Atau dengan kata lain, komunikasi interpersonal adalah salah satu konteks komunikasi dimana setiap individu mengkomunikasikan perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya secara tatap muka kepada individu lainnya.²⁰

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju, 2007 h. 7

²⁰ Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015 h. 5

Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan ekspresi wajah yang diberikan.²¹

Berikut beberapa pengertian Komunikasi Interpersonal menurut para ahli diantaranya adalah sebagai berikut :

Menurut Judy C. Pearson, dkk Komunikasi interpersonal sebagai proses yang menggunakan pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna paling tidak antara dua orang dalam situasi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar.²²

Sedangkan menurut Joseph A. DeVito Komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal antara dua (atau lebih) orang yang saling tergantung satu sama lain.²³

Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah: pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara spontan baik secara verbal ataupun nonverbal.²⁴ Secara umum komunikasi interpersonal juga dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Karena terjadi secara tatap muka (*face to face*) antar dua

²¹ *Ibid*: hal. 6

²² Judy C. Pearson, Komunikasi Interpersonal, Jakarta, Rajawali Pers, 2009, h. 70

²³ Joseph A. DeVito, Interaksi dalam Komunikasi Interpersonal, Solo, Pustaka Arafah, h. 39

²⁴ Stewart I. Tubbs dan sylvia Moss. *Human Communication Terjemah, Edisi II* New York: Random House, 1997, h. 8

individu. Selain itu komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan.

Komunikasi interpersonal sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena dapat menggunakan kelima indra untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan. Sebagian komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi interpersonal berperan penting sehingga kapan pun, selama manusia masih memiliki emosi kenyataannya komunikasi tatap muka ini membuat manusia lebih akrab dengan sesamanya. Menurut Hafied Cangara, komunikasi interpersonal di bedakan atas dua macam komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil dimana uraiannya sebagai berikut:

a. Komunikasi Diadik

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Wayne Pace yang dikutip Hafied Cangara, dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih dalam dan personal, sedangkan wawancara sifatnya

lebih serius yakni, adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.²⁵

b. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi atau terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. Selain itu pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta berbicara dalam kedudukan yang sama atau tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi situasi. Dalam situasi seperti itu, semua anggota biasa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima seperti yang sering ditemukan pada kelompok studi dan kelompok diskusi.²⁶

Selanjutnya Hafied Cangara yang mengutip pendapat Judi C. Person, menyebutkan enam karakteristik yang menentukan proses dalam komunikasi interpersonal sebagai berikut:

- 1) Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (*self*), berbagai persepsi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berasal dari dalam diri kita sendiri, yang artinya dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.

²⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* Cet. XII, Jakarta: Rajawali pers, 2011, h. 31

²⁶ *Ibid*: hal.32

- 2) Komunikasi interpersonal bersifat transaksional, pengertian ini mengacu pada terjadinya proses pertukaran pesan yang bermakna diantara mereka yang berinteraksi.
- 3) Komunikasi interpersonal mencakup aspek-aspek isi pesan dan kualitas hubungannya, artinya dalam proses komunikasi interpersonal tidak hanya menyangkut pertukaran isi pesan saja, akan tetapi berkaitan dengan sifat hubungan dalam arti siapa pasangan komunikasi kita dan bagaimana hubungan kita dengan pasangan.
- 4) Komunikasi interpersonal masyarakat adanya kedekatan fisik diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.
- 5) Komunikasi interpersonal melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu sama lainnya (independen) dalam proses komunikasinya.
- 6) Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang atau suatu pernyataan tidak dapat diulang dengan harapan mendapatkan hasil yang sama karena didalam proses komunikasi antarmanusia sangat tergantung dari respon pasangan komunikasi.²⁷

Fungsi komunikasi interpersonal tidak sebatas pertukaran informasi atau pesan saja, tetapi merupakan kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide-ide agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik, maka komunikator perlu menyampaikan pola komunikasi yang baik pula.²⁸

3. Bentuk Komunikasi Interpersonal

Kegiatan komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia, hal ini dapat terlihat dengan jelas terutama pada proses sosialisasi yang dilakukan oleh manusia-manusia tersebut. Sebagai makhluk sosial interaksi yang dilakukan manusia dengan manusia hanya

²⁷ *Ibid*: hal. 58

²⁸ Asnawir dan Basyruddin Usman, *Media Pembelajaran* Jakarta: Ciputat Press, 2002, h. 7

dapat dilakukan melalui kegiatan komunikasi. Adapun bentuk-bentuk komunikasi interpersonal yaitu, komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal yang uraiannya dibawah ini:

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk memengaruhi tingkah laku penerima. Komunikasi tulisan apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bisa di baca, kemudian di kirimkan pada orang yang di maksud.

Untuk kepentingan komunikasi verbal, bahasa dipandang sebagai suatu wahana penggunaan tanda-tanda atau simbol-simbol untuk menjelaskan suatu konsep tertentu. Bahasa memiliki keyakinan simbolisasi verbal dan dipandang sebagai upaya manusia mendayagunakan informasi yang bersumberdari persepsi manusia untuk berkomunikasi secara santun dengan orang lain.

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi

yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka dan sentuhan. Komunikasi non verbal adalah komunikasi dengan menggunakan mimik dan bahasa isyarat. Bahasa isyarat bermacam-macam, bahasa isyarat dapat menimbulkan salah tafsir, terutama jika latar belakang budaya berbeda.²⁹

C. Pengertian Ustadz dan Ustadzah

Ustadz dan Ustadzah adalah sebutan atau panggilan bagi seorang guru yang mengajar, mendidik para santri atau murid. Kata lain yang dapat digunakan adalah *murabbi* yang mengacu kepada pendidik yang tidak hanya mengajarkan suatu ilmu tetapi dalam waktu yang sama juga mendidik rohani, jasmani, fisik, dan mental anak didiknya untuk menghayati dan mengamalkan ilmu yang telah dipelajari.³⁰ Ustadz istilah yang sangat sering dipakai di Indonesia untuk panggilan kalangan orang yang dianggap pintar dan ahli di bidang ilmu agama. Ustadz sejajar dengan istilah buya, kyai, da'i, mubaligh. Di sebagian pesantren, pengasuh/pimpinan pesantren disebut Ustadz.

D. Motivasi

Secara etimologi kata motivasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *motivation* yang artinya daya batin atau dorongan. Sehingga pengertian motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong atau menggerakkan

²⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dasar-dasar Komunikasi* Jakarta: remaja Rosdakarya, 1993, h. 301

³⁰ Solikhin Abu Izzuddin, *Super Murabbi: Naikan Kelasmu, Raih Surgamu* Jakarta: Pro-U Media, 2012 h. 57

seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu dengan tujuan tertentu.³¹

Motivasi bisa datang dari dalam diri sendiri ataupun dari orang lain. Dengan adanya motivasi maka seseorang dapat mengerjakan sesuatu dengan antusias.

Orang-orang tidak hanya berbeda dalam kemampuan melakukan sesuatu tetapi juga dalam motivasi mereka melakukan hal itu. "Motivasi orang bergantung pada kuat lemahnya motif yang ada. Motif berarti suatu keadaan didalam diri seseorang (innerstate) yang mendorong ,mengaktifkan, menggerakkan dan menyalurkan perilaku kearah tujuan".³²

Peranan manusia dalam mencapai tujuan tersebut sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Untuk menggerakkan manusia agar sesuai dengan yang dikehendaki organisasi, maka haruslah dipahami motivasi manusia bekerja pada suatu organisasi, karena motivasi inilah yang menentukan perilaku orang-orang untuk bekerja atau dengan kata lain perilaku merupakan cerminan yang paling sederhana dari motivasi. Adapun beberapa definisi motivasi dari beberapa paraahli adalah sebagai berikut:

Menurut Manalung Motivasi berarti sesuatu hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Jadi motivasi dapat pula diartikan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu".³³

Sedangkan As'Ad mengatakan motivasi seringkali diartikan dengan istilah dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan jiwa dan jasmani untuk berbuat mencapai tujuan, sehingga motivasi merupakan suatu driving

³¹ Musthafa Kamal M Jamil, *Ketika Kata Jadi Mantra*, Jakarta: Afkari Publishing, 2013, h, 6

³² Koontz, *motivasi hidup*, Jakarta, Pustaka Media, 1990, h. 115

³³ Manulung, *Motivasi Sebagai Pendorong*, Jakarta, Balai Pustaka, h. 76

force yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku, dan di dalam pebuatannya itu mempunyai tujuan tertentu”.³⁴

Sedangkan Menurut Sarwoto Motivasi adalah sesuatu yang menimbulkan proses pemberian dorongan bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi secara efisien.³⁵

Dari ketiga definisi tentang motivasi dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan dari apa yang dibutuhkannya.

E. Tahfidz dan Juz ‘Amma

1. Tahfidz

Kata tahfidz mempunyai arti menghafalkan. Sedangkan menurut Abdul Aziz Abdul Rauf definisi tahfidz atau menghafal adalah proses mengulang sesuatu, baik dengan membaca atau mendengar.³⁶

Menghafal berasal dari kata hafal yang berarti dapat mengucapkan di luar kepala dan telah masuk dalam ingatan. Kata hafal mendapat awalan

³⁴ As’ad, Definisi-definisi Motivasi, Bandung, Maju Mundur, 1995 h. 45

³⁵ Sarwoto, Kumpulan Motivasi, Jakarta, Ciputat Pers, 2008, h. 135

³⁶ Masagus H.A fauzan Yayan, SQ, Quantum Tahfidz Metode Cepat dan Mudah Menghafal Al-Qur’an, Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2014, h 8

mesehingga menjadi ”menghafal” sehingga memiliki arti berusaha menerapkan sesuatu ke pikiran agar selalu diingat.³⁷

Sementara Abdul Aziz mengatakan menghafal adalah proses mengulang sesuatu, baik dengan membaca atau mendengar.³⁸

2. Juz ‘Amma

Juz ‘Amma adalah juz terakhir dari tiga puluh juz al-Quran. Ciri utama surah-surahnya adalah singkat-singkat, dengan bahasa yang indah mempesona, menyentuh hati atau menghardiknya disertai dengan argumentasi-argumentasi rasional yang mampu menyakinkan nalar yang belum dikeruhkan oleh kerancuan berpikir atau subjektivitas pandangan.³⁹

Sedangkan Juz ‘Amma menurut peneliti adalah ayat-ayat al-Quran yang dimulai dari juz tiga puluh yang terdiri dari 30 juz dan merupakan juz terakhir yaitu dimulai dari QS. An-Naba- QS. An-Nas (Surat ke 78- 114).

F. Anak TPA

TPA merupakan salah satu bentuk PAUD pada jalur pendidikan nonformal yang menyelenggarakan program pendidikan sekaligus pengasuhan

³⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988, h. 291

³⁸ Abdul Aziz Abdul Rauf, *Kiat Sukses Menjadi Hafidz Qur'an Daiyah*, Bandung: Samail Cipta Media, 2004, h.49

³⁹ Winarno *tahfiz juz amma*, Bandung: Tarsito, 1994, h.34

dan kesejahteraan sosial terhadap anak sejak lahir sampai dengan usia enam tahun. Dalam kehidupan anak ada dua proses yang beroperasi yaitu pertumbuhan dan perkembangan. Kedua proses ini berlangsung secara independent, saling bergantung satu sama dengan yang lainnya. Kedua proses ini tidak dapat dipisahkan dalam bentuk-bentuk murni berdiri sendiri-sendiri, akan tetapi bisa dibedakan untuk maksud lebih mudah memahaminya.

Dalam buku psikologi anak Johan Amos Cornenius membagi periode perkembangan sebagai berikut:

1. 0-6 tahun, periode sekolah ibu
2. 6-12 tahun, periode sekolah bahasa ibu
3. 12-18 tahun, periode sekolah latin
4. 18-24 tahun, periode universitas.⁴⁰

Dalam hal ini Cornenius lebih menitik beratkan aspek pengajaran dan proses pendidikan dalam perkembangan anak, tahun-tahun pertama ini 0-6 tahun disebutkan sebagai periode sekolah ibu, karena hampir semua usaha bimbingan pendidikan (ditambah perawatan dan pemeliharaan) berlangsung ditengah keluarga. Terutama sekali aktivitas ibu sangat menentukan kelancaran proses pertumbuhan dalam perkembangan anak.

Usia 6-12 tahun disebut periode sekolah bahasa ibu, karena periode ini anak baru mampu menghayati setiap pengalaman dengan pengertian bahasa sendiri. Bahasa ibu dipakai sebagai sarana untuk komunikasi

⁴⁰ Kartini Kartono, *Psikologi Anak*, Bandung, Mandar Maju, 1990, h. 34

dengan orang lain, yang mendapatkan impresi dari luar berupa pengaruh, sugesti serta pengoperan nilai-nilai budaya dan orang dewasa. Bahasa ibu juga digunakan untuk mengekspresikan kehidupan batinnya kepada orang lain.