

## **Hubungan antara Komunikasi Dakwah Ustadz Evie Effendie dengan Pengetahuan Keagamaan Sisterfillah Bandung**

The Relation Between Da'wah Communication of Ustadz Evie Effendie With Sisterfillah Bandung's Religious Knowledge

<sup>1</sup>Dhian Ayu Sundry, <sup>2</sup>M. Husein Fahmi

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>Dyansundryy123@gmail.com, <sup>2</sup>husen.fahmi@yahoo.com*

**Abstract.** Communication is something that cannot be separated from human daily life, both individually and in society. This communication activity lasts from day to day, from time to time, as long as humans live and carry out their activities. Communication in the Islamic world has actually experienced a significant development, namely Da'wah communication, one of the communicators is Ustadz Evie. The theory used in this research is ethos dimension of communicator (credibility, attractiveness, and the power) The purpose of this study is to find out whether there is a relationship between credibility, attractiveness, and the power of Da'wah communication with religious knowledge. The method used in this study is the correlational method. The final result of the study shows that there is a significant relationship between the communication of Da'wah Ustadz Evie Effendie with religious knowledge of Sisterfillah.

**Keywords:** Da'wah Communication, Religious Knowledge, Ethos of Communicator.

**Abstrak.** Komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia, baik secara individu maupun bermasyarakat. Kegiatan komunikasi ini berlangsung dari hari ke hari, dari waktu ke waktu, selama manusia hidup dan melakukan aktivitasnya. Komunikasi di Dunia Islam pun sebenarnya telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan yaitu komunikasi Dakwah salah satu komunikatornya adalah Ustadz Evie Effendie. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara Kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan komunikasi Dakwah dengan Pengetahuan Keagamaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Hasil akhir dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara komunikasi Dakwah Ustadz Evie Effendie dengan Pengetahuan keagamaan Sisterfillah Bandung.

**Kata Kunci :** Komunikasi Dakwah, Metode Korelasional, Sisterfillah Bandung.

### **A. Pendahuluan**

Manusia adalah makhluk sosial, dia tidak bisa hidup sendiri sejak Adam as diciptakan oleh Allah swt, ia merasa kesepian karena menikmati kehidupan tanpa ada seseorang di sampingnya yang dapat dijadikan teman berkomunikasi. Komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia, baik secara individu maupun bermasyarakat. Betapa tidak, komunikasi adalah salah satu aktivitas yang fundamental dan vital dalam kehidupan manusia.

Ada istilah yang sangat familier dalam dunia komunikasi yaitu "*we cannot not communication*", "kita tidak dapat tidak berkomunikasi". Hal tersebut tidak berarti semua perilaku yang kita lakukan adalah komunikasi. Betapa tidak, komunikasi terjadi jika seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Jadi, semua perilaku kita memiliki potensi komunikasi, baik dari segi ekspresi muka, bahasa tubuh, terlebih pengucapan baik secara verbal maupun nonverbal. Salah satu komunikasi yang sedang berkembang adalah Dakwah.

Komunikasi di Dunia Islam pun sebenarnya telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Harus kita akui, sejak dua dasawarsa terakhir ini dakwah Islamiyah tampak begitu semarak. Jumlah masjid bertambah, jumlah calon jamaah haji meningkat, jumlah zakat/infaq/sadaqah cenderung menaik. Banyak majelis taklim bermunculan. Banyak lembaga pendidikan didirikan. Pesantren baru berdiri di

mana-mana. Para ustadz, kiai, dan da'imampu menembus berbagai sektor kehidupan masyarakat. Bahkan dunia artispun sanggup dirambah. Dari kalangan artis sendiri, lahir penyeru-penyeru Islam yang andal (dalam Alex Sobur, 2001:6).

Dakwah merupakan Penyampaian pesan-pesan keagamaan menggunakan simbol-simbol verbal dan non verbal. Kedua jenis simbol inilah yang paling banyak digunakan oleh para komunikator dakwah. Simbol verbal merupakan ucapan dan tulisan yang lazim dimengerti.

Komunikasi dakwah menyerukan kebaikan dengan cara yang baik pula. Islam itu baik dan harus disebarluaskan dengan cara yang baik pula bukan dengan kekerasan, anarkis, dan mendiskreditkan. Dakwah berlangsung dengan berbagai macam agenda, model, dan pendekatannya yang beragam. Wajah aktivis dakwah sangat beragam dan menunjukkan kekhasannya.

Dalam perkembangan yang sangat luasnya dalam kegiatan dakwah saat ini sangat membawa respon positif terhadap suatu tuntunan dan perkembangan masyarakat khususnya para remaja, Sekarang aktivitas ceramah, pengajian, dan tabligh menjamur dimana-mana dengan berbagai macam bentuk metode penyampaian dakwah. salah satu pelaku komunikator dakwah yang melakukan metode dengan cara yang unik adalah Ustadz Evie Effendie. Ustadz yang berpakaian nyentrik dan gaya bicaranya yang nyunda gaul ini memiliki tekad mengajak kawula muda di Bandung untuk berhijrah

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti **“Apakah terdapat hubungan komunikasi dakwah ustadz Evie Effendie dengan pengetahuan keagamaan sisterfillah Bandung?”**. Maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Apakah terdapat hubungan antara komunikasi dakwah Ustadz Evie Effendie dengan pengetahuan keagamaan sisterfillah Bandung?.

## **B. Landasan Teori**

Dakwah Islam diartikan sebagai aktivitas menyeru atau mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk melakukan kemaarufan dan mencegah dari kemungkaran. Berdasarkan penjelasan diatas, maka seberapa besarnya aktivitas dakwah dapat berhasil secara optimal, jika didukung oleh proses komunikasi yang baik dan efektif. Terkait dengan hal ini, maka komunikator juga sekaligus da'I juga harus memperhatikan tampilan diri komunikator tersebut. Keefektifan komunikasi dakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomiikasi, tetapi juga oleh diri komunikator. Komunikasi dakwah efektif penting supaya timbul pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan pengalaman dan pengetahuan beragama sebagaimana yang diharapkan tanpa ada paksaan dan tekanan apa pun.

Komunikator yang mengkaji siapa komunikatornya yang akan menyampaikan pesa tersebut. Jika ternyata informasi yang diutarakan tidak sesuai dengan diri komunikator, betapun tingginya teknik yang digunakan maka hasilnya tidak akan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk itu beberapa hal yang harus diperhatikan komunikator dakwah salah satunya adalah “etos komunikator”. Etos mengharuskan adanya etika dan moral yang baik pada diri komunikator. Etos terdiri dari pikiran baik (good sense), akhlak yang baik (good moral character), dan maksud yang baik (good will). (Rakhmat, 1994: 255).

Devito (1996:109) menguatkan bahwa etos sebagai sesuatu yang mutlak dalam komunikasi publik. Tanpa itu, kredibilitas komunikator akan menurun. Dimensi etos ini, meliputi kredibilitas komunikator, daya tarik, dan kekuasaan (Hovlan&Weiss). Ketiga unsur ini, menurut C. Kelman, memengaruhi audiens-audiensya sehingga

terjadi internalisasi (internalization), indentifikasi (identification), dan, ketundukan (compliance). penggunaan dimensi etos komunikator sangat tepat untuk dijadikan bahan untuk diteliti karena penelitian ini mempertanyakan apakah ada hubungan antara komunikasi dakwah Ustadz Evie Effendy dengan pengetahuan keagamaan Sisterfillah Bandung.

Isi pesan yang disampaikan oleh pendakwah kepada jamaahnya berperan untuk membina nalar (berpikir kritis), kehidupan inklusif, dan pembinaan mental. Dakwah menekankan pentingnya pembinaan berpikir dengan memberikan informasi baru yang menjadikan seseorang berpikir. Jadi, kebutuhan kognisi dikedepankan untuk melihat realitas kehidupan yang dapat menampung pemikiran-pemikiran baru. Peneliti menggunakan tingkat pengetahuan menurut Benjamin Bloom (1956), seorang ahli pendidikan, membuat klasifikasi (taxonomy) pertanyaan-pertanyaan yang dapat dipakai untuk merangsang proses berfikir pada manusia yang meliputi mengingat, memahami, dan menerapkan.

Pesan Dakwah yang menimbulkan efek kognitif pada komunikan telah berhasil membuat komunikan mengerti, sehingga menjadi suatu informasi atau pengetahuan baginya. Apabila pesan tadi, selain membuat komunikan mengerti, tetapi juga tersentuh lubuk hatinya sehingga menimbulkan perasaan tertentu padanya misalnya iba, sadar, takut, bahagia dan lain sebagainya. Maka pada komunikasi dakwah akhirnya dari tingkat pengetahuan nya mulai dari mengerti karena mengingat pesan , kemudian pahan akan pesan yang disampaikan oleh da'I lalu menerapkannya di kehidupan sehari-hari. Dilihat dari menyenangkan tidaknya komunikator akan menentukan berlanjut atau berhentinya respons.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 5,421 dan nilai t tabel dengan  $dk=78$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,991 maka dapat dilihat bahwa t hitung (5,421) > t tabel (1,991) sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Komunikasi Dakwah Ustad Evie Effendie dengan Tingkat Pengetahuan Keagamaan Sisterfillah.

### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah penulis uraikan, maka penulis menarik kesimpulan yakni:

1. Dapat terlihat bahwa terdapat hubungan. antara Komunikasi Dakwah Ustad Evie Effendie dengan Tingkat Pengetahuan Keagamaan Sisterfillah.
2. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara kredibilitas komunikasi Dakwah Ustadz Evie Effendie dengan pengetahuan keagamaan Sisterfillah Bandung
3. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara daya tarik komunikasi Dakwah Ustadz Evie Effendie dengan pengetahuan keagamaan Sisterfillah Bandung
4. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara kekuasaan komunikasi Dakwah Ustadz Evie Effendie dengan pengetahuan keagamaan Sisterfillah Bandung

### E. Saran

#### Saran Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan hanya untuk mengetahui hubungan antara komunikasi dakwah Ustadz Evie Effendie dengan pengetahuan Keagamaan. Diharapkan terdapat penelitian serupa faktor lain yang mempengaruhi pengetahuan keagamaan.

2. Penelitian ini diharapkan melakukan dengan responden komunitas-komunitas kajian Islam lainnya

#### **Saran Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan ilmiah bagi para komunikator dakwah **terutama Ustadz Evie Effendie**

#### **Daftar Pustaka**

Ma'Arif, Bambang. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: Simbiosis Rekatama Media PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Uchajana Onong. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung.

Ilahi, Wahyu MA. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Saiful, Bambang M.Si.2015. Psikologi Komunikasi Dakwah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

#### **Jurnal Ilmiah**

Alex Sobur. 2001. “*Dakwah Alternatif di era Glibal :Suatu Pendekatan Perubahan Sosial*”. Dalam *Jurnal of communication studies* Vol.2, No.4, Desember 2001. (hal. 6).