



Volume 8 No. 1 Tahun 2017

MEMBANGUN KOMUNIKASI KREATIF DALAM DAKWAH ISLAMİYAH

Zarkani

Widya Iswara Ahli Muda

Balai Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan RI Banjarmasin

fatehhaekal@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kebutuhan akan komunikasi kreatif sebagai media berdakwah. Berkomunikasi merupakan rangkaian proses yang digunakan manusia untuk berinteraksi, mengawali antara satu sama lain dan memperoleh keahaman. Berkomunikasi sebagai bentuk interaksi yang dilakukan secara lisan atau bukan lisan, ini termasuk pernyataan sikap, nilai, minat, kepercayaan, perasaan dan pemikiran dalam kehidupan hari-hari. Dalam komunikasi kreatif dibutuhkan keahlian dalam menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang dirubah menjadi suatu konsep yang berbeda, sehingga menjadi suatu yang dianggap lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan komunikasi kreatif dan bagaimana peran komunikasi kreatif dalam dakwah Islamiyah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (library research) yang bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan tinjauan teori dan diperkuat dengan fakatual apa adanya kenyataan fakatual yang ditemukan berbagai pengalaman. Hasil dari penelitian ini adalah komunikasi kreatif diterapkan lebih menekankan pada strategi atau kata kerja yang menunjukkan aktivitas yang sangat aktif, sehingga timbul kegiatan yang benar-benar nyata dalam pelaksanaannya.

Kata kunci: Komunikasi, Kreatif, Dakwah,

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, sejak ia dilahirkan sampai ia kembali kehadirat Tuhan-Nya. Komunikasi merupakan faktor yang menentukan terhadap kebahagiaan manusia dan memiliki peran

yang sangat penting untuk menjalin hubungan yang baik dengan lainnya.

Mengapa manusia berkomunikasi? Pertanyaan ini sering kita mendengarnya dari orang-orang yang berkeinginan mengetahui hakekat dari komunikasi tersebut. Manusia berkomunikasi karena ada beberapa tujuan yang

hendak dicapai, antara lain adalah karena manusia tersebut hendak memahami orang lain. Ingin mengenali siapa mereka, siapa diri mereka, apa yang mereka pikirkan, apa yang mereka rasakan dan macam-macam lagi konteks kalimat berkenaan dengan dirinya. Selain itu juga ingin memberi tahu kepada orang lain, ingin menginformasikan hal yang sangat penting kepada orang lain, ingin mengajak orang lain kepada hal yang dikehendaki, dan lain sebagainya.

Berkomunikasi merupakan rangkaian proses yang digunakan manusia untuk berinteraksi, mengawali antara satu sama lain dan memperoleh kepahaman. Berkomunikasi sebagai bentuk interaksi yang dilakukan secara lisan atau bukan lisan, ini termasuk pernyataan sikap, nilai, minat, kepercayaan, perasaan dan pemikiran dalam kehidupan hari-hari. Istilah komunikasi yang efektif sudah sering dan lumrah didengar, merupakan komunikasi yang bertujuan menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Mengingat pentingnya komunikasi khususnya komunikasi efektif, agar segala sesuatu yang kita tampilkan dan lakukan adalah komunikasi, maka penampilan dan segala sesuatu yang kita lakukan merupakan pesan yang bermakna.

Semua orang dapat berkomunikasi dengan caranya masing-masing, namun tidak semuanya mampu berkomunikasi secara efektif. Bagaimana dengan komunikasi yang kreatif? Tentu hal ini beda lagi dalam aktualisasinya. Komunikasi yang efektif biasanya memiliki tujuan untuk memudahkan orang lain dalam memahami pesan yang disampaikan oleh seorang pemberi pesan (komunikator). Komunikasi yang efektif juga bertujuan supaya informasi yang disampaikan dapat menimbulkan *feedback* dari si penerima pesan (komunikan). Karena alasan-alasan tersebut, maka proses komunikasi yang efektif haruslah

dilakukan dengan menggunakan bahasa yang jelas dan dapat dipahami oleh orang lain.

Komunikasi yang efektif akan ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi.

Begitu pula dengan proses pelaksanaan dakwah Islamiyah yang dilakukan oleh seseorang, yang pada suatu waktu seorang pendakwah menyampaikan materi atau pesan ceramahnya, maka sangat menjadi efektif komunikasi yang dilakukan apabila terjadi antara komunikator dan komunikan atau para jamaah atau pendengar memiliki persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa. Komunikasi dakwah dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh para pendengar bahkan dapat diterima untuk aktualisasi dalam kehidupan selanjutnya.

Sedangkan komunikasi kreatif dapat dirumuskan sebagai kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya dengan. Orang tersebut menggunakan keahlian dalam menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang diubah menjadi suatu konsep yang berbeda, sehingga menjadi suatu yang dianggap lebih baik.

Dalam berdakwah, banyak para da'i (juru dakwah/penceramah) yang dalam menyampaikan

pesan dakwahnya kurang memperhatikan terhadap sasaran atau objek dakwah, kurang memperhatikan teknik bagaimana cara menyampaikan pesan dakwah serta kurang memperhatikan isi pesan dakwah itu sendiri.

Namun dari itu tidak mustahil juga terdapat kendala-kendala yang menjadikan apa yang diinginkan bisa tercapai dalam tujuannya. Oleh karena itulah berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu penulis pertajam kembali berkenaan dengan komunikasi yang efektif tersebut kepada hal yang lebih akurat, yakni komunikasi kreatif sehingga maksud dan tujuan yang dikehendaki akan lebih cepat dicapai dalam pelaksanaan kegiatan dakwah Islamiyah. Naskah ini penulis beri judul “Membangun Komunikasi Kreatif Dalam Dakwah Islamiyah”.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini lebih menitikberatkan pada penelusuran proses membangun komunikasi kreatif dalam dakwah Islamiyah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, penulis mengemukakan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apa yang dimaksud dengan Komunikasi Kreatif ?
2. Bagaimana penerapan komunikasi kreatif dalam dakwah Islamiyah ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui maksud komunikasi kreatif
2. Untuk mengetahui penerapan komunikasi kreatif dalam dakwah Islamiyah

1.5 Manfaat Penelitian

Kemanfaatan dari penulisan naskah *Membangun Komunikasi Kreatif dalam Dakwah Islamiyah* ini adalah :

1. Sebagai referensi kajian tentang hakekat dari komunikasi kreatif

2. Sebagai pengembangan keilmuan tentang komunikasi kreatif dalam dakwah Islamiyah.

2. Kajian Teori

2.1 Pengertian-pengertian

a. Pengertian Komunikasi Kreatif

Lestari dan Maliki. (2003:3) Komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *cum*, sebuah kata depan yang artinya dengan, atau bersama dengan. Dan *units* berarti satu. Dari dua kata tersebut membentuk satu kata benda yaitu *cummunio* yang berarti kebersamaan, persatuan, hubungan. Untuk berkomunikasi (*communio*) diperlukan adanya usaha dan kerja, maka dibuat kata kerja yaitu *communcate* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang lain, bertukar pikiran.

Dalam bahasa Inggris, kata komunikasi ini dapat diistilahkan dengan communication yang memiliki makna sama, yakni berhubungan, bercakap-cakap. Hovland mengatakan sebagaimana yang dikutip oleh Effendy (1999:9), bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. sementara menurut Lasswell bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi merupakan sesuatu hal dasar yang selalu dibutuhkan dan dilakukan oleh setiap insan manusia, karena berkomunikasi merupakan dasar interaksi antar manusia untuk memperoleh kesepakatan dan kesepahaman yang dibangun untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal diantara keduanya. Untuk mencapai usaha dalam berkomunikasi secara efektif, maka sebaiknya kita harus mengetahui sejumlah pemahaman dan persoalan yang terjadi dalam proses berkomunikasi itu sendiri.

Pengertian komunikasi tersebut sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna

antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, akan tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan.

Menurut Carl I Hovland, sebagaimana penulis kutip dari buku Mulyana, (2010:9), bahwa ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Lebih lanjut dalam Lestari dan Maliki. (2003:5), beberapa pengertian dari komunikasi yang antara lain sebagai berikut :

- 1) Komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna yang perlu dipahami bersama oleh pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi.
- 2) Komunikasi adalah kegiatan perilaku atau kegiatan penyampaian pesan atau informasi tentang pikiran atau perasaan.
- 3) Komunikasi adalah sebagai pemindahan informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain.
- 4) Komunikasi adalah berusaha untuk mengadakan persamaan dengan orang lain.
- 5) Komunikasi adalah penyampaian dan memahami pesan dari satu orang kepada orang lain, komunikasi merupakan proses sosial.

Dari berbagai definisi menurut berbagai para ahli baik secara etimologi maupun terminologi, maka menurut penulis bahwa komunikasi adalah merupakan suatu proses menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan yang dilakukan seseorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan, dari orang lain dengan menggunakan media tertentu. Dari pesan yang disampaikan tersebut terdapat timbal balik berupa tanggapan atau jawaban dari orang yang menerima pesan tersebut. Proses terjadinya

komunikasi itu, secara teknis pelaksanaan, hingga komunikasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya.

Kreatif, istilah kata ini sering kita dengar pada saat melihat anak kecil yang cekatan, berlari-lari, sibuk, bermain dan lain-lain hingga disebut kreatif. Dari hal tersebut menurut hemat penulis bahwa kreatif itu merupakan suatu kemampuan atau daya untuk menciptakan suatu hal atau cara baru dari hal-hal yang sebelumnya sudah ada, seperti usaha pembuatan tas dari bahan koran bekas, jam tangan dari bahan bambu dan lain sebagainya. Selain itu, makna lain yang tersirat memiliki daya cipta atau kemampuan untuk menciptakan suatu hal yang baru. Hal baru tersebut bisa berupa sebuah gagasan atau juga sebuah kenyataan yang cenderung berbeda dengan kenyataan yang sebelumnya telah ada.

Pengertian kreatifitas yang dikutip dari situs kbbsi.web.id, kreatif /kre-a-tif/ /kréatif/ memiliki arti sesuatu yang memiliki kemampuan untuk menciptakan; menciptakan daya cipta atau bersifat (mengandung) daya cipta.

Pekerjaan yang menuntut imajinasi dan kecerdasan. Pengertian ini menurut penulis bermaksud punya daya cipta atau mampu menciptakan aktifitas, yang memiliki konotasi makna dengan keterampilan.

Kreatif bermakna terampil merupakan keahlian dalam menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang dirubah menjadi suatu konsep yang berbeda, sehingga menjadi suatu yang dianggap lebih baik.

Dengan demikian komunikasi kreatif dapat dirumuskan sebagai kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya dengan. Orang tersebut menggunakan keahlian dalam menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang dirubah menjadi suatu konsep yang berbeda, sehingga menjadi suatu yang dianggap lebih baik.

b. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan kata yang sering kita ucapkan dan sangat familiar ditelinga umat manusia khususnya bagi orang yang beragama Islam. Kata Dakwah berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti: panggilan, ajakan, dan seruan. Kata dakwah adalah bentuk dari isim masdar yang berasal dari kata kerja : ادع , واعد , واعد , artinya : menyeru, memanggil, mengajak.

Dalam pengertian yang secara umum dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, yang secara bertahap menuju perikehidupan yang Islami. Oleh karenanya perlu memperhatikan unsur penting dalam berdakwah sehingga dakwah menghasilkan perubahan sikap bagi sasaran dari dakwah itu sendiri.

Ditinjau dari segi terminologi, banyak sekali pendapat tentang definisi dakwah di kalangan para ahli, antara lain:

Menurut A. Hasmy (1997:18), dalam bukunya *Dakwah Menurut al-Qur'an*, mendefinisikan dakwah yaitu: mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan

syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.

Menurut Syekh Ali Mahfud, dalam Kholili (1991:60), Dakwah Islam adalah memotivasi manusia agar melakukan kebaikan menurut petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka berbuat kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.

Menurut Amrullah Ahmad .ed. (1982:2), dakwah Islam merupakan aktualisasi, Imani (Teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada tataran kegiatan individual dan sosio kultural dalam rangka mengesahkan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan cara tertentu.

Menurut Amin Rais (1991:26), dakwah adalah gerakan simultan dalam berbagai bidang kehidupan untuk mengubah status quo agar nilai-nilai Islam memperoleh kesempatan untuk tumbuh subur demi kebahagiaan seluruh umat manusia.

Menurut Farid Ma'ruf Noor (1981:29), dakwah merupakan suatu perjuangan hidup untuk menegakkan dan menjunjung tinggi undang-undang Ilahi dalam seluruh aspek kehidupan manusia dan masyarakat sehingga ajaran Islam menjadi shibghah yang mendasari, menjiwai, dan mewarnai seluruh sikap dan tingkah laku dalam hidup dan kehidupannya.

Berdakwah sama arti dengan melaksanakan dakwah, yakni suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok atau organisasi, dalam rangka mengajak atau menyampaikan pesan yang berlandaskan ajaran agama Islam, mengandung nilai kebaikan dalam menyeru kepada kebaikan dengan tujuan terjadinya kesadaran dan pemahaman terhadap ajaran yang disampaikan.

2.2 Dasar-dasar Komunikasi dan Dakwah

a. Dasar-dasar Komunikasi

Komunikasi pada hakekatnya adalah suatu proses social, yaitu sesuatu yang berlangsung atau berjalan antar manusia. Istilah proses memang berarti sesuatu yang sedang berlangsung. Artinya proses merupakan perubahan atau serangkaian tindakan dan peristiwa selama beberapa waktu menuju suatu hasil tertentu. Jadi setiap langkah, mulai dari pesan diciptakan sampai menimbulkan pengaruh atau perubahan pada sasaran, adalah proses komunikasi yang asasi.

Komunikasi sebagai proses sosial, selain terjadi hubungan antar manusia juga terjadi interaksi atau saling mempengaruhi. Justru itu semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, mau tidak mau pasti mengalami perubahan. Itulah sebabnya perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tidak mungkin dielakkan. Sebagaimana asal kata dari istilah komunikasi yang diambil dari kata “communication” istilah ini berakar dari bahasa latin communication yang artinya pemberitahuan, pemberian bagian (dalam sesuatu), pertukaran, dimana si pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya; ikut mengambil bagian. Kata kerjanya “communicare” artinya bermusyawarah, berunding atau berdialog. Jadi komunikasi atau berkomunikasi berarti suatu upaya bersama-orang lain, atau membangun kebersamaan dengan orang lain dengan membentuk perhubungan.

Komunikasi atau berkomunikasi berarti suatu upaya bersama-orang lain, atau membangun kebersamaan dengan orang lain dengan membentuk perhubungan, maksudnya komunikasi sebagai proses membagi atau menggunakan informasi secara bersama dan pertalian antara yang berkomunikasi dalam proses informasi. Proses yang asasi dalam komunikasi adalah penggunaan

bersama, pengertian ini lebih tepat untuk menggambarkan suatu proses komunikasi dari pada kata-kata; mengirim atau menerima. Karena, penggunaan bersama tidak berarti bahwa seseorang melakukan sesuatu atau memberi daripada seseorang yang lain.

Lestari dan Maliki. (2003:13) secara umum komunikasi terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Komunikator (sumber)
- 2) Komunike (pesan)
- 3) Komunikan (sasaran, penerima khalayak)
- 4) Media (alat penyalur)
- 5) Efek (umpan balik, akibat)

Unsur-unsur tersebut merupakan lapangan-lapangan penelitian dan analisa-analisa ilmiah yang dikenal berturut-turut dengan istilah-istilah “control analysis (who), konten analysis (says what), media analysis (in which channel), audience analysis (to whom) dan effect analysis (whit what effect).

Unsur tersebut sebagai dasar dalam komunikasi yang sangat memiliki peranan dan saling ketergantungan dalam suksesnya komunikasi.

Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dalam kajian dasarnya memiliki struktur lambang, yaitu lambang komunikasi sebagai tanda yang mengandung arti dan digunakan dalam proses komunikasi. Secara umum lambang komunikasi terbagi dua, yaitu lambang komunikasi umum dan lambang komunikasi khusus.

Lambang komunikasi disini adalah sesuatu seperti tanda (lukisan, perkataan, lencana dan sebagainya) yang menyatakan sesuatu hal atau mengandung maksud tertentu. Lambang juga menggambarkan suatu tanda atas dasar kesepakatan atau persetujuan bersama (meliputi juga semboyan dan kata-kata sandi) serta berbagai tanda umumnya. Lambang-lambang bahasa, baik lisan

maupun tulisan disebut lambang verbal. Sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa disebut lambang non verbal. Lambang Komunikasi adalah sesuatu seperti tanda yang menyatakan sesuatu hal atau mengandung maksud tertentu. Lambang merupakan tanda-tanda yang dipakai untuk menyampaikan pesan di dalam komunikasi. Lambang komunikasi umum dibagi empat menurut perwujudannya:

- 1) Lambang komunikasi mimik.
- 2) Lambang komunikasi gerak-gerik.
- 3) Lambang komunikasi suara.
- 4) Lambang komunikasi bahasa (tulisan dan lisan).

Lambang komunikasi bahasa paling sempurna dibanding lambang komunikasi lain, karena lebih mudah mewujudkan indeks pengetahuan manusia. Lambang komunikasi khusus digunakan untuk mewujudkan motif komunikasi, misal di film (tata rias, dekorasi, aneka warna, tata lampu, dan lain-lain).

Fungsi Lambang-lambang dalam Proses Komunikasi

- 1) Lambang adalah alat untuk memengaruhi komunikan
- 2) Lambang adalah alat untuk menjadikan seseorang menjadi paham akan pesan yang disampaikan.
- 3) Lambang adalah alat untuk menjadikan pengertian terhadap pesan-pesan yang disampaikan .
- 4) Lambang adalah alat untuk penghubung komunikator dengan komunikan.
- 5) Lambang adalah alat untuk mencapai suatu tujuan komunikasi.

b. Dasar-dasar Dakwah

Secara umum dasar-dasar dakwah itu antara lain berkaitan dengan bentuk dakwah itu sendiri, yaitu dakwah bil_lisan, dakwah bil_qalam, dan dakwah bil_hal.

Melihat makna substantive dari dakwah adalah ajakan yang bersifat Islami, sedangkan kata lisan, dalam bahasa Arab berarti “bahasa”. Maka dakwah bi al-lisan bisa diartikan: “penyampaian pesan dakwah melalui lisan berupa ceramah atau komunikasi antara da’i dan mad’u (objek dakwah). Dakwah adalah proses mengkomunikasikan pesan-pesan Ilahiah kepada orang lain. Agar pesan itu dapat disampaikan dan dipahami dengan baik maka, diperlukan adanya penguasaan terhadap teknik berkomunikasi yang efektif.

Penyampaian pesan dakwah, seorang da’i harus berbicara dengan gaya bahasa yang berkesan, menyentuh dan komunikatif. Bahasa lisan yang harus digunakan dalam berdakwah yaitu perkataan yang jujur, solutif terhadap permasalahan yang dihadapi mad’u, menyentuh kalbu, santun, menyejukan dan tidak provokatif serta tidak mengandung fitnah.

Oleh karena itu seorang da’i dalam menyampaikan informasi ketika melakukan aktivitas dakwah, hendaklah baik, benar dan mendidik. Kualitas perkataan seseorang mencerminkan suasana hati. Lisan yang fasih, tegar dan penuh percaya diri merupakan gambaran kondisi hati seseorang yang tenang dan memiliki semangat untuk menyampaikan kebenaran.

Dari bentuk dakwah yang kedua adalah dakwah bil_qalam. Hal ini merupakan suatu aktivitas atau kegiatan menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan, seperti buku, majalah, jurnal, artikel, internet dan lain-lain. Sebagai pesan dakwah, maka tulisan-tulisan tersebut tentu berisi ajakan atau seruan mengenai amar ma’ruf dan nahi munkar.

Dakwah bil-qalam memiliki banyak keunikan dan kelebihan, yakni suatu tulisan tidak dibatasi ruang dan waktu, bisa dibaca dimana saja serta kapanpun. Apalagi publikasi saat ini semakin mudah, jangkauannya juga luas dan tidak terbatas,

terutama tulisan yang disebar di internet bisa dibaca banyak orang diseluruh dunia. Sebuah gagasan menjadi riil dan kongkrit bila ditulis, tidak hanya diucapkan.

Para da'i harus mencontoh kreatifitas ulama salaf yang dikenal gigih dan aktif menulis. Karya tulis mereka masih tetap eksis dan terus dikaji hingga kini. Karena itulah buku disebut sebagai jendela ilmu, sebab buku selalu menjadi sumber rujukan utama yang tidak mengenal basi. Disamping melalui buku, pesan-pesan dakwah bisa dituangkan ke dalam majalah, majalah dakwah bisa digunakan untuk menyoroti masalah sosial atau dinamika yang terjadi di masyarakat. Kemudian mengupas masalah tersebut di berbagai sudut pandang yang ditujukan kepada masyarakat umum, dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Untuk mad'u (objek dakwah) yang lingkupnya lebih kecil, maka tulisan pesan dakwah dapat dipublikasikan lewat buletin, karena formatnya sederhana. Tulisan dalam buletin umumnya singkat dan padat, serta menggunakan bahasa yang formal dan yang menjadi objek sasaran adalah komunitas tertentu.

Bentuk yang ketiga adalah Dakwah bil-hal adalah bentuk ajakan kepada Islam dalam bentuk amal, kerja nyata, baik yang sifatnya seperti mendirikan lembaga pendidikan Islam, kerja bakti, mendirikan bangunan keagamaan, penyantunan masyarakat secara ekonomis atau bahkan acara-acara hiburan keagamaan. Dakwah bil-hal merupakan aktivitas dakwah Islam yang dilakukan dengan tindakan nyata terhadap penerima dakwah, sehingga tindakan nyata tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penerima dakwah. Sebagai contoh dakwah dengan membangun rumah sakit untuk keperluan masyarakat sekitar yang membutuhkan keberadaan rumah sakit. Dakwah dengan pendekatan amal nyata merupakan aktivitas dakwah yang harus dilakukan bagi aktivis dakwah,

sehingga dakwah tidak hanya dipahami sebagai ceramah atau dakwah bi al-lisan saja. Karena sesungguhnya dakwah juga dapat dilakukan melalui tindakan atau amal nyata yang dilakukan sesuai kebutuhan masyarakat.

Rubiyannah dan Ade Masturi, (2010), menurut KH. MA. Sahal Mahfudzh bahwa untuk mengatasi kemiskinan dakwah dapat ditempuh dengan dua jalan:

- 1) Memberi motivasi kepada kaum yang mampu, untuk menumbuhkan solidaritas sosial.
- 2) Yang paling mendasar dan mendesak Dakwah dalam bentuk aksi-aksi nyata dan program-program yang langsung menyentuh kebutuhan. Dakwah dengan melalui pendekatan bi al-hal inilah yang sesuai dengan situasi dan kondisi serta kebutuhan mad'u atau sasaran dakwah dari kaum dhuafa. Dengan demikian dakwah dapat menyentuh sasaran objek dakwah sebab yang diperlukan masyarakat dhuafa adalah tindakan nyata untuk mengubah kondisi masyarakat miskin yang serba kekurangan menjadi sebuah keadaan yang lebih baik dan berkecukupan.

2.3 Hubungan Komunikasi dengan Dakwah

Komunikasi adalah sesuatu hal dasar yang selalu dibutuhkan dan dilakukan oleh setiap insan manusia, karena berkomunikasi merupakan dasar interaksi antar manusia untuk memperoleh kesepakatan dan kesepahaman yang dibangun untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal diantara keduanya. Untuk mencapai usaha dalam berkomunikasi secara efektif, maka sebaiknya kita harus mengetahui sejumlah pemahaman dan persoalan yang terjadi dalam proses berkomunikasi itu sendiri.

Hal pertama dilakukan adalah memahami bentuk dasar komunikasi, karena seorang komunikator yang baik harus memiliki beberapa alat komunikasi yang menunjang dalam menyampaikan suatu pesan, seperti bagaimana cara

menempatkan kata dalam suatu komunikasi sehingga memiliki arti dan bisa menarik minat dan simpati dari para pendengarnya dan mengajak peserta untuk ikut aktif dalam berkomunikasi seperti dalam kegiatan diskusi.

Hubungan dakwah dan komunikasi dapat dilihat dari suatu proses yang melibatkan beberapa unsur yang terkait, yang meliputi dai sebagai subyek, mad'u sebagai obyek, pesan atau materi, sarana atau media, dan metode.

Istilah komunikasi juga meliputi beberapa unsur yang mesti ada yaitu, komunikator, komunikan, materi, metode dan media. Dengan demikian jika dilihat secara umum unsur komunikasi dan unsur dakwah mempunyai kesamaan. Dakwah merupakan proses penyebaran nilai-nilai ajaran islam atau upaya pembentukan pemahaman, persepsi dan sikap dan kesadaran mad'u, karena dimensi dakwah berkaitan dengan cara mentransformasikan nilai-nilai ajaran islam, sebagai isi pesan dakwah yang perlu dipahami dan disikapi menjadi sebuah kesadaran pribadi dan masyarakat.

Aktivitas dakwah menyangkut dua dimensi yakni transformasi dan komunikasi disatu sisi dan perubahan sosial atau pembangunan disisi lain, strategi cara dan teknik pendekatannya akan berkaitan dan melibatkan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan kedua media tersebut yang berhubungan dengan berbagai aspek spiritual dan sosial budaya kehidupan manusia. Pendekatan kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan pendekatan dakwah ucapan, dan dakwah melalui perbuatan.

Dalam berdakwah sangat tergantung dengan gaya komunikasi atau cara berbicara atau lainnya. Berbicara adalah berkata; bercakap; berbahasa; melahirkan pendapat dengan perkataan, tulisan dan sebagainya atau berunding. Keterampilan berhubungan erat dengan proses-

proses berpikir yang mendasari bahasa . Bahasa seseorang mencerminkan pikirannya. Semakin terampil seseorang berbahasa, semakin cerah dan jelas jalan pemikirannya. Keterampilan hanya dapat diperoleh dan dikuasai dengan jalan praktek dan hanya latihan. Melatih keterampilan berbahasa berarti pula melatih keterampilan berpikir.

Keterampilan berbicara merupakan kemampuan untuk mengungkapkan atau mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi, kata-kata yang diekspresikan secara luas, terlebih ketika di dalam sebuah diskusi, selain kita harus terampil berbicara, disamping itu juga kita harus menggunakan prinsip berbicara yang efektif, uraian berbicara, tehnik pembukaan, pola penyajian, dan gaya berbicara, sehingga pesan yang sudah disiapkan sebagai bahan dakwah dapat tersampaikan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

3 . Metodologi Penelitian

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan tinjauan teori dan diperkuat dengan faktual apa adanya kenyataan faktual yang ditemukan berbagai pengalaman. Tujuan dalam penulisan ini secara kualitatif berakar pada latar alamiah, analisi data secara induktif, teori dan dasar (*grounded theory*) deskriptif, kemudian dianalisis dengan pendekatan kualitatif untuk mengetahui secara jelas tentang komunikasi kreatif dalam dakwah Islamiyah.

Dalam rangka mencapai tujuan penulisan ini, saya melaksanakan serangkaian kegiatan, yang dimulai dengan melakukan pengkajian teori komunikasi yang secara umum diberbagai literature dalam konteksnya dengan kegiatan dakwah, kemudian menurut saya ada nilai tersendiri dengan istilah komunikasi kreatif, yang tentunya bisa menjadi temuan baru bagi saya secara pribadi bahwa penggunaan istilah komunikasi kreatif

sebagai perwujudan yang lebih aktif daripada istilah komunikasi efektif.

3.2 Prosedur Pengolahan Data

Dalam rangka pengolahan data, penulis mengumpulkan bahan melalui beberapa buku sebagai bahan literature yang memperkuat naskah tulisan ini, kemudian mengkaji data utama berkaitan dengan pengertian dan dasar-dasar dari komunikasi dan dakwah secara umum serta keterkaitan atau hubungan keduanya. Kemudian penulis mengkaji secara lebih mendalam melihat adanya suatu permasalahan baru dan mendiskripsikannya serta menginterpretasikannya sebagai kajian baru dalam dunia komunikasi dan dakwah. Istilah lainnya dengan sebutan studi dokumentasi yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang bersumber dari berbagai sumber.

Proses pengumpulan data dan kegiatan analisis data pada penelitian kualitatif tidak dapat dipisahkan, keduanya berjalan bersamaan. Data dalam penulisan ini pada hakikatnya berwujud kata-kata, kalimat-kalimat atau paragraph-paragraf dan dinyatakan dalam bentuk narasi yang bersifat deskripsi yang merupakan hasil pengolahan analisis data.

3. Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis kemukakan di atas, berkenaan dengan 2 hal yang menjadi fundamental dalam penulisan ini, akan diuraikan secara deskriptif dengan analisa berdasarkan tinjauan teori dan pengalaman/kenyataan/fakta yang pernah dialami.

4.1 Komunikasi Kreatif

Komunikasi sebagaimana yang secara umum diketahui adalah suatu bentuk hubungan atau kerjasama atau interaksi dari seseorang kepada orang lain dalam rangka menyampaikan sesuatu pesan dengan tujuan adanya aksi penerimaan dan

pemahaman terhadap pesan yang disampaikan tersebut hingga mempengaruhi segala perilaku atau tindakan. Komunikasi yang disampaikan bisa secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan situasi dan kondisi.

Sementara ini khalayak sering mendengar istilah komunikasi yang efektif, hal ini menggambarkan kepada hasil dari komunikasi, karena dengan adanya komunikasi dalam menuju keinginan dan akhirnya berhasil, maka itulah yang dinamakan dengan efektif.

Dalam kajian komunikasi kreatif disini, penulis lebih menekankan pada strategi atau kata kerja yang menunjukkan aktivitas yang sangat aktif, sehingga timbul kegiatan yang benar-benar nyata dalam pelaksanaannya. Manakala pada saat mengalami suatu masalah pada saat pelaksanaan aktivitas komunikasinya, ia dapat langsung secara kreatif mencari alternative strategi lain sehingga tujuan penyampaian pesan dapat berjalan lebih baik.

Adapun hal yang menjadi garis bawah dalam komunikasi kreatif ini, antara lain adalah gaya berbicara. Yang dimaksud gaya berbicara di sini adalah cara-cara membawakan diri di depan umum atau cara penampilan diri. Penampilan diri ini termasuk gerak gerik raut muka (mimik) gerak-gerak badan serta anggota (pantomimik). Hal-hal yang perlu di perhatikan seperti: pakaian, sikap badan dan cara berdiri, pandangan mata, raut muka dan tangan, sikap jiwa, suara, dan tulisan.

Aspek konsep dasar berbicara, Berbicara adalah keterampilan menyampaikan pesan melalui bahasa lisan untuk mencapai tujuan tertentu. Beberapa konsep dasar berbicara harus dipahami oleh pengajar sebelum mengajarkan berbicara kepada siswanya. Terdapat lima konsep, yakni: menyimak, pembicaraan, media, sarana, dan pembicara.

1. Penyimak

Keberhasilan berbicara, dapat dilihat dilihat pertama kali pada penyimak atau pendengar. Cara yang digunakan adalah dengan menganalisis situasi dan kebutuhan tingkat pendidikan pendengar. Dengan cara ini akan menghindarkan dari kesalahan-kesalahan dalam berbicara.

Ada beberapa bidang analisis, yakni:

- 1) Harapan dan tujuan dari orang yang berbicara
 - 2) Harapan dan keinginan/kebutuhan pendengar
 - 3) Organisasi pada umumnya dan tempat berbicara (maksudnya ketepatan dalam memulai dan menutup pembicaraan).
2. Pembicaraan

Sebelum pembicaraan berlangsung, maka pembicara seharusnya mempersiapkan apa yang akan dibicarakan, diantaranya:

- 1) Menentukan materi/topic
 - 2) Menguasai materi
 - 3) Memahami khalayak
 - 4) Memahami situasi
 - 5) Merumuskan tujuan yang jelas
3. Media dan Sarana

Pembicaraan dapat disampaikan dengan lebih menarik jika didukung dengan memberikan ilustrasi yang tepat, dan menggunakan alat bantu yang tepat. Misalnya menggunakan kaset, computer, gambar, dsb.

4. Pembicara

Pembicara adalah unsur penting yang menentukan efektifitas retorik :

- 1) Memiliki pengetahuan yang luas
- 2) Kepercayaan diri yang cukup
- 3) Berpenampilan yang sesuai
- 4) Memiliki artikulasi yang jelas
- 5) Jujur, ikhlas, kreatif dan bersemangat
- 6) Tenggang rasa dan sopan santun

Adapun gaya berbicara yang mesti harus diperhatikan juga adalah sebagai berikut :

- a. Gaya berbicara dengan gaya bahasa.
- b. Gaya berbicara dengan mimik

- c. Gaya berbicara dengan panto mimik
- d. Gaya berbicara dengan kombinasi mimik dan panto mimik
- e. Gaya berbicara dengan assesories

Hal yang mesti ada dalam proses berbicara, maka berikut ini tidak kalah pentingnya untuk lebih dipokuskan antara lain :

- a. pakaian, pandangan mata, raut muka , sikap badan,
- b. suara, senyum, berfikir, bertindak, senang, sukses.
- c. ingat nama orang penting, *elit audience* hormati orang /*elit audience* dengan tulus.

Dengan memahami gaya berbicara atau istilah lain gaya berkomunikasi ini, maka seorang komunikator atau seorang juru dakwah (da'i) dalam menyampaikan pesannya akan menjadikannya lebih kreatif sehingga pencapaian tujuan yang diinginkan bisa sesuai dengan apa yang diharapkan.

4.2 Penerapan Komunikasi Kreatif dalam berdakwah

Pertanyaan yang ringkas dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah, bagaimana melakukan komunikasi kreatif dalam berdakwah? Maka jawabannya adalah terletak pada strategi penerapan komunikasi kreatif.

Ada beberapa prinsip berbicara efektif hingga menjadi komunikasi kreatif, maka untuk dapat berbicara secara efektif di depan umum atau didalam suatu diskusi atau dalam melaksanakan dakwah Islamiyah, maka pertama-tama harus dipahami adalah prinsip-prinsipnya, antara lain :

Adapun prinsip berbicara efektif seperti:

- a. Prinsip motivasi, jika komunikator (da'i) tanpa ada motivasi, maka kemungkinan kegagalan akan terjadi.
- b. Prinsip perhatian, jika komunikator (da'i) tidak melakukan aksi perhatian, baik perhatian terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain atau sasaran dakwah, maka kualitas dari

kegiatan komunikasi dakwah itu menjadi noise (gagal)

- c. Prinsip keindraan, hal ini sangat urgen bagi seorang komunikator (da'i), indra nya sangat mendukung dalam aktivitas cara berdakwah, muka, tangan, gerakan dan lain-lain perihal keindraan sangat berkaitan erat bagi kualitas hasil komunikasi atau kegiatan dakwahnya.
- d. Prinsip pengertian, hakekatnya adalah saling pengertian dan memahami keadaan, sekuen waktu menjadi ukuran bagi seorang komunikator (da'i) dalam menyampaikan naskah materi dakwahnya.
- e. Prinsip ulangan. Ada hal yang mesti di ulang, karena mengingat betapa pentingnya perihal yang disampaikan.

Setelah memahami prinsip berbicara efektif, selanjutnya untuk melakukan berbicara yang terampil hendaknya dengan menguasai urutan berbicara

- a. Persiapan seperti halnya pengetahuan, urutan atau sistematika, alat bantu atau peraga, dan tempat.
- b. Penyajian seperti halnya pendahuluan dalam menyampaikan materi, maka hal-hal yang harus disediakan diantaranya (motivasi dan menarik perhatian, tujuan, dan lingkup). Pada bagian isinya yang harus di perhatikan adalah (kejelasan, menarik, lancar, dan tertuju). Pada tahap akhirnya yaitu bagian penutup yang berisi (ringkasan, motivasi kembali, dan harapan/saran/ajakan).
1. Pola penyajian
Selanjutnya dalam pola penyajian akan kita bahas bagaimana kita sebagai seorang yang terampil berbicara di lingkungan formal maupun non formal apabila kita di tugaskan untuk menyampaikan sebuah ceramah ataupun berpidato tanpa kita ada persiapan dan temanya telah ditentukan oleh orang lain, kita bisa

menyesuaikan pola penyajian yang akan disampaikan dengan tema yang disampaikan.

Pola-pola tersebut antara lain :

- a. Pola waktu (time order). Ceramah atau pidato yang uraiannya berpola waktu adalah suatu pembicaraan yang urutannya menggunakan waktu.
- b. Pola tempat adalah urutannya menggunakan aturan tempat.
- c. Pola sebab musabab (reasoning order) adalah pola penyajian yang urutannya menitik beratkan kepada penelusuran sebab musabab sehingga terjadi akibat.
- d. Pola pemecahan masalah (problem solving order). Pola ini digunakan bila dalam ceramah, bahan yang dibicarakan merupakan masalah yang pemecahannya diharapkan dapat diterima oleh para hadirin.
- e. Pola pokok bahasan (topical order). Pola ini digunakan untuk menguraikan suatu masalah yang merupakan suatu topic (pokok bahasan). Urutan penyajiannya adalah mengemukakan dulu keseluruhan dan selanjutnya membahas bagian-bagiannya.

Dalam melaksanakan dakwah Islamiyah, konteksnya dengan melaksanakan komunikasi yang kreatif, maka diperlukan strategi membangun komunikasi. Untuk dapat mengembangkan kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif, baik secara personal maupun professional paling tidak kita harus menguasai empat jenis keterampilan dasar dalam berkomunikasi, yaitu :

1. menulis,
2. membaca,
3. berbicara;
4. mendengar

Disadari ataupun tidak, setiap hari kita melakukan, paling tidak, satu dari keempat hal tersebut diatas dengan lingkungan kita. Seperti juga pernafasan, komunikasi sering dianggap sebagai

suatu kejadian otomatis dan terjadi begitu saja, sehingga seringkali kita tidak memiliki kesadaran untuk melakukannya secara efektif. Aktivitas komunikasi adalah aktivitas rutin serta otomatis dilakukan, sehingga kita tidak pernah mempelajarinya secara khusus, seperti bagaimana menulis ataupun membaca secara cepat dan efektif ataupun berbicara secara efektif serta menjadi pendengar yang baik.

Komunikasi merupakan keterampilan yang penting dalam hidup manusia. Unsur yang paling penting dalam berkomunikasi adalah bukan sekedar apa yang kita tulis atau yang kita katakan, tetapi karakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan tidak hanya sekedar mendengar kalimat yang disampaikan tetapi juga membaca dan menilai sikap kita. Jadi syarat utama dalam komunikasi yang efektif adalah karakter kokoh yang dibangun dari fondasi etika serta integritas pribadi yang kuat.

Tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang, betapapun unggulnya sebuah tim atau seberapapun kuatnya kasus hukum, keberhasilan tidak akan diperoleh tanpa penguasaan keterampilan komunikasi yang efektif. Keterampilan melakukan komunikasi yang efektif akan berperan besar dalam mendukung pencapaian tujuan dari seluruh aktivitas. Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif, maka kemampuan untuk mengirimkan pesan atau informasi yang baik, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik, serta keterampilan menggunakan berbagai media atau alat audio visual merupakan bagian yang sangat penting.

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting. Bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Komunikasi merupakan hal yang esensial dalam kehidupan kita. Kita semua

berinteraksi dengan sesama dengan cara melakukan komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana sampai yang kompleks, dan teknologi kini telah merubah cara manusia berkomunikasi secara drastis.

Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata yang terucap belaka, melainkan bentuk dari apa saja, misalnya interaksi, senyuman, anggukan kepala yang membenarkan hati, sikap badan, ungkapan minat, sikap dan perasaan yang sama. Diterimanya pengertian yang sama adalah merupakan kunci dalam komunikasi.

Komunikator perlu memahami setiap hambatan komunikasi, agar ia dapat mengantisipasi hambatan tersebut. Adapun hambatan-hambatan komunikasi dalam organisasi antara lain :

1. Hambatan Teknis

Keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi. Dari sisi teknologi, semakin berkurang dengan adanya temuan baru dibidang kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, sehingga saluran komunikasi dapat diandalkan dan efisien sebagai media komunikasi.

2. Hambatan Semantik

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau secara secara efektif.

Definisi semantik sebagai studi idea atas pengertian, yang diungkapkan lewat bahasa. Kata-kata membantu proses pertukaran timbal balik arti dan pengertian (komunikator dan komunikan), tetapi seringkali proses penafsirannya keliru. Tidak adanya hubungan antara Simbol (kata) dan apa yang disimbolkan (arti atau penafsiran), dapat mengakibatkan kata yang dipakai ditafsirkan sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan sebenarnya. Untuk menghindari mis komunikasi semacam ini, seorang komunikator harus memilih kata-kata yang tepat sesuai dengan karakteristik komunikannya,

dan melihat kemungkinan penafsiran terhadap kata-kata yang dipakainya.

3. Hambatan Manusiawi

Terjadi karena adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kecakapan atau ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat pancaindera seseorang, dll.

5. Kesimpulan

Berdasarkan uraian atas hasil penelitian yang berjudul “Membangun Komunikasi Efektif Dalam Dakwah Islamiyah” sebagaimana telah peneliti paparkan dalam bab-bab terdahulu, akhirnya sampailah pada kesimpulan bahwa

1. Komunikasi Kreatif adalah kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya dengan. Orang tersebut menggunakan keahlian dalam menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang dirubah menjadi suatu konsep yang berbeda, sehingga menjadi suatu yang dianggap lebih baik.
2. Dalam melaksanakan dakwah Islamiyah, konteknya dengan melaksanakan komunikasi yang kreatif, maka diperlukan strategi membangun komunikasi. Untuk dapat mengembangkan kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif, baik secara personal maupun professional paling tidak kita harus menguasai empat jenis keterampilan dasar dalam berkomunikasi, yaitu :
 1. menulis,
 2. membaca,
 3. berbicara;
 4. mendengar

Daftar Pustaka

- Amrullah, A. 1983. *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Prima Duta. hal 2.
- Effendy, O. U. 1999. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasmy, A. D. 1997. *Dakwah menurut al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang. hal. 18.
- Kholili, M. 1991. *Pokok-Pokok Pikiran Tentang Psikologi*. Yogya: UD. Rama. hal. 66.
- Lestari G, Endang, Maliki, M.A. 2003. *Komunikasi yang Efektif. Lembaga Administrasi Negara*. Jakarta.
- Mulyana, D. 2010, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noor, F. M. 1981. *Dinamika dan Akhlak Dakwah*. Surabaya: Bina Ilmu. hal.29.
- Rais, A. 1991. *Cakrawala Islam*. Bandung: Mizan. hal 26.
- Rubiyannah, M.A dan Masturi, M. A. 2010. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Ciptat: Lembaga Penelitian UIN
- <https://www.satujam.com/pengertian-kreatif/> [23 Mei 2017]