

**SKRIPSI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI MUHAFFIDZ DENGAN SANTRI DALAM**  
**MENINGKATKAN KEBERHASILAN PROGRAM *TAHFIDZ QUR'AN* SELAMA**  
**PANDEMI *COVID-19*: Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok**  
**Bermedia (*Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group***  
***Communication*)**

**(Studi Pada Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah Kab. Gowa)**

**Disusun dan diajukan oleh**

**A. ANUGRAH**

**E31114515**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**

**2021**

**STRATEGI KOMUNIKASI MUHAFFIDZ DENGAN SANTRI DALAM MENINGKATKAN  
KEBERHASILAN PROGRAM TAHFIDZ QUR'AN SELAMA PANDEMI COVID-19:  
Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok Bermedia (*Mediated  
Interpersonal Communication and Mediated Group Communication*)**

**(Studi Pada Karantina Tahfidz Nasional Darul Istiqamah Kab. Gowa)**

**oleh**

**A. ANUGRAH**

**E31114515**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Departemen Komunikasi

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2021**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI *MUHAFIDZ* DENGAN SANTRI DALAM  
MENINGKATKAN KEBERHASILAN PROGRAM *TAHFIDZ QUR'AN* SELAMA  
PANDEMI *COVID-19*: Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok  
*Bermedia (Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group Communication)*

Andi Anugrah

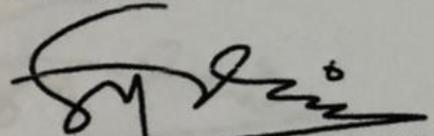
E311 14 515

Telah dipertahankan di hadapan panitia ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin pada tanggal.....

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui.

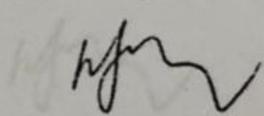
Pembimbing Utama



Dr. Syamsuddin Aziz, M.Phil, P.hD

NIP. 196304251993031003

Pembimbing Pendamping



Andi Subhan Amir, S.Sos M.Si

NIP. 197705252003121003

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Dr. H. M. Juhul Sultan, M.Si.

NIP. 196312101991031004

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : A. Anugrah  
Nim : E31114515  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

STRATEGI KOMUNIKASI *MUHAFIDZ* DENGAN SANTRI DALAM  
MENINGKATKAN KEBERHASILAN PROGRAM *TAHFIDZ QUR'AN* SELAMA  
PANDEMI *COVID-19*: Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok  
*Bermedia (Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group  
Communication)*

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Makassar, 03 Januari 2021

Yang menyatakan



A. Anugrah

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. yang Maha Suci, Maha Agung lagi Maha Mengetahui segalanya, karena atas rahmat hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun dan diselesaikan dalam rangka memenuhi salah satu syarat menempuh ujian skripsi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin (UNHAS). Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. serta para sahabat, keluarga, dan para pengikutnya.

Skripsi ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI MUHAFFIDZ DENGAN SANTRI DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN PROGRAM TAHFIDZ QUR’AN SELAMA PANDEMI COVID-19: Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok Bermedia (Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group Communication)”, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, baik berupa isi, penafsiran, ataupun dari segi bahasa. Skripsi ini merupakan karya akademik penulis dengan melibatkan banyak pihak yang memberikan kontribusinya, baik yang bersifat materil maupun moril. Dalam hal ini, penulis banyak menemukan hambatan dalam penyelesaian skripsi ini. Alhamdulillah berkat bimbingan, petunjuk, dan bantuan berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan. Karena keterbatasan yang dimiliki penulis, masukan pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, A. Muh. Amir dan Almarhumah St. Rahmatiah dan Kedua mertua tercinta Andi Alamsyah dan Andi Niswati yang selalu memberikan dukungan dan doanya selama ananda melakukan proses

penyusunan skripsi. Terima kasih atas perjuangan bapak dan ibu selama ini untuk terus memberikan semangat dan motivasi kepada ananda , sehingga Ananda masih bisa terus melanjutkan pendidikan.

2. Keempat saudaraku, A. Arianti, S.Pd.I, A. Harjono, S.Sos, Almarhum A. Sofyan, A. Arfan S.E Terima Kasih atas keteladanan, motivasi, dan dukungan yang telah diberikan.
3. Adinda tersayang Andi Nilam Nurazizah, Terima Kasih tak terhingga atas kesabaran, ketulusan, cinta dan pengorbanan dalam mendampingi proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A. selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya yang telah memberikan perhatian dan fasilitas kepada ananda untuk membantu kelancaran studi.
5. Bapak Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si. sebagai Ketua Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UNHAS beserta segenap dosen yang telah sabar serta ikhlas mengajar, memberikan arahan, motivasi kepada saya dan karyawan yang banyak memberikan pelayanan dalam menyelesaikan studi.
6. Bapak Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil, Ph.D. dan Bapak Andi Subhan Amir, S.Sos M.Si sebagai pembimbing dalam penelitian ini, dengan tulus dan penuh pengertian membimbing penulis dalam mengatasi berbagai kesulitan sehingga skripsi ini bisa dirampungkan.
7. Ust. Muthahhir Arif, Lc., M.Pd selaku Direktur Karantina Tahfidz Nasional beserta jajaran yang memberikan motivasi, arahan dan bantuan pemikiran sampai pada penyelesaian skripsi.

8. KOSMIK (Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unhas) terima kasih telah memberikan ilmu sangat berharga kepada saya, khususnya saat pertama kali mengenal dunia kampus.
9. Teman-teman FUTURE 2014, terima kasih telah menjadi teman kuliah, diskusi, dan berbagi suka duka selama beberapa tahun terakhir. Semoga kelak kita bisa sukses dan saling mengingat satu sama lain.
10. Sahabat yang selalu menemani, membantu, memberi semangat dan nasehat kepada saya, Azizul Hakim Mansyur S.Sos, Ahmad Zulfikar S.Sos, Muhammad Azwan S.Sos, Muhammad Adhan Aksan S.E dan Agustianto. Terima kasih sahabat, semoga kelak kita semua bisa sukses tanpa saling melupakan.
11. Teman-teman LDM Al-Aqsho Unhas, telah memberikan ilmu dan pengalaman dalam bidang keagamaan. Beruntung bertemu orang-orang baik dan luar biasa banyak memberi inspirasi.
12. Sahabat posko KKN Gel 100 Kelurahan Bontojaya, Kabupaten Bantaeng. Tirta, Hedar, Agung, Andy, Fatma, Pila, Indar, Atika. Terima Kasih atas kebersamaan dan kerjasamanya, Sungguh menyenangkan mengenal kalian.
13. Akhirnya, kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya. Seluruh amal baik tersebut sangat banyak dan besar artinya bagi penulis, dan semoga Allah Swt memberikan pahala yang berlipat ganda disisi-Nya. *Āmin ya Rabbal 'Ālamin.*

Makassar, 03 Januari 2021  
Yang Menyatakan

A. Anugrah

## ABSTRAK

### **A. Anugrah. Strategi Komunikasi *Muhaffidz* Dengan Santri Dalam Meningkatkan Keberhasilan Program *Tahfidz Qur'an* Selama Pandemi *Covid-19*: Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok Bermedia (*Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group Communication*).**

(Dibimbing oleh Syamsuddin Aziz dan Andi Subhan Amir).

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui perencanaan dan penerapan komunikasi antarpersona bermedia antara *Muhaffidz* dengan santri dalam meningkatkan keberhasilan program *Tahfidz Qur'an* selama pandemic covid-19, (2) Untuk mengetahui komunikasi kelompok bermedia yang dibangun oleh *Muhaffidz* dalam meningkatkan keberhasilan program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*, (3) Untuk mengetahui pencapaian program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*.

Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teori Manajemen strategi oleh Fred menjadi pedoman dalam membantu penulis untuk melihat Strategi Komunikasi *Muhaffidz* Dengan Santri Dalam Meningkatkan Keberhasilan Program *Tahfidz Qur'an* Selama Pandemi *Covid-19*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi bermedia *Muhaffidz* yang diterapkan di Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah yaitu membuat target hafalan untuk seluruh santri, membuat jadwal kegiatan harian dengan melakukan pengontrolan penuh dengan menggunakan media zoom dan whatsapp, menerapkan metode yadain serta memberikan motivasi kepada santri sehingga mereka dapat mencapai target hafalannya. Pola komunikasi kelompok bermedia yang *Muhaffidz* gunakan ada dua, yaitu Pola Roda dan pola komunikasi bintang dengan menggunakan media *Zoom*. Pencapaian santri dalam program *tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19* dianggap berhasil, karena santri yang *khatam Al-Qur'an* mencapai 80% yaitu 56 santri berhasil khatam dari total 71 santri yang mengikuti program tersebut.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Muhaffidz*, Santri, *Covid-19*

## ABSTRACT

### **A. Anugrah. Muhaffidz Communication Strategies with Santri in Improving the Success of the Tahfidz Qur'an Program during the Covid-19 Pandemic: An Interpersonal Communication Approach and Media Groups (Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group Communication).**

*(Supervised by Syamsuddin Aziz and Andi Subhan Amir).*

The objectives of this study are: (1) To determine the planning and implementing mediated of interpersonal communication between Muhaffidz and students (*santri*) for increasing the success of the Tahfidz Qur'an program during the Covid-19 pandemic; (2) To find out mediated group communication built by Muhaffidz for increasing the success of the Tahfidz Qur'an program during the Covid-19 pandemic; (3) To determine the achievement of the Tahfidz Qur'an program during the Covid-19 pandemic.

The research method employed in this study is a descriptive qualitative research approach. The concept of communication strategy by Fred was applied to understand how Muhaffidz Communication Strategy applied for the program to achieve the goal determines by the Tahfidz Qur'an Program during the Covid-19 Pandemic.

This research found that The Muhaffidz strategy of mediated interpersonal and group implemented by the Karantina Tahfidz Nasional Darul Istiqamah to make memorization targets for all students and schedules of daily activities and carried out full supervision using zoom's media and WhatsApp, apply the yadain method and provides motivation to students so that they can achieve their memorization targets and the strategies they implemented could run quite well. There are two patterns of mediated group communication applied by Muhaffidz namely the Wheel Pattern and the star communication pattern in which all these patterns used Zoom meeting platform. The achievements of students in the qur'an tahfidz program during The covid-19 pandemic was considered successful because the participants who could memorised Qur'an reached 80% which are 56 students of the total 71 students who took part in this program.

Keywords: Communication Strategy, Muhaffidz, Santri, covid-19

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR. ....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah. ....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4 Kerangka Konseptual .....	7
1.5 Definisi Konseptual .....	18
1.6 Metode Penelitian. ....	19

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Strategi Komunikasi.....	23
2.2 Komunikasi Antrapersona .....	26
2.3 Elemen Elemen Komunikasi Antarersona .....	29
2.4 Komunikasi Kelompok. ....	40
2.5 Komunikasi Antrapersona Bermedia.....	50
2.6 Muhaffidz.....	55
2.7 Santri .....	60

## DAFTAR ISI

3.1 Sejarah Karantina Tahfidz Nasional Darul Istiqamah.....	62
3.2 Visi dan Misi Karantina Tahfidz Nasional Darul Isiqamah. ....	66
3.3 Struktur Pembinaan.....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian... ..	68
4.2 Perencanaan dan penerapan komunikasi antarpersona bermedia antara <i>Muhaffidz</i> dengan santri dalam meningkatkan keberhasilan program <i>Tahfidz</i> <i>Qur'an</i> selama pandemi <i>covid-</i> <i>19</i> .....	70
4.3 Komunikasi kelompok bermedia yang dibangun oleh <i>Muhaffidz</i> dalam meningkatkan keberhasilan program <i>Tahfidz Qur'an</i> selama pandemi <i>covid-</i> <i>19</i> .....	82
4.4 Pencapaian santri dalam program tahfidz <i>Qur'an</i> selama pandemi <i>Covid-19</i> dilaksanakan.....	83
4.5 Pembahasan.....	85
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan... ..	89
5.2 Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Muhaffidz</i> Karantina Tahfidz Nasional Darul Istiqamah .....	2
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 3.1 Struktur Pembinaan.....	67
Gambar 4.1 Pemberian motivasi oleh Direktur Karantina Tahfidz Nasional ....	77
Gambar 4.2 Proses pemberian motivasi oleh <i>Muhaffidz</i> Karantina Tahfidz Nasional Darul Istiqamah kepada santri .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Informan.....	70
Tabel 4.2 Perencanaan Target Hafalan.....	73
Tabel 4.3 Kegiatan Harian.....	74
Tabel 4.4 Jumlah perolehan hafalan perjuz.....	85

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Semenjak wabah *Covid-19* menyebar di Indonesia, pemerintah menerapkan aturan *social* dan *physical distancing* (jaga jarak sosial dan fisik). Semenjak ditetapkannya aturan tersebut, kegiatan berbasis *online* (daring) menjadi keharusan dan tren di masyarakat. *Work from Home* (WFH) hingga belajar dari rumah pun dilakukan dengan memanfaatkan berbagai teknologi berbasis internet. Hal ini menyebabkan berkurangnya komunikasi secara langsung yang kemudian digantikan dengan menggunakan media daring tersebut.

Dalam konteks tersebut, komunikasi menjadi faktor yang sangat penting dalam menunjang kehidupan sehari-hari. Komunikasi sendiri adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya. Ini semakin menegaskan bahwa komunikasi menjadi faktor yang penting dalam kehidupan manusia sebagai proses berinteraksi dan bertukar informasi antara satu individu dengan individu lainnya. Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara verbal, non verbal, langsung dan tidak langsung.

Salah satu dampak penerapan *social* dan *physical distancing* juga berimbas kepada aktivitas komunikasi yang terjadi dipendidikan agama seperti pesantren, terutama antara *Muhaffidz* dan santri. Begitupun halnya yang terjadi di Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah yang terletak di Desa Taeng Kab. Gowa, Sulawesi Selatan. Karantina *Tahfidz* Nasional adalah

sebuah lembaga yang bergerak di bidang pendidikan *Al-Qur'an* khususnya program Hafal *Al-Qur'an*, berdasarkan data dari Karantina *Tahfidz* Nasional Pusat yang berada di Kab. Kuningan Jawa Barat lembaga ini telah meluluskan alumni sampai saat ini sebanyak 10.550 *Hafidz & Hafidzah* dalam 5 tahun terakhir (2015-2020) yang tersebar luas di berbagai daerah baik dalam maupun luar negeri dan sudah mempunyai 90 cabang/mitra yang tersebar di berbagai tempat dan salah satunya terletak di Desa Taeng Kab. Gowa, Sulawesi Selatan. *Muhaffidz* yang merupakan orang tua bagi para santri selama di Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah sangat berpengaruh terhadap perkembangan pembelajaran para santri. Hal ini juga berlaku bagi *muhaffidz* di pesantren-pesantren yang berbasis agama Islam, dimana komunikasi seorang *muhaffidz* akan mempengaruhi santri terutama dalam menghafal *Al-Quran*. Karena selayaknya guru dan santri pada umumnya, *muhaffidz* dituntut untuk dapat memahami dan mengerti santri.

**Gambar 1.1** *Muhaffidz* Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah



Sumber : Dokumen Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah

Dengan bertambahnya kesadaran dan antusias masyarakat dalam menghafal *Al-Qur'an*, harus diiringi dengan meningkatnya kualitas hafalan *Al-Quran* itu sendiri. Khususnya memotivasi mereka agar tetap istiqamah dalam menghafal *Al-Qur'an*. Yang dimaksud menghafal *Al-Quran* bukan hanya menghafal ayat *Al-Qur'an* yang belum dihafalnya tetapi juga menjaga hafalan yang sudah dihafalnya jangan sampai terlupakan. Karena sebagaimana santri ketika di kelas, di antara santri penghafal *Al-Qur'an* pun selalu ada santri yang kurang termotivasi, sampai tidak pernah menyetorkan hafalan, menyetor dalam pengertian ini adalah dimana santri menyetorkan hafalan yang sudah dihafalkannya kepada *Muhaffidz*, dengan alasan tidak suka dengan *muhaffidz* nya atau kurang cocok, ada juga yang mengalami kemunduran dalam menghafal *Al-Quran*, dalam konteks ini yang dimaksud kemunduran adalah menurunnya progres santri dalam menyetorkan hafalan dan hal itu bisa terjadi karena sedang ada masalah, seperti adanya rasa jenuh, khawatir dan takut tidak bisa menjaga hafalannya. Hal seperti ini sering menimpa para penghafal *Al-Quran* termasuk penghafal di pondok pesantren, seperti yang terjadi di Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah Kab. Gowa.

Di antara penyebab lainnya bisa juga dikarenakan kurangnya keterbukaan antara *muhaffidz* dan santri sehingga santri yang sedang menurun motivasi menghafal *Al-Qurannya* tidak pernah terbuka. Untuk santri yang sedang mengalami penurunan dalam hal motivasi ataupun semangat maka *Muhaffidz* melakukan pendekatan secara perorangan atau individu. Diantara

hal yang dapat dilakukan *muhaffidz* untuk meningkatkan semangat santri dalam menghafal *Al-Quran* yaitu memberikan santri pujian, memahami apa yang sedang dialami oleh santri, memahami keinginan santri dalam menghafal *Al-Quran*, dan yang lainnya. Selain itu, lingkungan yang kondusif untuk menghafal *Al-Quran* juga dukungan dari orang tua, teman, dan *Muhaffidz* itu sendiri dapat membantu meningkatkan motivasi santri dalam menghafal *Al-Quran*.

Dengan hal ini *muhaffidz* diharapkan mampu untuk mengatasi masalah santri dalam proses menghafal *Al-Quran*, misalnya dengan memberikan motivasi kepada para santri yang mulai terlihat kurang bersemangat. Berbeda dengan guru di pesantren, dimana *muhaffidz* hanya berusaha membantu meningkatkan motivasi dalam menghafal *Al-Quran* dan mencari tahu penyebab menurunnya motivasi dan hal-hal yang berhubungan dengan *tahfidz* dan keputusan berada di tangan santri, apakah santri bersedia untuk meningkatkan motivasinya atau tidak tergantung pembukaan diri yang dilakukan santri dikarenakan kebersamaan *muhaffidz* dengan santri di Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah hanya sekitar 1 bulan, sedangkan guru yang berada di pesantren akan terus membantu permasalahan santri secara umum dan selama santri tersebut masih berstatus santri di pesantrennya. Tetapi hal ini memungkinkan mereka tidak bisa menjalankan program yang telah ditetapkan karna semua santri di Karantina *Tahfidz* Nasional Kab. Gowa dipulangkan agar tetap aman dari Virus *Corona*. Hal ini menyebabkan tidak adanya pertemuan secara langsung antara *Muhaffidz*

dengan santri sehingga munculnya hambatan dalam meningkatkan motivasi dan semangat santri dalam menghafal. Walaupun demikian selama dua bulan ini ternyata mereka tetap menjalankan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah bahwa pada angkatan sebelumnya dari 66 orang Santri ada 19 orang santri yang tidak berhasil dan menurut *Muhaffidz* hal itu disebabkan diantaranya menurunnya motivasi dari santri tersebut, akan tetapi dari 66 orang santri ada sebanyak 47 orang santri yang berhasil khatam, maka program ini dianggap berhasil dengan kondisi pandemi.

Oleh karna itu peneliti mencoba mengkaji lebih jauh strategi yang dibangun *Muhaffidz* sehingga program *tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19* tetap dilaksanakan dengan pencapaian 80% santri berhasil khatam. *Untuk dapat memahami lebih komprehensif strategi tersebut peneliti akan menerapkan pendekatan komunikasi antarpersona dan kelompok bermedia (Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group Communication).*

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti memfokuskan pokok masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana perencanaan dan penerapan komunikasi antarpersona bermedia antara *Muhaffidz* dengan santri dalam meningkatkan keberhasilan program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*?

2. Bagaimana pola komunikasi kelompok bermedia yang dibangun oleh *Muhaffidz* dalam meningkatkan keberhasilan program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*?
3. Bagaimana Pencapaian santri dalam program tahfidz Qur'an selama pandemi *Covid-19* dilaksanakan?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan

1.3.1.1 Untuk mengetahui perencanaan dan penerapan komunikasi antarpersona bermedia antara *Muhaffidz* dengan santri dalam meningkatkan keberhasilan program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *covid-19*.

1.3.1.2 Mengetahui komunikasi kelompok bermedia yang dibangun oleh *Muhaffidz* dalam meningkatkan keberhasilan program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *covid-19*.

1.3.1.3 Mengetahui pencapaian program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *covid-19*.

#### **1.3.2 Manfaat penelitian**

##### 1.3.2.1 Manfaat akademis

1.3.2.1.1 Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan masukan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan kajian ilmu komunikasi, mengenai

penerapan strategi komunikasi antar persona dan kelompok bermedia dalam program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *covid-19*.

1.3.2.2 Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai bahan informasi dan referensi bagi yang membutuhkan mengenai penerapan strategi komunikasi antar persona dan kelompok bermedia dalam program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*.

#### 1.3.2.2 Manfaat praktis

1.3.2.2.1 Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat berguna sebagai sumber rujukan mengenai penerapan strategi komunikasi antar persona dan kelompok bermedia dalam program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*.

1.3.2.2.2 Bagi pesantren, sebagai bahan masukan mengenai penerapan strategi komunikasi antar persona dan kelompok bermedia dalam program *Tahfidz Qur'an* selama pandemi *Covid-19*.

## 1.4 Kerangka Konseptual

### 1.4.1 Strategi Komunikasi

Pengertian strategi komunikasi menurut pendapat (Joseph Devito, 2013) Strategi komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi. Tentu hal itu

juga diimbangi dengan komunikasi yang baik. Adapun tujuan dari strategi itu dibuat menurut (Liliweri, 2011:248) adalah:

#### 1.4.1.1 Memberitahu (*announcing*)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah untuk memberitahu tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information on quality*). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting. Sehingga pihak *icepot* (produk es yang disajikan dalam pot) sebisa mungkin memberitahu informasi utama dari isi kampanyenya yaitu membantu pelestarian lingkungan dengan membuang sampah *icepot* pada tempatnya. Melalui bantuan media cetak dan media sosial dengan tambahan gambar-gambar yang menarik.

#### 1.4.1.2 Memotivasi (*motivating*)

Penyebaran informasi harus diusahakan agar informasi yang disebarkan dapat memotivasi masyarakat untuk peduli. Tidak hanya mendapatkan *ice cream* yang enak, namun masyarakat ikut berkontribusi mengurangi sampah atau limbah kemasan makanan atau minuman. Maka dibuatlah pot yang beraneka ragam warna yang menarik sebagai wadah *icecream* yang dapat digunakan kembali sebagai media tanam.

#### 1.4.1.3 Mendidik (*educating*)

Memberikan pendidikan kepada masyarakat bahwa pot yang digunakan sebagai wadah atau kemasan *icecream* dapat digunakan sebagai media untuk menanam menurut.

#### 1.4.1.4 Penyebaran Informasi (*informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual.

#### 1.4.1.5 Mendukung Pembuat Keputusan (*supporting decision making*)

Dalam rangka membuat keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuat keputusan.

### **1.4.2 Komunikasi Antarpribadi Bermedia (*Mediated Interpersonal Communication*)**

Adapun pengertian komunikasi antarpribadi bermedia internet, menurut (Pixy Ferris, 1997 ), yaitu “interaksi antarpribadi yang dihubungkan oleh komputer melalui media internet di mana pengirim dan penerima pesan dalam berinteraksi tidak berada pada

tempat dan waktu yang sama, pesan tetap sampai kepada sasaran yang dituju.

Komunikasi antarpribadi bermedia internet merupakan salah satu kemajuan yang dicapai dalam teknologi komunikasi baru. Menurut (John Robert Baldwin, 2004:246), teknologi komunikasi baru didefinisikan sebagai “metode baru dalam penyimpanan, penyampaian, dan penerimaan informasi yang meliputi bentuk informasi apa pun dari teknologi digital seperti *World Wide Web*, *chat rooms*, *whatsapp*, *zoom*, *google meet* bahkan radio dan televisi satelit”.

Menurut para peneliti komunikasi bermedia, *Social media* digunakan baik untuk berkomunikasi antar pribadi maupun komunikasi massa, sehingga komunikasi bermedia mampu mengubah fungsi komunikasi massa yang telah ada. Dengan menambah empat fungsi media massa, yaitu: menginformasikan, menjelaskan, menghibur, dan transmisi budaya, komunikasi bermedia secara mendasar digunakan untuk interaksi sosial menurut (John Robert Baldwin, 2004:248).

Komunikasi *interpersonal* di internet merujuk pada komunikasi melalui pesan antara dua orang. Malahan penggunaan utama dari internet adalah untuk mengirim dan menerima *e-mail*. Orang-orang berkomunikasi secara *online*, lalu mereka berbicara; bercanda; mereka mengekspresikan diri satu sama lain melalui internet. Hubungan tersebut tercipta dan akan terjaga secara *online*. Para murid dan guru-guru berinteraksi secara elektronik pada

komunitas Komunikasi virtual adalah wadah orang-orang untuk berkumpul bersama, untuk saling berbagi pada lingkungan *online*, dan untuk merasakan keinginan untuk berkumpul atau bersatu. Walaupun pengguna internet bisa saja tersebar luas secara fisik, namun mereka merasa dekat.

Adapun peran media terhadap efektivitas komunikasi *interpersonal* atau komunikasi antarpribadi di antaranya adalah sebagai berikut.

#### 1. Menguatkan hubungan *interpersonal*

Membangun hubungan *interpersonal* adalah fungsi komunikasi antarpribadi atau komunikasi *interpersonal*. Media sosial berperan penting dalam membangun dan menguatkan hubungan *interpersonal* dalam komunikasi antarpribadi karena media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk secara konsisten berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Melalui media sosial, pengguna dapat tetap dapat merasakan kehadiran orang yang diajaknya berbicara. Meskipun ada keterbatasan dalam konteks komunikasi nonverbal, namun hal ini diatasi dengan adanya emoticon yang menggambarkan perasaan dari masing-masing partisipan komunikasi. Selain *emoticon*, hal lain yang merefleksikan petunjuk nonverbal adalah “*like*” atau “suka” dan “*follow*” atau “ikuti” yang terintegrasi di berbagai platform media sosial dan *mobile operating system*.

#### 2. Meningkatkan rasa percaya

Dari perspektif psikologi komunikasi, percaya adalah mengandalkan perilaku orang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, yang pencapaiannya tidak pasti dan penuh dengan resiko. Ketika berkomunikasi melalui media sosial, orang lebih cenderung untuk percaya pada orang yang diajak bicara meskipun orang tersebut orang baru dikenalnya. Karena itu, pesan-pesan yang disampaikan pun menjadi lebih terbuka. Dengan lebih terbuka, orang-orang dapat membicarakan apapun. Bahkan tak jarang, orang-orang yang berniat tidak baik memanfaatkan keadaan ini untuk tujuan yang tidak baik. Berbagai kasus kejahatan yang terjadi akibat bertemu dengan orang yang baru dikenal melalui media sosial berawal dari hal-hal seperti ini.

### 3. Menguatkan sikap terbuka

Pengaruh *self-disclosure* dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi *interpersonal* sangat besar tak terkecuali yang dilakukan melalui media sosial. Seperti buku harian, media sosial menjadi media dimana orang dapat mengeluarkan seluruh isi hatinya tanpa batas kepada orang lain. Tidak hanya terkait dengan hal-hal pribadi, sikap terbuka juga terkait dengan hal-hal seperti sikap politik, pemikiran, dan lain-lain. Dengan bersikap terbuka, orang dapat menilai pesan secara obyektif dan tidak mudah termakan *hoaks*, memandang perbedaan sebagai pengetahuan dan pengayaan diri, dan lain-lain.

#### 4. Meningkatkan rasa empati

Empati mengacu pada kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi orang lain. Media sosial dengan kemampuannya menjangkau khalayak yang lebih luas dengan cepat dan mudah di akses oleh siapapun dan dimanapun, dapat meningkatkan rasa empati orang banyak. Misalnya, berita mengenai aktivis yang kabarnya dikeroyok hingga lebam-lebam kemudian berita tersebut diviralkan maka orang banyak pun akan mengetahui dan berempati terhadap apa yang dialami oleh aktivis tersebut.

#### 5. Memberikan Motivasi

Media sosial juga berperan dalam memberikan motivasi kepada orang lain. Dalam komunikasi, sikap mendukung ini mengandung makna bukan mengevaluasi melainkan menggambarkan apa yang menjadi pikiran dan pendapat seseorang terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh orang lain. Bentuk dukungan ini biasanya ditunjukkan dengan cara menghindari memberikan tuduhan, penilaian negatif, evaluasi negatif, dan menunjukkan sikap kemauan untuk mendengar orang lain (Ambar, 2015).

Komunikasi antarpribadi melibatkan semua pikiran yang berbeda cara berkomunikasi individu, ide-ide, perasaan, dan keinginan kepada orang lain atau sekelompok orang. Komunikasi *Muhaffidz* dan santri merupakan proses pengiriman pesan antar *Muhaffidz* dan santri yang berlangsung

secara tatap muka menggunakan media dan dua arah, disertai adanya niat dari kedua belah pihak, dimana keduanya berperan sebagai pembicara dan mendengar secara bergantian sehingga menimbulkan efek tertentu berupa respon dan umpan balik (*feedback*).

Dengan adanya respon atau umpan balik menandakan komunikasi antarpribadi yang digunakan berarti efektif, menurut (Devito, 1997:259-264) menjelaskan mengenai ciri komunikasi antarpribadi yang efektif yaitu:

1. Keterbukaan (*Openness*)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, komunikator antarpribadi yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Kedua, mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Ketiga, menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan ia bertanggung jawab atasnya.

2. Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain dalam suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain, melalui kacamata

orang lain. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal.

### 3. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan antarpribadi yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

### 4. Sikap Positif (*Positiveness*)

Seseorang harus memiliki sikap positif dalam dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

### 5. Kesetaraan (*Equality*)

Yaitu adanya pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan membuat seorang individu memberikan penghargaan positif kepada individu lain.

### 1.4.3 Komunikasi Kelompok.

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, santri komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

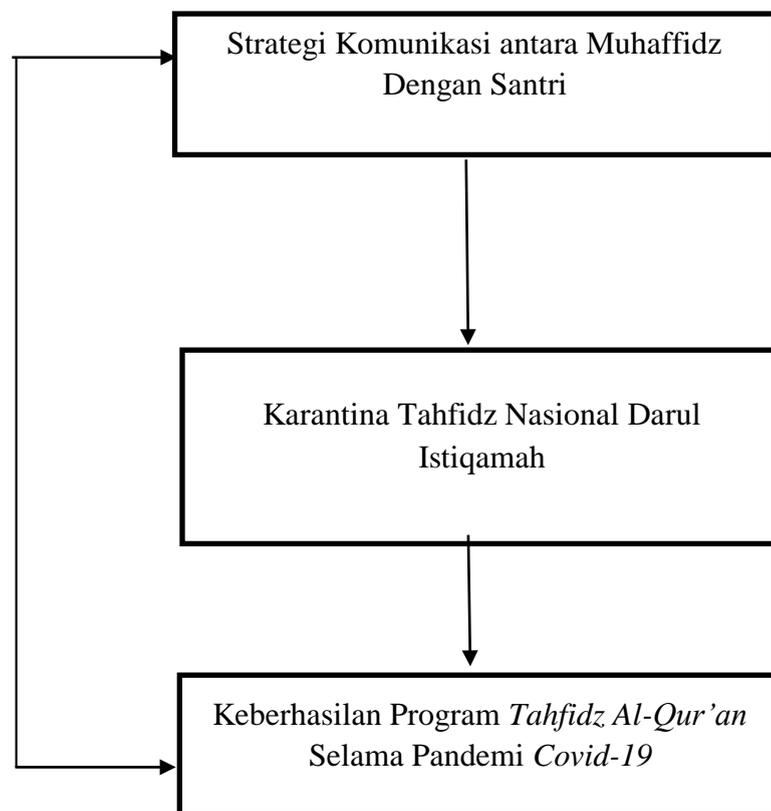
## 1. Hambatan komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan lambang yang mengandung arti, baik berupa informasi, pemikiran, pengetahuan dan lainnya, dari komunikator ke komunikan. Komunikasi merupakan faktor yang penting dalam hubungan antarpribadi (Walgito, 2010). (Lunandi, 1992) menyatakan bahwa komunikasi adalah kegiatan menyatakan suatu gagasan dan menerima umpan balik dengan cara menafsirkan pernyataan tentang gagasan dan pernyataan orang lain. Komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan, tetapi ada umpan balik dari pesan yang disampaikan. Menurut Tubss dan Moss (dalam Mulyana, 2005), komunikasi dikatakan efektif apabila orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya atau komunikasi dinilai efektif apabila rangsangan yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. (Effendy, 2003) menyatakan bahwa beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidaklah mungkin seseorang melakukan komunikasi yang sebenar benarnya efektif.

Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Segala sesuatu yang menghalangi kelancaran komunikasi disebut sebagai gangguan (*noise*). (DeVito, 2009) menyatakan bahwa hambatan komunikasi memiliki pengertian bahwa segala sesuatu yang dapat mendistorsi pesan, hal apapun yang menghalangi

penerima menerima pesan. Dari pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa hambatan komunikasi adalah segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu pesan dari individu kepada individu yang lain yang disebabkan oleh faktor lingkungan maupun faktor fisik dan psikis dari individu itu sendiri.

**Gambar 1.2** Kerangka Konseptual



### 1.5 Definisi Konseptual

Untuk menyamakan persepsi dalam penelitian ini, maka penulis memberikan definisi konseptual sebagai berikut:

1. Pengertian strategi komunikasi menurut pendapat Joseph Devito Strategi

komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi (Joseph Devito, 2013).

2. Komunikasi Antarpribadi Bermedia: Adapun pengertian komunikasi antarpribadi bermedia, menurut (Pixy Ferris, 1997), yaitu “interaksi antarpribadi yang dihubungkan oleh komputer melalui media internet di mana pengirim dan penerima pesan dalam berinteraksi tidak berada pada tempat dan waktu yang sama, pesan tetap sampai kepada sasaran yang dituju.
3. Komunikasi Kelompok: Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya
4. *Muhaffidz*: *Muhaffidz* adalah orang yang bertugas menstimulasi semangat santri agar bisa lebih yakin sehingga mau berinteraksi dengan *Al-Qur'an* baik dengan cara belajar membacanya, mengamalkannya, dan menghafalkan dengan semua proses berdasarkan bimbingan.
5. Santri: Santri secara umum adalah sebutan bagi seseorang yang mengikuti pendidikan agama Islam di pesantren, biasanya menetap di tempat tersebut hingga pendidikannya selesai.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Tipe Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat

populasi atau objek tertentu. Selain itu penelitian deskriptif digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik pada bidang tertentu.

### **1.6.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah *Muhaffidz*, dan yang menjadi objek penelitian ini adalah komunikasi *Muhaffidz* dengan santri terhadap keberhasilan Program *Tahfidz Al-Qur'an* selama Pandemi *Covid-19*.

### **1.6.3 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dari bulan 7 Agustus sampai 10 Oktober 2020. Adapun tempat penelitiannya Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah Kab. Gowa.

### **1.6.4 Teknik Penentuan Informan**

Dalam menentukan informan peneliti menggunakan teknik *purposif sampling*, yaitu memilih informan melalui seleksi atas dasar kriteria-kriteria yang tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah :

#### **1.6.4.1 Muhaffidz**

*Muhaffidz* merupakan orang yang menerima hafalan para santri yang ada di Karantina *Tahfidz* Nasional Darul Istiqamah dan juga mengawasi para santri.

## 1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

### 1.6.5.1 Data Primer

#### 1.6.5.1.1 Wawancara

Wawancara, yaitu melakukan proses tanya jawab yang mendalam kepada informan yang di teliti untuk memperoleh informasi secara langsung dengan lebih akurat mengenai permasalahan yang diteliti.

#### 1.6.5.1.2 Observasi *Online*

Pada hakikatnya, observasi *online* sama dengan observasi lainnya. Perdebatan mengenai observasi *online* berputar pada isu kehadiran fisik peneliti yang dianggap berbeda dengan kehadiran melalui media. Validitas observasi *online* sangat tergantung pada tema., untuk Strategi Komunikasi *Muhafiddz* Dengan Santri Dalam Meningkatkan Keberhasilan Program *Tahfidz Qur'an* Selama Pandemi *Covid-19*: Suatu Pendekatan Komunikasi Antarpersona dan Kelompok Bermedia (*Mediated Interpersonal Communication and Mediated Group Communication*) menggunakan observasi *online* adalah sebuah keharusan.

#### 1.6.5.2 Data Sekunder

Merupakan metode pengumpulan data yang diambil dari sumber kedua atau sekunder. Data diperoleh melalui berbagai macam dokumen untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data primer. Dokumen-dokumen tersebut dapat berupa bahan bacaan, hasil penelitian, dan literatur buku, majalah atau jurnal yang terdapat di perpustakaan, internet atau instansi lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### 1.6.6 Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini merujuk pada prinsip-prinsip penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan model *Miles & Huberman*: Data hasil observasi, studi pustaka dan wawancara yang mendalam dengan informan dikumpulkan lalu di pelajari dan telaah. Setelah di pelajari dan ditelaah selanjutnya data di reduksi (diseleksi, digolongkan, dirangkum, dan membuang data yang tidak diperlukan). Data hasil reduksi kemudian disajikan dengan mengacu pada rumusan masalah yang dijadikan sebagai pertanyaan penelitian sehingga data yang tersaji adalah deskripsi dari permasalahan yang ingin dikemukakan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Strategi Komunikasi**

Strategi secara etimologi berasal dari kata majemuk bahasa Yunani, yakni *Stratos* yang berarti pasukan dan kata *agein* yang berarti memimpin. Jadi strategi berarti perihal memimpin pasukan. Ilmu strategi adalah ilmu tentang memimpin pasukan. Konteks awalnya, strategi diartikan sebagai *generalship* atau suatu yang dilakukan oleh para jenderal dengan membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan menaklukkan peperangan. Sehingga tidak mengherankan jika konsep strategi kerap melekat pada lingkungan militer dan usaha untuk memenangkan perang.

Pengertian strategi mengalami perluasan, perang sebagai gejala kenegaraan, perang sebagai gejala kemasyarakatan, perang sebagai gejala sejarah dan kemanusiaan, merupakan kenyataan yang sangat kompleks yang saling berkaitan satu sama lain di mana terdapat interaksi antara berbagai faktor, baik yang berkenaan dengan tujuan yang akan dicapai, sasaran-sasaran, batas waktu dan konsekuensi lainnya.

Dalam kamus Bahasa Indonesia disebutkan strategi adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam keadaan perang dan damai. Atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Kemudian menurut (Stainer dan Minner, 1977), strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dalam

meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Kompleksitas ini membawa perang menjadi semakin bersifat total, dan bahkan batas antara perang dan damai pun menjadi sukar ditegaskan. Kompleksitas ini membuat manusia meluaskan paham dan pengertiannya mengenai apa yang dinamakan strategi. Orang mulai dengan membedakan antara strategi dan direk indirek. Orang mulai berbicara tentang strategi militer, strategi politik, strategi ekonomi, strategi sosial, strategi budaya, dan strategi komunikasi.

Pengertian secara umum strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan.

Menurut Middleton dalam Cangara menyatakan, strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan (Cangara, 2013:61).

Menurut Joseph Devito Strategi komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi (Joseph Devito, 2013).

Adapun pengambilan keputusan strategi (*strategic decision*) meliputi tiga aspek, yakni:

1. Penentuan Tujuan.
2. Macam-macam perumusan kebijakan.
3. Pelaksanaan (operasional).

Menurut (Fred R. David, 2002:3), proses strategi tidak hanya sebatas merumuskan konsep hingga implementasi, melainkan juga harus disertai evaluasi untuk mengukur sejauh mana strategi itu tercapai. Secara garis besar teori strategi (Fred R. David, 2002:3) melalui tiga tahapan, yaitu:

### **2.1.1 Perumusan Strategi**

Dalam perumusan strategi, konseptor harus mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi *alternative* dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

Perumusan Strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu.

### **2.1.2 Implementasi Strategi**

Langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, karena jika tidak maka proses formulasi dan analisis strategi yang telah dirumuskan hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan.

Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditampakkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

### **2.1.3 Evaluasi Strategi**

Tahap terakhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai.

## **2.2 Komunikasi Antarpersona**

### **2.2.1 Fungsi Komunikasi Antarpersona**

Fungsi komunikasi antar pribadi atau komunikasi *interpersonal* adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi

ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi *interpersonal*, dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Melalui komunikasi interpersonal juga dapat berusaha membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang terjadi. Adapun fungsi lain dari komunikasi *interpersonal* adalah:

- Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
- Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk mengetahui lingkungan.
- Menciptakan dan memelihara hubungan baik antar personal.
- Mengubah sikap dan perilaku.
- Bermain dan mencari hiburan dengan berbagai kesenangan pribadi.
- Membantu orang lain dalam menyelesaikan masalah.

### **2.2.2 Faktor-Faktor yang Meningkatkan Hubungan Antarpersona**

Banyak hal yang menjadi faktor-faktor yang meningkatkan hubungan interpersonal, misalnya dari kualitas komunikasi itu sendiri. Faktor yang mempengaruhinya antara lain:

#### **1. Percaya (*Trust*)**

Berbagai faktor yang paling mempengaruhi komunikasi antar pribadi adalah faktor kepercayaan. Apabila antara suami dan istri memiliki rasa saling percaya maka akan terbina saling

pengertian sehingga terbentuk sikap saling terbuka, saling mengisi, saling mengerti dan terhindar dari kesalahpahaman. Sejak tahap perkenalan dan tahap peneguhan, kepercayaan menentukan efektivitas komunikasi.

Ada tiga faktor utama yang menumbuhkan sikap percaya yaitu:

- 1.1 Menerima adalah kemampuan berhubungan dengan orang lain tanpa menilai dan tanpa berusaha mengendalikannya. Sikap menerima tidak semudah yang dikatakan. Kita selalu cenderung menilai dan sukar menerima. Akibatnya, hubungan *interpersonal* tidak dapat berlangsung seperti yang diharapkan.
  - 1.2 Empati, hal ini dianggap sebagai memahami orang lain yang tidak mempunyai arti emosional bagi kita.
  - 1.3 Kejujuran, menyebabkan perilaku kita dapat diduga, ini mendorong orang lain untuk dapat percaya pada kita. Dalam proses komunikasi *interpersonal* pada pasangan suami istri, kejujuran dalam berkomunikasi amatlah penting.
2. Sikap Suportif

Menurut psikologi humanistik, pemahaman interpersonal terjadi melalui *self disclosure*, *feedback*, dan *sensitivity to the disclosure of other*. Kesalahpahaman dan ketidakpuasan dalam suatu jalinan antar pribadi diakibatkan oleh ketidakjujuran, tidak adanya keselarasan antara tindakan dan perasaan, serta terhambatnya pengungkapan diri.

### 3. Sikap Terbuka

Sikap ini amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi *interpersonal* yang efektif. Dengan komunikasi yang terbuka diharapkan tidak akan ada hal-hal yang tertutup, sehingga apa yang ada pada diri suami juga diketahui oleh istri, demikian sebaliknya. Dengan sikap saling percaya dan supportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal. Walaupun berkomunikasi merupakan salah satu kebiasaan dengan kegiatan sepanjang kehidupan, namun tidak selamanya akan memberikan hasil seperti yang diharapkan.

## 2.3 Elemen Elemen Komunikasi Antarpersona

Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi telah dijelaskan bahwa pada umumnya komunikasi memiliki beberapa elemen penting yaitu sumber, penerima, pesan, saluran, *encoding*, *decoding*, gangguan, umpan balik, dan konteks. Begitu pula halnya dengan komunikasi *interpersonal*. Dalam komunikasi *interpersonal* terdapat beberapa unsur atau elemen penting, yaitu:

### 2.3.1 Pesan (*Message*)

Pesan merupakan sinyal yang dipandang sebagai stimuli atau rangsangan bagi penerima pesan dan diterima oleh salah satu indera manusia atau kombinasi dari beberapa indera manusia. Dengan kata lain, dalam komunikasi tatap muka, kita mengirim dan menerima

pesan melalui lima panca indera yang kita miliki. Kita menegosiasikan makna yang kita peroleh dari komunikasi interpersonal melalui pengiriman dan penerimaan pesan verbal dan pesan nonverbal.

### **2.3.2 Komunikator**

Elemen komunikasi *interpersonal* yang kedua adalah komunikator ataupun orang atau pihak yang akan memberikan pesan kepada orang atau pihak lain. Dengan kata lain, komunikator bertindak sebagai pembuka komunikasi. Komunikator juga ada didalam komunikasi *interpersonal*, karena jika tidak ada komunikator maka komunikasi *interpersonal* tidak akan berjalan meskipun sudah memiliki pesan. Begitu juga ketika komunikator dan pesan sudah ada, tapi elemen ketiga yaitu komunikan tidak ada, maka komunikasi tidak akan dapat berjalan.

### **2.3.3 Komunikan**

Elemen yang ketiga adalah komunikan yang merupakan kebalikan dari komunikator. Jika komunikator adalah pemberi pesan, maka komunikan adalah orang atau pihak yang bertindak sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan juga harus ada didalam setiap komunikasi *interpersonal*, karena jika tidak ada komunikan maka tidak ada yang akan mendengarkan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

### **2.3.4 Saluran Komunikasi**

Komunikasi *interpersonal* juga harus memiliki elemen berupa saluran komunikasi atau alat yang digunakan ketika

melakukan komunikasi. Secara umum, saluran komunikasi *interpersonal* terbagi kedalam beberapa jenis saluran yang dipengaruhi oleh kondisi ataupun waktu komunikasi. Beberapa jenis saluran komunikasi tersebut adalah:

- Komunikasi langsung tatap muka.
- Komunikasi saluran media selular seperti telepon atau *handphone*.
- Komunikasi saluran media jaringan internet komputer atau laptop.

### **2.3.5 Umpan Balik**

Umpan balik merupakan elemen yang kelima didalam komunikasi *interpersonal*. Umpan balik sering juga disebut sebagai respon komunikasi atas pesan atau informasi yang diberikan oleh komunikator. Ketika komunikasi *interpersonal* yang berjalan mampu memberikan umpan balik atau respon yang baik, maka dapat dipastikan bahwa komunikasi tersebut akan berjalan dengan baik dan efektif. Alasannya adalah karena pada komunikasi tersebut sudah dapat dikatakan memiliki kegiatan tanya-jawab yang baik pada sebuah komunikasi.

### **2.3.6 Kemampuan**

Untuk menciptakan komunikasi *interpersonal* yang berkualitas, efektif dan menghasilkan makna atau manfaat serta tujuan yang menguntungkan bagi kedua pihak, tentunya harus memiliki elemen yang keenam ini, yakni kemampuan. Ketika komunikator memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan

pesan, maka seorang komunikan tidak akan bersusah payah untuk mencerna dan memahami informasi tersebut. Begitu juga ketika komunikan memiliki kemampuan yang baik, maka komunikan akan mampu memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan atau informasi yang diberikan oleh komunikator.

### **2.3.7 Etika**

Didalam setiap melakukan komunikasi, tentunya harus memiliki etika yang baik, begitu juga dengan komunikasi antarpersona. Ketika komunikasi antarpersona memiliki Etika Komunikasi yang baik seperti menggunakan kata-kata sopan, berbicara dengan nada yang pas, tidak terlalu bersemangat, menghargai pendapat orang lain, mau mendengarkan orang lain pada saat Ia berbicara, serta etika komunikasi lainnya, maka komunikasi tersebut akan berjalan dengan baik dan benar. Selain itu, etika sangatlah penting untuk membangun cara berkomunikasi dengan baik dan akan memberikan kita pandangan tentang tata cara mengatasi *gap* komunikasi.

### **2.3.8 Hambatan**

Dalam berkomunikasi, umumnya ada pesan yang hendak disampaikan pembicara kepada pendengar. Namun sering kali pesan yang disampaikan kurang terpahami atau tidak sampai kepada penerima sehingga tujuan kita untuk menyampaikan pesan tersebut juga tidak tercapai. Adapun beberapa dari hambatan tersebut adalah sebagai berikut:

### 2.3.8.1 Interaksi

Adanya aktivitas-aktivitas dalam kehidupan sosial menunjukkan bahwa manusia mempunyai naluri untuk hidup bergaul dengan sesamanya (disebut *gregariousness*). Naluri ini merupakan salah satu yang paling mendasar dalam kebutuhan hidup manusia, disamping kebutuhan akan afeksi (kebutuhan akan kasih sayang), inklusi (kebutuhan akan kepuasan), dan kontrol (kebutuhan akan pengawasan). Dalam pemenuhan kebutuhan-kebutuhan hidup tersebut akan mendorong manusia untuk melakukan interaksi dengan sesamanya, baik untuk mengadakan kerjasama (*cooperation*) maupun untuk melakukan persaingan (*competition*).

Sementara itu (Soerjono Soekanto, 2002) dalam buku Sosiologi Suatu Pengantar menyatakan bahwa: “Interaksi sosial (yang juga dinamakan proses sosial) merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial.”

Interaksi antar manusia dimaksud adalah:

- a) Interaksi antara individu dengan individu,
- b) Interaksi antara individu dengan kelompok, dan
- c) Interaksi antara kelompok dengan kelompok.

Hasil dari pada interaksi sosial ada dua sifat kemungkinan:

- Bersifat positif; suatu interaksi yang mengarah kerjasama dan menguntungkan. Contoh persahabatan.
- Bersifat negatif; suatu interaksi yang mengarah pada suatu pertentangan yang berakibat buruk atau merugikan. Contoh

perselisihan, pertikaian, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil interaksi yang negatif tersebut di atas maka itulah yang menjadi hambatan dalam proses Komunikasi *Interpersonal*. Dalam situasi pertentangan Komunikasi *Interpersonal* tidak dapat dilaksanakan dengan baik, kalau pun dipaksakan dilaksanakan pasti kegiatan Komunikasi *Interpersonal* efeknya tidak akan berhasil.

#### 2.3.8.2 Pengalaman (*Experience*)

Pengalaman atau *experience* adalah sejumlah memori yang dimiliki individu sepanjang perjalanan hidupnya. Pengalaman masing-masing individu akan berbeda-beda tidak akan persis sama, bahkan pasangan anak kembar pun yang dibesarkan sama-sama dalam lingkungan keluarga yang sama pengalamannya tidak akan persis sama bahkan mungkin akan berbeda.

Perbedaan pengalaman antara individu (bahkan antar anak kembar) ini bermula dari perbedaan persepsi masing-masing tentang sesuatu hal. Perbedaan persepsi tersebut banyak disebabkan karena perbedaan kemampuan kognitif antara individu termasuk anak kembar tersebut, sedangkan bagi individu yang saling berbeda budaya tentu saja perbedaan persepsi tersebut karena perbedayaan budaya. Perbedaan persepsi tersebut kemudian ditambah dengan perbedaan kemampuan penyimpanan hal yang dipersepsi tadi dalam *storage* otak masing-masing individu tersebut menjadi

*long-term memory*-nya. Setelah itu perbedaan akan berlanjut dalam hal perbedaan kemampuan mereka memanggil memori mereka jika diperlukan.

Perbedaan pengalaman tentu saja menjadi hambatan dalam Komunikasi *Interpersonal*, karena seperti telah di bahas di muka bahwa terjadinya *heterophilious* karena salah satunya diakibatkan perbedaan pengalaman. Sehingga jika terjadi *heterophilious* maka proses Komunikasi *Interpersonal* tidak akan berjalan dan tujuan penyampaian pesan pun tidak akan tercapai.

#### 2.3.8.3 Media

Hal ini berlaku ketika kita menggunakan media untuk memperlancar komunikasi. Salah satunya adalah menggunakan telepon atau *handphone* untuk berkomunikasi dengan lawan bicara yang posisinya jauh dari kita. Ketika menggunakan telepon tidak jarang sambungannya terputus-putus sehingga telepon terganggu atau mungkin berkiripesan singkat menjadi tidak terkirim dan sebagainya yang akhirnya menghambat komunikasi.

#### 2.3.8.4 Tanggapan

Komunikasi satu arah bisa terjadi ketika lawan bicara tidak memberi tanggapan atas pesan yang kita sampaikan. Misal ketika seseorang sedang memberikan pendapatnya di kelas untuk dikoreksi oleh guru atau teman selainnya, namun

tidak ada yang menanggapi pendapatnya, akhirnya tujuan dia menyampaikan pendapat untuk mendapat koreksi tidak tercapai.

#### 2.3.8.5 Bahasa

Peranan bahasa sangat penting dalam berkomunikasi karena bahasa merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi. Oleh karena itu dalam berkomunikasi, kita harus menggunakan bahasa yang dipahami oleh lawan bicara. Semisal orang Jawa ingin berbincang dengan orang Sunda, namun keduanya menggunakan bahasa daerahnya masing-masing. Akhirnya pesan yang ingin disampaikan tidak akan dipahami karena tidak mengerti bahasa yang digunakan.

#### 2.3.8.6 Fisik

Hal ini berkaitan dengan berkurangnya fungsi fisik yang digunakan untuk berkomunikasi. Semisal ketika dihadapkan untuk berkomunikasi dengan orang yang tidak bisa bicara, namun kita sendiri tidak memiliki kemampuan bahasa isyarat, akhirnya pesan yang hendak disampaikan pun gagal diterima.

Begitu juga ketika berkomunikasi dengan orang yang lanjut usia dimana fungsi pendengarannya sudah berkurang atau dengan orang cacat yang kesulitan dalam pengucapan beberapa huruf. Akhirnya ketika berkomunikasi pesan yang sampai kepada penerima tidak sesuai dengan yang telah

disampaikan oleh pembicara karena kesulitan memahami.

#### 2.3.8.7 Perbedaan Generasi

Perbedaan generasi yang dimaksud disini adalah perbedaan usia yang terlampau jauh. Akibatnya istilah–istilah yang digunakan bisa jadi berbeda antara generasi yang lebih tua dengan yang lebih muda, sehingga ketika berkomunikasi pesan akan sulit dipahami karena penggunaan istilah tidak dimengerti oleh penerima pesan.

#### 2.3.8.8 Gangguan Emosional

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi kondisi seseorang adalah emosi. Ketika emosi seseorang tidak stabil, hal ini akan berpengaruh ketika ia berinteraksi dengan orang lain. Semisal orang yang sedang marah akan sulit menerima nasihat kita. Begitu pula orang yang sedang sensitif, ia akan mudah menyalah artikan pesan, merasa bahwa pesan tersebut menyudutkannya atau sebagainya walau sebenarnya tidak begitu.

#### 2.3.8.9 Kecepatan Dalam Berbicara

Terkadang kecepatan dalam berbicara juga dapat mempengaruhi pemahaman pendengar terhadap pesan yang kita sampaikan. Pendengar bisa kurang memahami pesan yang kita sampaikan ketika berbicara terlalu cepat sehingga pesan sulit ditangkap oleh pendengaran lawan bicara kita. Pendengar juga bisa kehilangan ketertarikan untuk mendengarkan kita jika kita berbicara terlalu lambat.

#### 2.3.8.10 Gangguan Semantik

Gangguan ini disebabkan karena kita salah mengucapkan atau salah menuliskan sehingga menyebabkan kesalahpahaman atau salah penafsiran yang akhirnya pesan yang disampaikan pun tidak dipahami sebagaimana mestinya. Semisal ketika kita ingin menyebut atau menuliskan kelapa tapi yang tersampaikan malah kepala, atau realitas dengan realisasi dan sebagainya.

#### 2.3.8.11 Kepribadian

Terkadang ada kepribadian yang kita miliki yang dapat menghambat komunikasi. Misalnya untuk orang yang *introvert*, mereka pasti akan lebih sulit mengungkapkan gagasan karena kurang percaya diri, malu dan sebagainya jika dibandingkan dengan orang dengan kepribadian *ekstrovert*. Orang *introvert* juga kesulitan memulai komunikasi lebih dulu, akhirnya komunikasi bisa tidak terjalin karena hal tersebut.

#### 2.3.8.12 Keterbatasan Pengetahuan

Kurangnya pengetahuan juga menjadi salah satu hal yang dapat menghambat komunikasi. Semisal ada orang Kota dengan kemudahan mengakses berita mengajak orang desa yang terbatas untuk mengakses berita, untuk membicarakan tentang kinerja pemerintah yang banyak disiarkan berita. Karena orang desa itu tidak memiliki pengetahuan akan topik

pembicaraan tersebut akhirnya ketika berkomunikasi orang desa ini akan sulit memahami perkataan orang kota tadi.

#### 2.3.8.13 Fokus

Ketika seseorang berbicara kepada kita, namun saat itu kita sedang kehilangan kefokusannya kita pada apa yang dibicarakan oleh pembicara, akhirnya pesan tidak diterima dengan baik oleh pendengar karena kehilangan fokus tadi menyebabkan kita tidak mendengar pesan secara utuh.

#### 2.3.8.14 Konteks

Elemen komunikasi *interpersonal* yang berikutnya adalah konteks komunikasi. Konteks komunikasi merupakan sebuah uraian kata atau kalimat yang berguna untuk mendukung sebuah informasi atau pesan yang akan disampaikan. Konteks komunikasi bisa berupa lingkungan, budaya, masalah atau hambatan, situasi atau kondisi yang terdapat di sekitar lokasi berlangsungnya komunikasi. Dengan kata lain, sebuah informasi harus memiliki konteks yang tepat untuk memudahkan lawan komunikasi untuk mencerna dan memahami informasi tersebut.

#### 2.3.8.15 *Feedforward Message*

*Feedforward message* memiliki arti yang sama dengan kata tambahan sebelum menyampaikan informasi. Ketika komunikasi antarpersona yang dilakukan memiliki *Feedforward message* atau kata tambahan, maka komunikasi

tersebut akan terkesan saling menghargai dan saling memberi perhatian terhadap satu sama lainnya. *Feedforward message* atau kata tambahan ini dapat diaplikasikan pada awal dimulainya komunikasi dan pada akhir komunikasi.

#### 2.3.8.16 Sikap

Seorang komunikan atau komunikator tidak baik tentunya komunikasi tidak akan berlangsung dengan efektif, tetapi ketika komunikan dalam mendengarkan informasi dan komunikator ketika memberikan informasi memiliki sikap yang baik, maka komunikasi akan berjalan dengan efektif dan menghasilkan tujuan dan kesepakatan yang saling menguntungkan. Beberapa sikap komunikan atau sikap komunikator yang harus ada di dalam setiap komunikasi adalah terbuka, memiliki rasa empati, mendukung, memiliki sikap positif, dan merasa seluruh orang setara.

## 2.4 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena

itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon dalam (Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, santri komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang cara-cara individu berinteraksi dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok (*group communication*) termasuk komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. (Effendy, 1992:8)

Orientasi diskusi kelompok adalah pesan-pesan yang disampaikan pada pihak lain serta umpan balik yang mereka terima. Bentuk komunikasi kelompok masyarakat komunikasi tatap muka dalam melibatkan 3 individu atau lebih, anggotanya lebih suka dikenal dengan identitas kelompoknya dan mempunyai kesadaran mendalam akan tujuan kelompok. (Pratikto, 1987:22-24)

Komunikasi kelompok adalah komunikasi dengan sejumlah komunikan. Karena jumlah komunikan itu menimbulkan konsekuensi, jenis ini diklasifikasikan menjadi komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Dasar pengklasifikasiannya bukan pada jumlah yang dihitung secara matematis, melainkan kesempatan komunikan dalam menyampaikan tanggapannya. (Effendy, 1992:8)

#### **2.4.1 Komunikasi Kelompok Kecil**

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok kecil apabila situasi komunikasi seperti itu dapat diubah menjadi komunikasi antar persona dengan setiap komunikan. Dengan kata lain, antara komunikator dengan setiap komunikan dapat terjadi dialog atau tanya jawab.

Menurut Shaw yang dikutip oleh (Arni Muhammad, 2004:65-66) dalam buku komunikasi Organisasi bahwa komunikasi kelompok kecil adalah sekumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peran, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka.

Sedangkan (Robert Freed Bales, 1951:485-495) dalam bukunya *Intrraction Process Analysis* mendefenisikan kelompok kecil sebagai sejumlah orang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan wajah (*face to face meeting*), dimana setiap anggota mendapat kesan atau penglihatan antara satu

sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia baik pada saat timbul pertanyaan maupun sesudahnya dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perorangan. Contohnya: Seminar, Lokakarya, diskusi, ceramah, dan lain-lain.

Berdasarkan definisi kelompok, pada sejumlah orang tersebut harus ada persatuan psikologis dan interaksi. Komunikasi model kelompok kecil ini dapat dikatakan efektif dalam arti kata bahwa komunikasi dapat berbuat sedemikian rupa, sehingga pesan yang disampaikan mencapai sasaran dengan sukses.

(Effendy, 1997) menyatakan keuntungan dan kerugian berkomunikasi dengan kelompok kecil sebagai berikut:

Keuntungan:

- Terdapat kontak pribadi.
- Umpan balik bersifat langsung.
- Suasana lingkungan komunikasi dapat diketahui.

Kerugian:

- *Frame of Reference* (FoR) komunikasi tidak diketahui secara individual.
- Kondisi fisik dan mental komunikasi tidak dipahami secara individual.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melancarkan komunikasi kelompok kecil tatap muka sebagai berikut:

- Adakanlah persiapan yang seksama sebelum berkomunikasi.

- Bangkitkan perhatian bergitu komunikasi dimulai.
- Pelihara kontak pribadi selama berkomunikasi.
- Tunjukkan diri sebagai komunikator yang terpercaya.
- Berbicaralah tepat, jelas dan meyakinkan.
- Kemukakan fakta dan opini dalam uraian yang sistematis dan logis.
- Hadapi kritik komunikan.
- Jangan bersifat super.
- Jangan mengkritik.
- Jangan ngotot.

#### **2.4.2 Komunikasi Kelompok Besar**

Komunikasi kelompok besar berlainan dengan situasi komunikasi kelompok kecil. Di sini kontak pribadi antara komunikator dengan komunikan jauh lebih kurang dibandingkan dengan kelompok kecil. Anggota kelompok besar, apabila menyampaikan tanggapannya kepada komunikator, arahan tanggapannya itu bersifat emosional.

Contoh: kampanye Pemilu, rapat raksasa, demonstrasi besar. Biasanya juru kampanye yang berpidato dalam kampanye Pemilu, orientasinya hanya membakar semangat masanya, agar lebih antusias.

Dibandingkan dengan komunikasi kelompok besar, komunikasi kelompok kecil lebih bersifat rasional. Ketika menerima suatu pesan dari komunikator, komunikan lebih banyak menggunakan pikiran daripada perasaan. Sebaliknya, dalam komunikasi kelompok

besar, para komunikasikan menerima pesan lebih bersifat emosional. Karena kecil kemungkinan untuk terjadi dialog seperti halnya pada komunikasi kelompok kecil.

### **2.4.3 Fungsi Komunikasi Kelompok**

Secara umum fungsi komunikasi dapat dilihat dari dua sudut yaitu:

#### 2.4.3.1 Dari sudut individu

Fungsi komunikasi ditinjau dari sudut individu untuk memungkinkan diadakannya hubungan-hubungan sosial dan tambahnya pengetahuan tentang lingkungan-lingkungan sosial dan alam sehingga individu dalam masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya dan dapat menyesuaikan diri pada lingkungan tersebut. Dengan demikian individu dapat mempertahankan diri dalam kehidupan.

#### 2.4.3.2 Dari sudut kelompok/masyarakat

Jawabannya adalah sama yaitu dilihat dari sudut kelompok sebagai suatu keseluruhan fungsi komunikasi yaitu untuk memungkinkan supaya kelompok yang bersangkutan dapat mempertahankan diri. Meskipun demikian, ada empat komunikasi kelompok kecil yang sama, yaitu:

##### 2.4.3.2.1 Hubungan sosial

Kadang-kadang suatu kelompok dibentuk untuk memelihara hubungan sosial, misalnya: pertemuan keluarga, arisan.

#### 2.4.3.2.2 Pendidikan

Kelompok ini secara formal maupun tidak formal bertujuan untuk mencapai pertukaran ilmu pengetahuan. Dengan demikian, maka akan dapat dipenuhi kebutuhan individu, masyarakat dan kelompok.

#### 2.4.3.2.3 Persuasi

Mengkehendaki adanya perubahan sikap dan tingkah laku sesuai dengan kehendak kelompok.

#### 2.4.3.2.4 Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan

Ditujukan dengan jelas pada kebutuhan individu, kelompok dan masalah serta konflik dari yaitu perlu dijawab dan dipecahkan. (Pratikto, 1987:68).

### **2.4.4 Karakteristik Komunikasi Kelompok**

Kelompok dalam suatu kondisi sosial tertentu, akan menimbulkan suatu efek atas individu dalam peningkatan motivasi. Dengan kata lain kehadiran orang-orang tertentu dapat menimbulkan kekuatan yang tidak mampu ditimbulkan oleh orang itu sendiri. Triplett menyebutkan ada lima karakteristik yang menandai keunikan komunikasi kelompok:

#### 2.4.4.1 Kepribadian kelompok

Kelompok mempunyai kepribadian kelompok sendiri yang berbeda dengan kepribadian individu anggota kelompok.

#### 2.4.4.2 Norma kelompok

Norma kelompok mengidentifikasi cara-cara anggota kelompok itu bertingkah laku, serta cara-cara yang menurut pertimbangan kelompok menetapkan sistem nilai mereka sendiri dan konsep tingkah laku yang normatif.

#### 2.4.4.3 Konektivitas kelompok

Konektivitas yaitu kekuatan saling menarik anggota, kekuatan yang menahan mereka tinggal dalam suatu kelompok.

#### 2.4.4.4 Memenuhi janji tugas

Memenuhi janji mengenai suatu tugas adalah dengan tujuan untuk mencapai keberhasilan atau kesuksesan serta menghindari kegagalan kelompok.

#### 2.4.4.5 Pergeseran resiko

Keputusan kelompok akan lebih mengandung resiko daripada apabila keputusan diambil oleh seseorang anggota kelompok. (Pratikto, 1987:68) Jaringan Komunikasi Dalam Kelompok. Faktor komunikasi merupakan faktor yang penting dalam mempertahankan kesatuan kelompok dalam usaha untuk mencapai tujuan bersama. Setiap anggota dalam kelompok jadi sumber komunikasi, seperti misalnya sumber kata-kata, isyarat-isyarat, lambang-lambang, yang semuanya mengandung arti.

Komunikasi itu ditujukan kepada sesama anggota kelompok, dengan demikian apabila kita dapat menggambarkan

secara sistematis, atau membayangkan secara visual, maka antar hubungan dan interaksi di antara anggota-anggota dalam kelompok itu seolah-olah merupakan banyak garis-garis penghubung.

#### **2.4.5 Pola Komunikasi Kelompok**

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan dari satu pihak ke pihak lain melalui konteks tertentu seperti komunikasi intrapersonal, komunikasi antar pribadi atau *interpersonal*, begitu juga pada komunikasi kelompok. Ketika komunikasi berlangsung dalam konteks komunikasi kelompok, maka akan memiliki jaringan komunikasi atau pola. Menurut Devito dalam buku (Abdullah Masmuh, 2008) terdapat 5 (lima) pola komunikasi yaitu roda (*wheel*), rantai (*chain*), lingkaran (*circle*), dan bintang (*star*).

##### **2.4.5.1 Roda (*wheel*)**

Merupakan pola komunikasi yang dianggap yang terbaik dibandingkan dengan pola komunikasi lainnya. Fokus perhatian dari pola ini adalah seseorang (pemimpin). Apakah pemimpin tersebut dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, dan tidak ada masalah komunikasi, waktu dan *feedback* dari anggota kelompok. Tetapi, setiap anggota kelompok hanya dapat berhubungan dengan pemimpinnya. Pola komunikasi ini menghasilkan produk kelompok yang tercepat dan terorganisasi.

#### 2.4.5.2 Rantai (*chain*)

Merupakan pola komunikasi yang memiliki permasalahan yang sama dengan pola komunikasi lingkaran. Dalam pola komunikasi rantai, anggota terakhir yang menerima pesan yang disampaikan oleh pemimpin seringkali tidak menerima pesan yang akurat. Sehingga, pemimpin tidak dapat mengetahui hal tersebut karena tidak adanya umpan balik yang disampaikan.

#### 2.4.5.3 Lingkaran (*circle*)

Pada pola ini, pengirim atau pemimpin dapat berkomunikasi dengan anggota kelompok yang lain yang berada dekat dengannya. Tidak ada anggota kelompok lain yang tidak dapat menerima pesan secara langsung dan mereka menerima pesan dari anggota kelompok yang lain yang membagi pesan dari pengirim.

Dalam pola ini, pesan dari pengirim berjalan ke seluruh anggota kelompok dan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai kembali kepada pengirim. Setiap orang hanya dapat berkomunikasi dengan dua orang yaitu di samping kiri dan kanannya. Di sini tidak ada pemimpin. Pola komunikasi lingkaran merupakan pola yang paling lambat dalam memecahkan masalah. Pola komunikasi lingkaran juga cenderung melahirkan banyak kesalahan.

#### 2.4.5.4 Bintang (*star*)

Semua saluran dari setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain. Pada pola, semua saluran tidak terpusat pada satu orang pemimpin. Pola ini juga paling memberikan kepuasan kepada anggota-anggotanya, dan yang paling cepat menyelesaikan tugas bila tugas berkenaan dengan masalah yang sukar.

## 2.5 Komunikasi Antarpersona Bermedia

Adapun pengertian komunikasi antarpribadi bermedia internet, menurut (Pixy Ferris, 1997), yaitu “interaksi antarpribadi yang dihubungkan oleh komputer melalui media internet di mana pengirim dan penerima pesan dalam berinteraksi tidak berada pada tempat dan waktu yang sama, pesan tetap sampai kepada sasaran yang dituju”.

Komunikasi antarpribadi bermedia internet merupakan salah satu kemajuan yang dicapai dalam teknologi komunikasi baru. Menurut (John Robert Baldwin, 2004:246), teknologi komunikasi baru didefinisikan sebagai “metode baru dalam penyimpanan, penyampaian, dan penerimaan informasi yang meliputi bentuk informasi apa pun dari teknologi digital seperti *World Wide Web, chatrooms,whatsaap,zoom,google meet* bahkan radio dan televisi satelit”.

Menurut para peneliti komunikasi bermedia, *Social media* digunakan baik untuk berkomunikasi antarpribadi maupun komunikasi massa, sehingga komunikasi bermedia mampu mengubah fungsi komunikasi massa yang telah ada. Dengan menambah empat fungsi media

massa, yaitu: menginformasikan, menjelaskan, menghibur, dan transmisi budaya, komunikasi bermedia secara mendasar digunakan untuk interaksi sosial (John Robert Baldwin, 2004:248).

Adapun peran media terhadap efektivitas komunikasi *interpersonal* atau komunikasi antarpribadi di antaranya adalah sebagai berikut.

### **2.5.1 Memperkuat hubungan *interpersonal***

Membangun hubungan *interpersonal* adalah fungsi komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal. Media sosial berperan penting dalam membangun dan memperkuat hubungan *interpersonal* dalam komunikasi antarpribadi karena media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk secara konsisten berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Melalui media sosial, pengguna dapat tetap dapat merasakan kehadiran orang yang diajaknya berbicara. Meskipun ada keterbatasan dalam konteks komunikasi nonverbal, namun hal ini di atasi dengan adanya *emoticon* yang menggambarkan perasaan dari masing-masing partisipan komunikasi. Selain *emoticon*, hal lain yang merefleksikan petunjuk nonverbal adalah “like” atau “suka” dan “follow” atau “ikuti” yang terintegrasi di berbagai *platform* media sosial dan *mobile operating system*.

### **2.5.2 Meningkatkan rasa percaya**

Dari perspektif psikologi komunikasi, percaya adalah mengandalkan perilaku orang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, yang pencapaiannya tidak pasti dan penuh dengan resiko. Ketika berkomunikasi melalui media sosial, orang lebih

cenderung untuk percaya pada orang yang diajak bicara meskipun orang tersebut orang baru dikenalnya. Karena itu, pesan-pesan yang disampaikan pun menjadi lebih terbuka. Dengan lebih terbuka, orang-orang dapat membicarakan apapun. Bahkan, tak jarang, orang-orang yang berniat tidak baik memanfaatkan keadaan ini untuk tujuan yang tidak baik. Berbagai kasus kejahatan yang terjadi akibat bertemu dengan orang yang baru dikenal melalui media sosial berawal dari hal-hal seperti ini.

### **2.5.3 Menguatkan sikap terbuka**

Pengaruh *self-disclosure* dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi *interpersonal* sangat besar tak terkecuali yang dilakukan melalui media sosial. Seperti buku harian, media sosial menjadi media dimana orang dapat mengeluarkan seluruh isi hatinya tanpa batas kepada orang lain. Tidak hanya terkait dengan hal-hal pribadi, sikap terbuka juga terkait dengan hal-hal seperti sikap politik, pemikiran, dan lain-lain. Dengan bersikap terbuka, orang dapat menilai pesan secara obyektif dan tidak mudah termakan hoaks, memandang perbedaan sebagai pengetahuan dan pengayaan diri, dan lain-lain.

### **2.5.4 Meningkatkan rasa empati**

Empati mengacu pada kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi orang lain. Media sosial dengan kemampuannya menjangkau khalayak yang lebih luas dengan cepat dan mudah di akses oleh siapapun dan di manapun, dapat meningkatkan rasa empati orang banyak. Misalnya, berita mengenai

aktivis yang kabarnya dikeroyok hingga lebam-lebam kemudian berita tersebut diviralkan maka orang banyak pun akan mengetahui dan berempati terhadap apa yang dialami oleh aktivis tersebut.

#### 2.5.5 Memberikan Motivasi

Media sosial juga berperan dalam memberikan motivasi kepada orang lain. Dalam komunikasi, sikap mendukung ini mengandung makna bukan mengevaluasi melainkan menggambarkan apa yang menjadi pikiran dan pendapat seseorang terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh orang lain. Bentuk dukungan ini biasanya ditunjukkan dengan cara menghindari memberikan tuduhan, penilaian negatif, evaluasi negatif, dan menunjukkan sikap kemauan untuk mendengar orang lain (Ambar, 2015).

Komunikasi antarpribadi melibatkan semua pikiran yang berbeda cara berkomunikasi individu, ide-ide, perasaan, dan keinginan kepada orang lain atau sekelompok orang. Komunikasi *Muhaffidz* dan santri merupakan proses pengiriman pesan antar *Muhaffidz* dan santri yang berlangsung secara tatap muka menggunakan media dan dua arah, disertai adanya niat dari kedua belah pihak, dimana keduanya berperan sebagai pembicara dan mendengar secara bergantian sehingga menimbulkan efek tertentu berupa respon dan umpan balik (*feedback*).

Dengan adanya respon atau umpan balik menandakan komunikasi antarpribadi yang digunakan berarti efektif, menurut (Devito, 1997:259-

264) menjelaskan mengenai ciri komunikasi antarpribadi yang efektif yaitu:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, komunikator antarpribadi yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Kedua, mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Ketiga, menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan ia bertanggung jawab atasnya.

b. Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain dalam suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain, melalui kaca mata orang lain. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan antarpribadi yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategis.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Seseorang harus memiliki sikap positif dalam dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Yaitu adanya pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan membuat seorang individu memberikan penghargaan positif kepada individu lain.

## 2.6 *Muhaffidz*

### 2.6.1 *Pengertian Muhaffidz*

Menurut (Muhaimin, 2005: 44-49) *Muhaffidz* adalah sosok yang digugu dan ditiru. Digugu artinya diindahkan atau dipercayai. Sedangkan ditiru artinya dicontoh atau diikuti. *Muhaffidz* adalah mereka yang membagikan ilmu dan pengetahuannya kepada santri sampai mereka paham, dan mampu mengamalkan ilmu dan pengetahuannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal itu dikarenakan,

guru merupakan seorang tokoh yang menjadi panutan dan contoh baik dari segi jasmani dan rohani seseorang dalam menyampaikan materi atau pemberian contoh bagaimana bersikap agar santri didik tidak hanya memperoleh ilmu pengetahuan saja, tetapi santri didik juga memiliki karakter yang sesuai dengan harapan yakni karakter santri didik yang cerdas dan baik juga mulia.

Menghafal *Al-Qur'an* merupakan upaya mengakrabkan orang-orang yang beriman dengan kitab sucinya, sehingga ia tidak buta terhadap isi yang ada didalamnya. Meluasnya kesadaran *Hifzhul Qur'an* (menghafal *Al-Qur'an*) dikalangan umat berarti meluasnya pula ajaran dan kandungan *Al-Qur'an* yang mulia. Pondok pesantren merupakan suatu lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh serta diakui oleh masyarakat sekitar, dengan sistem asrama (kampus) dimana santri-santri menerima pendidikan agama melalui sistem pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada dibawah kedaulatan dari *leadership* seorang atau beberapa orang kiai dengan ciri khas yang bersifat karismatik serta independen dalam segala hal.

Dengan demikian, seseorang yang dikatakan sebagai *Muhaffidz* di pondok pesantren adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk membagikan ilmu dan pengetahuannya, mengajarkan, membimbing, memberi contoh dan membina para santri untuk menjadi santri yang mencintai *Al-Qur'an* dan mampu menjaga hafalan demi terjaganya keberadaan *Al-Qur'an* yang berada di

lingkungan pondok pesantren atau asrama untuk mampu memantau kegiatan para santri dalam menghafalkan *Al-Qur'an*.

### 2.6.2 Tugas *Muhaffidz*

Dalam proses belajar mengajar, *Muhaffidz* mempunyai tugas untuk mendorong, membimbing, dan memberi fasilitas belajar bagi *Santri* untuk mencapai tujuan. *Muhaffidz* mempunyai tanggung jawab untuk melihat segala sesuatu yang terjadi untuk membantu proses perkembangan *Santri*. Penyampaian materi hanyalah merupakan salah satu dari berbagai kegiatan sebagai suatu proses yang dinamis dalam segala fase dan proses perkembangan *santri*. Secara lebih terperinci tugas *Muhaffidz* berpusat pada: 1) Mendidik dengan titik berat memberikan arah dan motivasi pencapaian tujuan baik jangka pendek maupun jangka panjang. 2) Memberi fasilitas pencapaian tujuan melalui pengalaman belajar yang memadai. 3) Membantu perkembangan aspek-aspek pribadi seperti sikap, nilai-nilai dan penyesuaian diri.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, tugas *Muhaffidz* ialah bukan hanya mengajar memberikan para *santri* ilmu pengetahuan, tetapi juga membimbing bagaimana supaya *santri* mampu memiliki poin lebih sebagai bekalnya nanti ketika sudah mulai belajar dilingkungan rumah dan masyarakat dan tentunya sesuai dengan visi dan misi pondok pesantren tempat mereka belajar.

### 2.6.3 Syarat Guru *Tahfidz Al-Qur'an* di Pondok Pesantren

Al-Ghazali mengemukakan syarat-syarat seorang pendidik dalam kepribadiannya antara lain: 1) Sabar menerima masalah-masalah yang ditanyakan santri dan harus diterima baik. 2) Senantiasa bersifat kasih dan tidak pilih kasih. 3) Jika duduk harus sopan dan tunduk, tidak riya'. 4) Tidak takabbur, kecuali terhadap orang yang dzalim dengan maksud mencegah dari tindakannya. 5) Bersikap *tawadhu'* dalam pertemuan-pertemuan. 6) Sikap dan pembicaraannya tidak main-main. 7) Menanamkan sifat bersahabat didalam hatinya terhadap semua murid-muridnya. 8) Menyantuni serta tidak membentak-bentak orang-orang bodoh. 9) Membimbing dan mendidik murid yang bodoh dengan cara yang sebaik-baiknya. 10) Berani berkata: Saya tidak tahu terhadap masalah yang tidak dimengerti. 11) Menampilkan hujjah yang benar. Penghafal *Al-Qur'an* berbeda dengan penghafal *hadits*, syair, hikmah dan lain-lainnya dalam 2 pokok:

1. Hafal seluruh *Al-Qur'an* serta mencocokkannya dengan sempurna.

Tidak bisa disebut *al-hafidz* bagi orang yang hafalannya setengah atau sepertiganya secara rasional. Karena jika yang hafal setengah atau sepertiganya berpredikat *al-hafidz*, maka bisa dikatakan bahwa seluruh umat Islam berpredikat *al-hafidz*, sebab semuanya mungkin telah hafal surah Al-Fatihah, karena surat Al-Fatihah merupakan salah satu rukun sholat dari kebanyakan

*mazhab.*

Maka istilah *al-hafidz* (orang yang berpredikat hafal *Al-Qur'an*) adalah mutlak bagi yang hafal keseluruhan dengan mencocokkan dan menyempurnakan hafalannya menurut aturan-aturan bacaan serta dasar-dasar *tajwid* yang *masyhur*.

## 2. Senantiasa sungguh-sungguh dalam menjaga hafalan dari lupa.

Menurut (Abdurrah Nawabudin, 17:2005), seorang *hafidz* harus hafal *Al-Qur'an* seluruhnya. Maka apabila ada orang yang telah hafal kemudian lupa atau sebagian atau keseluruhan karena lalai atau lengah tanpa alasan seperti ketuaan atau sakit maka tidak dikatakan *hafidz* dan tidak berhak menyandang predikat penghafal *Al-Qur'an*.

Menghafal merupakan proses menanamkan materi verbal dalam ingatan, sehingga nantinya dapat diproduksi kembali secara harfiah. Dengan pengertian tersebut, maka menghafal *Al-Qur'an* merupakan proses menanamkan materi berupa ayat-ayat *Al-Qur'an* dalam ingatan dan dapat memproduksinya kembali dalam bentuk verbal.

Jadi, seseorang *Muhaffidz* ialah mereka yang memiliki kemampuan menghafal *Al-Qur'an* secara keseluruhannya dan apabila diminta untuk mengulang atau membacakannya, beliau akan mampu untuk melakukannya. Karena, menjadi guru *tahfidz* *Al-Qur'an* itu harus hafal dan mampu menjaga hafalannya dari

perubahan.

## **2.7 Santri**

### **2.7.1 Pengertian Santri**

Kata santri sendiri, menurut C. C Berg berasal dari bahasa India, shastri, yaitu orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu. Sementara itu, A. H. John menyebutkan bahwa istilah santri berasal dari Bahasa Tamil yang berarti guru mengaji (Suharto, 2011: 9).

Nurcholish Madjid juga memiliki pendapat berbeda Dalam pandangannya asal usul kata “Santri” dapat dilihat dari dua pendapat. Pertama, pendapat yang mengatakan bahwa “Santri” berasal dari kata “sastri”, sebuah kata dari bahasa Sansekerta yang artinya melek huruf. Pendapat ini menurut Nurcholish Madjid didasarkan atas kaum santri bagi orang Jawa yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab bertulisan dan berbahasa Arab. Kedua, pendapat yang mengatakan bahwa perkataan santri sesungguhnya berasal dari bahasa Jawa, dari kata “cantrik” berarti seseorang yang selalu mengikuti seorang guru kemana guru ini pergi menetap (Yasmadi, 2005: 61).

Santri adalah sekelompok orang yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan ulama. Pesantren didirikan dalam rangka pembagian tugas mu'min untuk menegakkan agama, sebagaimana yang disebutkan dalam *Al-Qur'an* surat at-Taubah ayat 122:



ditujukan kepada orang yang sedang menuntut pengetahuan agama di

pondok pesantren.