

Mengidentifikasi dan Mengatasi Hambatan Psikologis yang Dapat Menghalangi Penerimaan Pesan Dakwah

Mushoffah¹

¹STAI YPBWI Surabaya

ABSTRAK

Dakwah Islam merupakan proses penyampaian ajaran Islam terhadap umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian, tetapi merupakan usaha mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, *way of life* manusia sebagai sasaran dakwah ke arah kualitas kehidupan yang lebih baik (Amin, 2008). Dalam aktivitas dakwah, seorang da'i seringkali mengalami kesulitan untuk menggerakkan sasaran dakwahnya agar mau mendengarkan dan mengamalkan pesan yang disampaikan dalam kehidupan nyata. Tujuannya tidak lain agar seorang da'i dihadapkan pada kenyataan bahwa individu-individu yang akan didakwahi memiliki toleransi keragaman dalam berbagai hal. Keragaman tersebut akan memberikan corak yang berbeda pula dalam menerima. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah, Psikologi, Toleransi

ABSTRACT

Islam is a process of transmission of the teachings of Islam to mankind. As a process, worship is not just an effort of delivery, but an attempt to change the way of thinking, way of feeling, manner of life of human beings as a goal of worshipping towards a better quality of life. (Amin, 2008). In worship, a da'i often finds it difficult to move his worshippers so that they can listen to and practice the message delivered in real life. The goal is nothing but that a da'i be confronted with the fact that the individuals to be possessed have a tolerance of diversity in various respects. Such diversity will give a different pattern of acceptance. This research uses descriptive qualitative methods.

Keywords: Holy Communication, Psychology, Tolerance



A. Pendahuluan

Dakwah adalah upaya untuk mengangkat orang lain sehingga mereka dapat memahami apa yang Tuhan ingin mereka lakukan. Pekerjaan ini dilakukan dengan cara menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia. Tujuan dakwah adalah untuk membantu umat manusia memahami dan menerapkan ajaran dan perintah yang diajarkan oleh Allah SWT dan Rasulullah dalam Al-Qur'an dan Hadis. (Yanti, 2019: 245-246). Selanjutnya, banyak tokoh yang mengemukakan makna dakwah Islam. Menurut Syekh Ali Mahfudz, Dakwah ialah kegiatan menyeru manusia agar melakukan kebaikan serta mengikuti ajaran yang benar, mengajak pada perbuatan-perbuatan baik, dan mencegah manusia lain dari melaksanakan kemungkaran demi menggapai kebahagiaan di dunia akhirat¹.

Komunikasi merupakan gambaran dari serangkaian makna yang terkandung dalam suatu pertanyaan: *who say what in which channel to whom with what effect?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan bagaimana pengaruhnya?, atau dirumuskan dalam S-M-C-R-E (*Source, Message, Channel, Receiver, Effects*)).

Rincian unsur komunikasi tersebut di atas dapat dijelaskan: Pertama, *source*, adalah sumber yang mengkondisikan adanya komunikasi yang meliputi pengirim (*sender*), *encoder* (penyandi), dan komunikator (*communicator*). Komunikator bisa dari seorang, kelompok, atau sebuah organisasi yang akan mengubah seperangkat simbol sebagai pesan untuk disampaikan kepada penerima pesan baik verbal maupun non-verbal. Kedua, *Message* materi pesan yang akan disampaikan kepada penerima pesan dalam bentuk simbol, makna, atau bentuk (organisasi pesan). Ketiga, saluran (*medium*), sebagai alat atau wahana yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

Medium merujuk pada alat komunikasi dalam bentuk alat verbal atau non-verbal, suara, cahaya.² Keempat, penerima pesan (*receiver*) atau khalayak (*audience*), sebagai pihak yang menerima pesan dari komunikator. Kelima, efek komunikasi, yakni hasil yang terjadi setelah proses komunikasi, baik dalam bentuk pemahaman, perasaan, maupun perubahan sikap.

Dakwah dan komunikasi secara teoritis memiliki pengertian yang sederhana. Seseorang yang berkomunikasi berarti seseorang mengikuti, berpartisipasi atau tindakan seperti yang “diinginkan” atau diharapkan, melalui pesan yang dikomunikasikan. Komunikasi berarti upaya untuk membangun persepsi yang sama dengan komunikan melalui cara menyampaikan keterangan, berupa suatu gagasan ataupun sikap. Terkait dengan hal tersebut secara teoritis agama juga memiliki kaitan erat mempengaruhi kenyataan sosial. Maka, sangat memungkinkan bahwa agama mempunyai peran yang tinggi untuk menentukan pola perilaku manusia. Sehingga “agama” dipandang mampu mendorong, bahkan menekan proses perubahan pada tatanan sosial. Proses kegiatan seperti inilah yang sering diistilahkan oleh para ahli dengan istilah dakwah.

Rini Fitria dan Rafinita Aditia, Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi, Jurnal ¹ Ilmiah Syi'ar Vol. 19 No. 02, 2019, hal. 226.
Yuliyatun Tajuddin, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014²

Komunikasi dakwah berperan sebagai kerangka berpikir (paradigma) bagi para pelaku dakwah untuk memberikan arah yang lebih jelas dan fokus pada suatu sasaran objek yang terdapat dalam komunikasi dakwah. Oleh karenanya, dalam komunikasi dakwah tidak terlepas dari bahasan mengenai komponen-komponennya, baik komponen inti maupun komponen penunjang. Komponen inti dimaksud meliputi: dai, mad'u, pesan, dan metode. Sementara komponen penunjang meliputi: organisasi, ekonomi, sosial, budaya, kebijakan pemerintah, atau dukungan dari kelompok masyarakat.³

Komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang memiliki kesamaan namun tetap berbeda. Meskipun keduanya berbeda namun dalam aktivitas kehidupan masyarakat terlebih lagi masyarakat yang berada di lingkungan notabennya agama, seperti pesantren, pemukiman masyarakat muslim atau agama lain, dan lain-lain. Dakwah dan komunikasi terjadi dalam proses yang sama, sehingga terkadang sulit untuk dibedakan antara yang disebut dengan dakwah atau komunikasi. Andrian, B. (2020). Komunikasi dakwah dalam tinjauan sosiologi komunikasi.⁴

Kegiatan dakwah, termasuk bentuk dari komunikasi karena di dalamnya ada penyampai pesan (da'i) dan penerima pesan (mad'u). Dakwah sebagai proses komunikasi membutuhkan upaya-upaya yang harus dirancang secara strategis sebagaimana sebuah komunikasi yang efektif yang mempertimbangkan efek dari komunikasi. Berhasil tidaknya kegiatan dakwah tersebut tidak terlepas dari bagaimana proses komunikasi antarpelaku dakwah (da'i dan mad'u) berlangsung. Jadi, disinilah kontribusi komunikasi menjadi hal penting yang harus dipertimbangkan dalam kegiatan dakwah. Artinya, secara teoritis, teori-teori komunikasi sebagai sebuah ilmu akan memberikan kontribusi dalam merancang kegiatan dakwah yang efektif, sehingga pesan-pesan Islam yang menjadi isi materi dakwah dapat tersampaikan dan berefek pada perubahan sikap mad'u ke arah yang lebih baik sesuai tujuan kehidupan Islam, bahagia dunia akhirat.

Manusia adalah hewan yang memiliki perasaan dan perasaannya. Mereka dapat merespon dan bereaksi sesuai dengan persepsi mereka tentang dakwah yang telah mereka terima dan akan mereka terima. Sudah diperlukan untuk seorang da'i untuk melakukan penyelidikan menyeluruh sebelum memasuki area, termasuk menentukan siapa mad'u (jamaah) dan apa kondisi dan karakteristik mereka. (Fabriar, 2019: 125–126). Seorang da'i harus bisa menggunakan ilmu psikologi dalam menyampaikan dakwahnya. Saat ini seorang da'i harus bisa menguasai psikologi komunikasi, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dan dicerna dengan baik oleh mad'u (jamaah) (Yanti, 2019). Namun di lain sisi dakwah juga mempertahankan prinsip-prinsip ajaran atau nilai-nilai fundamental, yang di yakini kebenarannya, yang menjadi jati diri⁵.

Psikologi dakwah adalah ilmu pengetahuan tentang segala hal yang menyangkut jiwa. Psikologi dakwah dapat memberikan informasi pandangan tentang dilakukan perubahan

³ Tajuddin, Y. (2015). Walisongo dalam Strategi Komunikasi Dakwah. Addin, 8(2). Tasâmuh, 18 (2), hal. 211-224.⁴

Rahmat Ramdhani, Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Agama, Jurnal Syi'ar Vol. 18 No. 2 Juli-⁵ Desember 2018, hal. 8.

tingkah laku atau sikap mental Jamaah seperti pola kehidupan yang dikehendaki oleh agama untuk didakwakan. Salah satu cara untuk sukses dalam dakwah adalah dengan bisa membaca pikiran orang lain. Dari orang-orang yang tidak beriman menjadi orang yang beriman, dari orang yang kafir menjadi orang mukmin, dari yang bertaqwa menjadi orang beriman dalam kehormatan terhadap ajaran Islam. (Fabriar, 20–19).

Secara umum memang dakwah dan komunikasi memiliki proses yang sama, yaitu pada dasarnya sama-sama menyampaikan dan menerima informasi. Tetapi secara disiplin keilmuan keduanya memiliki konsep dasar yang berbeda-beda. Dakwah secara etimologi dipahami dengan mengajak, yaitu berupa seruan atau panggilan. Dakwah apabila dipahami lebih dalam lagi sangatlah beragam, diantaranya menurut Kamaruddin, dakwah adalah suatu ajakan, seruan, dan permohonan, yaitu dakwah berasal dari akar kata *da'wah* yang merupakan bentuk kata masdar dari “*da'a-yad'u-da'watan*” memiliki arti panggilan, seru-an, permohonan, aktivitas misionaris, dan propaganda. Adapun secara istilah pengertian dakwah juga dipahami sebagai ajakan, diantaranya menurut Sayyid Qutb menyebutkan bahwa dakwah adalah mengajak atau menyuruh orang lain kepada jalan (sabil) yang difirmankan Allah-SWT dalam al-Qur'an dan yang telah diajarkan oleh Rasulullah-SAW melalui hadis-hadisnya.⁶

Pendekatan psikologis menjadi sesuatu yang sangat penting bagi seorang da'i. Pada kehidupan masyarakat modern saat ini, kedudukan dan peran psikologi menjadi sarana efektif berhasil tidaknya tujuan yang diharapkan, baik secara individu maupun secara kelompok. Disamping itu, psikologi memberikan cara-cara bagaimana yang lebih tepat dalam pemecahan masalah-masalah kemanusiaan, baik ia sebagai individu.

Dalam kelompok masyarakat, begitu pula dapat diterapkan dalam masalah agama, khususnya sebagai acuan metodologi dakwah (Arifin, 1997: 10-12). Kondisi saat ini banyak da'i yang masih asal-asalan menyampaikan dakwahnya, tanpa memperhatikan bagaimana keadaan mad'unya. Da'i seringkali menyamaratakan setiap mad'u yang dihadapi, baik dari materi yang disampaikan dan metode yang digunakan, sehingga mengakibatkan materi yang disampaikan tidak mengenai bahkan dianggap sebagai angin lalu.

Dari latar belakang tersebut, maka penulis akan membahas tentang cara mengidentifikasi dan mengatasi hambatan psikologis yang dapat menghalangi penerimaan pesan dakwah pada masyarakat. Dimana hal tersebut harus dipahami oleh seorang pendakwah (da'i) kepada mad'unya (jamaah) agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan diterapkan di kehidupan sehari-hari.

B. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah metode pengolahan data dengan cara menganalisa faktor-faktor yang berkaitan dengan objek penelitian dengan penyajian data secara lebih mendalam

Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm 2 -14.⁶

terhadap objek penelitian⁷. Deskriptif kualitatif format tertentu menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Keterbatasan penelitian ini berasal dari ilustrasi perjuangan kelompok manusia untuk mencapai tujuan yang mirip dengan anjurny Rosulullah SAW yang telah dikontektualisasikan pada hari ini. Dalam menganalisis sejumlah besar data, peneliti mengumpulkan data melalui survei, observasi, atau studi dokumentasi. Analisis deskriptif kemudian dilakukan untuk menentukan fokus penelitian.

Pengumpulan data yang di dapat ini berasal dari hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti dengan bantuan pemuda masjid dalam kegiatan dakwah pemuda hijrah data berasal dari wawancara kepada semua pihak yang terkait. Selanjutnya data dokumentasi yang di dapat dapat digunakan menjadi pelengkap untuk penelitian ini. Dalam tahap terakhir peneliti mengecek keabsahan data yang ada agar menghasilkan data-data yang konkrit mengenai identifikasi dan mengatasi hambatan psikologis yang dapat menghalangi penerimaan pesan dakwah.

C. Hasil

Jika ditinjau dari Psikologi Komunikasi, ada tiga faktor yang sangat menentukan keberhasilan dakwah, yaitu:

1. Siapa yang menyampaikan dakwah (komunikator)
2. Teknik penyampaian dakwah (komunikasi)
3. Siapa penerima pesan dakwah (komunikan/audience)⁸

Dalam mencapai tujuan dakwah, maka kegiatan tersebut diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), dan aspek perilaku (*behavior*). Dari ketiga aspek tersebut Jalaluddin Rakhmat dalam Moh. Ali Aziz (2004: 139) menyatakan:

1. Efek kognitif terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau persepsi khalayak. Meliputi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan informasi.
2. Efek afektif terjadi apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Meliputi emosi, sikap, dan nilai.
3. Efek behavioral menunjukkan pada perilaku nyata yang dapat diamati. Meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm 4.⁷
Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, 1994: 39⁸

Menurut McGuire, proses perubahan sikan seseorang dari tidak tahu atau tidak menerima suatu pesan berlangsung melalui tiga proses dasar yang disebutnya tiga tahap perubahan sikap yaitu:

1. *Attention* adalah perhatian terhadap pesan. Orang tidak akan berubah sikap apabila tidak memperhatikan pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, agar penyampaian dakwah dapat diterima harus ada usaha untuk menarik orang memperhatikan dakwah yang disampaikan.
2. *Comprehension* yaitu pemahaman seseorang terhadap pesan. Seseorang yang memperhatikan pesan dakwah diharapkan mempunyai pemahaman terhadap pesan yang disampaikan da'i. Adanya pemahaman terhadap pesan tersebut ditentukan oleh berbagai hal, diantaranya teknik penyampaian pesan dakwah dan bahasa yang digunakan dalam dakwah.
3. *Acceptance* adalah penerimaan isi dakwah. Dalam hal ini, ditolak atau diterimanya isi dakwah ditentukan oleh pemahaman terhadap pesan dakwah dan juga sejauh mana pesan dakwah sesuai dengan kebutuhan dan nilai hidup pendengar⁹.

Interaksi Psikologis antara Da'i dan Mad'u (Jamaah)

Dalam setiap proses dakwah terjadi interaksi antara da'i dan mad'u. dalam proses dakwah interaksi digunakan untuk mempengaruhi mad'u dengan harapan adanya perubahan sikap, pengetahuan, dan tingkah laku sesuai materi dakwah yang disampaikan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam proses dakwah, da'i harus mengerti kondisi mad'u baik dari segi umur, pengetahuan, Pendidikan, geografis, dan lain-lain. Faktor-faktor dasar interaksi seperti sugesti, imitasi, simpati mengharuskan da'i mempunyai ciri-ciri dan kepribadian yang dapat menarik mad'u (Mubarak, 1999: 98). Selain itu, da'i dapat membina hubungan baik dengan mad'u, sehingga mad'u tidak ragu untuk mencontoh dan meneladani sikap dan pribadi da'i. Proses saling mempengaruhi antara da'i dan mad'u ini merupakan peristiwa mental.

Dalam proses dakwah, arti interaksi sosial antara da'i dan mad'u sekurang- kurangnya terkandung tiga makna, yaitu (abriar, 2019):

1. Dai maupun mad'u terlibat dalam proses belajar, baik dari segi berpikir maupun dari sudut merasa. Mad'u belajar kepada da'i, tetapi da'i juga belajar (umpan balik) pada apa yang disampaikan oleh mad'u.
2. Antara dai dan mad'u terjadi proses penyampaian dan penerimaan lambing-lambang dalam berkomunikasi (seperti tepuk tangan saat suka, gadun dan mengantuk ketika adanya penolakan terhadap dakwah yang disampaikan).
3. Adanya mekanisme penyesuaian diri antara da'i dan mad'u.

Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, 1994: 39.⁹

Hambatan Komunikasi dalam Proses Dakwah

Secara teknis, hambatan adalah hal apapun yang dapat mendistorsi pesan, apapun yang menghalangi penerima dalam menerima pesan. Ada empat tipe hambatan. Sangat penting artinya untuk mengidentifikasi tipe-tipe hambatan dan Ketika memungkinkan, untuk mengurangi efek hambatan tersebut. Hambatan fisik, hambatan fisiologi, hambatan psikologi, dan hambatan semantik (Chandra, 2015).

Gangguan-gangguan komunikasi dapat muncul dengan sendirinya, setidaknya ada beberapa hambatan dalam proses komunikasi. Hambatan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan. Selanjutnya hambatan kerangka berpikir, rintangan kerangka berpikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda. Hambatan semantik dan psikologis, gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan.

Tommy Suprpto menyatakan bahwa gangguan semantik sering terjadi dalam komunikasi. Biasanya disebabkan karena tiga hal yaitu:

1. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak menggunakan jargon bahasa asing. sehingga susah dimengerti khalayak tertentu.
2. Bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
3. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan (Tommy, 2007).

Berbeda dengan Effendi (2009) menekankan bahwa hambatan komunikasi terdiri dari:

1. Hambatan sosio-antrop-psikologis
Hambatan sosio-antrop-psikologis merupakan hambatan proses komunikasi dalam konteks situasional (situational context). Artinya seorang komunikator harus mempertimbangkan betul situasi dan kondisi saat melakukan komunikasi dengan komunikan. Terutama pada tiga aspek yaitu sosiologis, antropologi dan hambatan psikologis.
2. Hambatan semantik
Mengacu pada hambatan sebelumnya yang menekankan pada aspek situasi dan kondisi lapangan, artinya berkaitan erat dengan komunikan, maka hambatan semantik lebih menekankan kepada komunikator. Semantik berkaitan dengan bahasa komunikator.
3. Hambatan mekanis
Hambatan mekanis adalah hambatan yang ditimbulkan dari alat/mechanik yang mempengaruhi kualitas komunikasi. Sering kita jumpai hambatan model ini seperti tulisan yang kurang jelas sehingga susah dibaca, suara yang tidak bisa didengar, perbedaan jenis mutu mekanik yang digunakan sehingga alat tidak dapat melakukan coding dengan baik dan benar.

4. Hambatan ekologis

Lingkungan sangat berpengaruh bagi lancarnya proses komunikasi, lingkungan yang tidak mendukung akan memperburuk komunikasi. Misalnya ketika kita melakukan komunikasi di tempat keramaian maka kita akan meningkatkan suara agar komunikasi jelas mendengar pesan yang kita sampaikan.

Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif merupakan cara-cara tertentu yang bisa digunakan agar penyampaian pesan berjalan efektif. Dalam komunikasi persuasive, Teknik digunakan untuk menyampaikan pesan kepada persuadee. Secara sederhana teknik komunikasi persuasive bisa diartikan sebagai Upaya persuadee bersedia menerima suatu paham atau keyakinan. Teknik berlangsung dengan kontak pribadi (*personal contact*) yang memungkinkan komunikator mengetahui, memahami, dan menguasai empat hal, yaitu: (Ezi Hendri. 2019: 66)

1. *Frame of reference* (pengalaman pendakwah)
2. Kondisi fisik dan mental komunikator sepenuhnya
3. Suasana lingkungan pada saat terjadinya komunikasi
4. Tanggapan komunikasi secara langsung

Strategi Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki tujuan yang jelas dan dapat dicapai. Dalam proses persuasi perlu dilandasi strategi tertentu agar berhasil sesuai keinginan. Strategi dapat disusun berdasarkan unsur komunikasi persuasif itu sendiri, yaitu *persuader*, *persuadee*, pesan dan saluran. Peran dan fungsi persuader dalam merumuskan strategi merupakan salah satu indikator keberhasilan komunikasi persuasif (Ezi Hendri, 2019: 289).

Strategi komunikasi selain perlu merumuskan tujuan yang jelas juga harus memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau persuadee, persuader, pesan dan saluran yang digunakan. Sebelum menerapkan strategi, persuader terlebih dahulu harus memahami prinsip persuasi. Menurut Scott. M. Cutlip dan Allen Center ada empat prinsip strategi komunikasi persuasif, yaitu: (Ezi Hendri, 2019: 290).

1. Prinsip identifikasi: susunan pesan persuasi yang memperlihatkan kepentingan Sasaran.
2. Prinsip tindakan: gagasan harus disertai tindakan nyata. Jika hal ini tidak dilakukan, sangat sulit mengubah perilaku orang.
3. Prinsip familiaritas dan kepercayaan: orang akan menerima pesan persuasi mana kala disampaikan orang yang dipercayainya.
4. Prinsip kejelasan: pesan persuasi harus jelas dan dapat dipahami sasaran.

Dilihat dari aspek psikologi menurut Pearson dan Nelson, komunikasi persuasive paling tidak memiliki tiga tujuan, yakni membentuk, memperkuat, dan mengubah tanggapan. Dari ketiga tujuan tersebut terkandung upaya membentuk, menguatkan, dan mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku. Secara umum sasaran dapat diidentifikasi berdasarkan umur, jenis

kelamin, Pendidikan, pekerjaan, keanggotaan dalam kelompok primer, dan minat khusus mereka.

D. Kesimpulan

Identifikasi dan penanganan hambatan psikologis dalam penerimaan pesan dakwah adalah penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah. Hambatan-hambatan tersebut dapat berupa ketidakpercayaan, prasangka, pengalaman negatif sebelumnya, dan gangguan emosional. Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan pendekatan yang lebih personal dan empatik, peningkatan kepercayaan melalui konsistensi dan integritas, serta penyampaian pesan yang relevan dan mudah dipahami. Pendekatan psikologis dalam dakwah melibatkan pemahaman terhadap kondisi mental dan emosional audiens, serta penyampaian pesan yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, pesan dakwah dapat lebih diterima dan diapresiasi oleh audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, H.M.. (1997). Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi. Jakarta: Bulan Bintang.
- Fitria, Rini dan Rafinita Aditia, Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi, Jurnal Ilmiah Syi'ar Vol. 19 No. 02, 2019.
- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Kartono, Kartini. (1996). Psikologi Sosial. bandung: Mandar Maju.
- Kiki Muhamad Hakiki dan Zaenal Muttaqien, Konflik dan Integrasi Sosial (Telaah Buku A. Malik MTT berjudul "Pura dan Masjid; Konflik dan Integrasi Pada Suku Tengger Jawa Timur), Al AdYaN/Vol. IX, N0. 2/Juli-Desember/2014
- Kurniawati, V. (2023). Strategi Pembelajaran Berbasis Multiple Intelligences Di Sekolah Dasar. JSPED: Jurnal Pendidikan Studi Dasar), Vol 1 No.2
- Lalu Muchsin Effendi dan Faizah, Psikologi Dakwah, Jakarta: Kencana, 2006.
- Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Yuliyatun Tajuddin, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014
- Mubarok, Achmad. (1997). Psikologi Dakwah. Pustaka Firdaus: Jakarta.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2000). Pengantar Umum Psikologi. Jakarta: Bulan Bintang.
- Ramayulis. 2006. Psikologi Agama. Jakarta: Kalam Mulia.
- Ramdhani, Rahmat . Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Agama, Jurnal Syi'ar Vol. 18 No. 2 Juli-Desember 2018.
- Tajuddin, Y. (2015). Walisongo dalam Strategi Komunikasi Dakwah. Addin, 8(2). 2010).