

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Komunikasi Guru

1. Pengertian Strategi Komunikasi Guru

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan “*agaien*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas, jadi strategi adalah konsep suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa “Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu diperang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus”²

Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis – garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.³ Kata strategi berarti cara dan seni menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu.⁴

¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), hal. 61.

² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 1092.

³ Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hal.5

⁴ Made Wena, *Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer suatu tinjauan konseptual Operasional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal.2

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan.

Jadi, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.⁵

Strategi komunikasi guru adalah pemahaman antara beberapa gabungan kata yaitu strategi, komunikasi, dan juga guru. Sedangkan strategi berarti segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.⁶ Demikian pula dengan strategi komunikasi guru yang merupakan paduan perencanaan komunikasi guru (*communication planning*) dan manajemen komunikasi guru (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan. Strategi komunikasi guru ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Sungguh besar peran penting komunikasi dalam strategi pendidikan, karena itu komunikasi sangat baik untuk dipelajari dan

⁵ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 32.

⁶ Moh. Hailaman Salim & Syamsul Kurniawan, *Study Ilmu Pendidikan Islam*, (Jogjakarta: Ar Ruzz Media, 2012), hal. 210.

dilakukan dalam ketercapaian tujuan pendidikan. Apakah tujuan sentral strategi komunikasi itu? R wayne Pace, Brent D Peterson dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *techniques for effective communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu: a. *to secure understanding*, b. *To establish acceptance*, c. *To motivate action*. Pertama adalah *to scure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterima. Adakata ia sudah dapat mengerti dan menerima maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*) pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*).⁷

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasikan oleh informasi, dimana masing masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat tercapai apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Dalam proses komunikasi ini biasanya berbentuk bahasa, gerakan, isyarat, dan simbol yang memiliki makna khusus dan abstrak. Sedangkan komunikasi dalam proses sekunder berlangsung dengan bantuan mekanisme yang dapat melipat gandakan jumlah penerima pesan atau

⁷ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*,, hal. 32.

ditunjukkan untuk mengatasi berbagai macam hambatan fisik/kebendaan/jasadiyah yang akan menghalangi komunikasi primer.

The international Communication for the study of communication Problems mendefinisikan komunikasi sebagai proses dalam mempertukarkan berita, data, pendapat, dan pesan antara perseorangan dan masyarakat.⁸

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini strategi komunikasi guru merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) manajemen komunikasi (*communication management*) guru untuk mencapai tujuan yaitu membentuk karakter religius peserta didik.

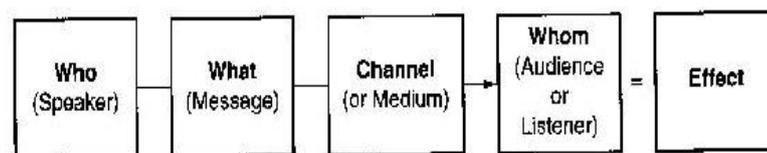
2. Teori Strategi Komunikasi Guru

Banyak teori komunikasi yang sudah ditengahkan oleh para ahli tetapi untuk strategi komunikasi barangkali yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh *Harold Lasswell* yang terkenal itu.

Harload D. Lasswell, seseorang sarjana hukum pada *Yale University*, telah menghasilkan suatu pemikiran mengenai yang komunikasi yang dituangkannya dalam bentuk paper yang kemudian dimuat dalam buku *The Communication of Ideas*, suntingan *Lyman Bryson*. *Laswell* menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “ *who*

⁸ Rusman, et. all., *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Mengembangkan Profesionalitas Guru*, (Jakarta: Raja Grafinda, 2013), hal. 82.

*Say what in which channel to Whom with What effect?*⁹ Teori komunikasi salah satunya yaitu teori Laswell sebagai berikut: “*who Say what in which channel to Whom with What effect?*” yaitu Siapa mengatakan apa dengan saluran apa dengan efek bagaimana.¹⁰



Lasswell's Model.

Bagan 2.1 Teori Komunikasi *lesswell*¹¹

Sedangkan Teori Strategi komunikasi menurut Steve Carteledge dapat digambarkan/ diilustrasikan sebagai berikut :



Bagan 2.2 Teori Strategi Komunikasi¹²

⁹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi*, ... hal. 29.

¹⁰ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu komunikasi*, ...hal. 32.

¹¹ Brent D. Lea P Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hal. 43.

¹² Teori Strategi Komunikasi dalam <http://www.KomunikasiPraktis.com>, (diakses 9 Desember 2018), pukul 20.14 PM.

Sejalan dengan teori Strategi Komunikasi tersebut, maka dapat dipahami bahwa *communication strategy* memiliki beberapa teori dimensi antara lain: 1. *Communication planning*, 2. *Channel strategies*, 3. *Building the effective communication function*, 4. *Developing overarching communication strategy*, 5. *Implementing communication strategy* dan terakhir 6. *communication audits against best practice*. Dalam pemahaman John Mildeton perencanaan komunikasi melingkar atas enam tahapan yakni :

- a. Analisis *audience* dan kebutuhan
- b. Penetapan sasaran komunikasi
- c. Strategi saluran, pesan, dan penerima
- d. Penetapan management obyektif
- e. Implementasi perencanaan yang mencakup dana, sumberdaya, manusia, dan waktu.
- f. Evaluasi yang mencakup evaluasi formatif dan evaluasi summatif.¹³

Setiap usaha komunikasi sama halnya komunikasi advokasi memerlukan strategi. Tahapan tahapan strategi dibangun berdasarkan tahapan analisis yang mengarahkan, merencanakan dan memfokuskan upaya pada tujuan khusus, serta menempatkan pada jalur yang jelas

¹³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi....*, hal. 86.

dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.¹⁴ Advokasi adalah aksi strategis yang ditunjukkan untuk menciptakan kebijakan publik yang bermanfaat bagi masyarakat atau mencegah munculnya kebijakan yang merugikan masyarakat.¹⁵

Ada beberapa definisi tentang perencanaan komunikasi (*Communication Planning*):

- a. Perencanaan komunikasi adalah proses mengalokasikan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media masa dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan ketrampilan-ketrampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam tugas-tugas yang dibebankan.
- b. Perencanaan komunikasi adalah suatu usaha yang sistematis dan kontinu dalam mengorganisir aktivitas manusia terhadap upaya penggunaan sumber daya komunikasi secara efisien guna merealisasikan kebijakan-kebijakan komunikasi.
- c. Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditunjukkan,

¹⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi...*, hal. 84.

¹⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi...*, hal. 82.

dengan peralatan dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.

- d. Perencanaan komunikasi adalah seni dan ilmu pengetahuan dalam mencapai target khalayak dengan menggunakan saluran saluran komunikasi pemasaran, misalnya: periklanan, kehumasan, dan lain lain.¹⁶

Menurut Wina sanjaya bahwa, setiap perencanaan harus memiliki empat unsur sebagai berikut antara lain: adanya tujuan yang harus dicapai, adanya strategi untuk mencapai tujuan, sumber daya yang dapat mendukung dan implementasi setiap keputusan.¹⁷

Pengertian Strategi Orientasi Komunikasi (*Channel strategies*) adalah adanya strategi orientasi, Menurut C. A Peusen, orientasi adalah kesadaran harus mencari arah, bertanya, rasa kagum, takjub, melihat lihat apakah patokan norma-norma.¹⁸ Sehingga *Channel Strategies* dapat dipahami sebuah saluran atau hubungan yang baik yang dapat memberikan kesadaran untuk mencari arah sesuai yang diharapkan.

Pengertian strategi membangun komunikasi yang efektif (*Building the effective communication function*) adalah strategi yang dapat dikembangkan dalam upaya untuk menciptakan atau membangun

¹⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi komunikasi....*, hal. 44.

¹⁷ Wina Sanjaya, *Perencanaan dan Desain System Pembelajaran, Edisi tiga*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 1.

¹⁸ C.A. Peursen, *Orientasi di Alam Filsafat*, (Jakarta: Gramedia, 1991), hal. 243.

komunikasi yang efektif, terdapat lima strategi yang dapat dikembangkan antara lain :

- a. **Respek:** komunikasi harus diawali dengan rasa saling menghargai. Adanya penghargaan biasanya akan menimbulkan kesan serupa dari penerima pesan.
- b. **Empati:** kemampuan untuk menetapkan diri kita pada situasi dan kondisi yang dihadapi orang lain. Sarat utama dari sikap empati adalah kemampuan untuk mendengar dan mengerti orang lain. Sebelum didengar dan dimengerti orang lain.
- c. **Audible:** dapat didengar atau biasa dimengerti dengan baik. Sebuah pesan harus dapat disampaikan dengan cara atau sikap yang biasa diterima oleh penerima pesan. Raut muka yang cerah, bahasa tubuh yang baik, kata kata yang sopan.
- d. **Jelas maknanya:** pesan harus jelas maknanya dan menimbulkan pemahaman.
- e. **Rendah hati:** mengandung makna saling menghargai tidak memandang rendah, lemah lembut, sopan dan penuh pengendalian diri.

Pengertian Strategi Pengembangan Komunikasi (*Developing Overarching Communication Strategy*) adalah strategi dalam melakukan usaha mengembangkan komunikasi antara lain :

- a. Mengidentifikasi audiensi yang dituju
- b. Menentukan tujuan komunikasi tersebut

- c. Merancang pesan
- d. Memilih saluran komunikasi
- e. Menentukan total anggaran
- f. Membuat keputusan
- g. Mengukur hasil dan dampak pada sebuah sasaran.
- h. Mengelola dan mengkoordinasikan proses komunikasi

Pengertian strategi penerapan (*Implementing communication strategy*) adalah usaha dalam melakukan strategi menjalankan dan melaksanakan penerapan komunikasi, dalam penerapannya strategi komunikasi dapat diterapkan dalam suatu organisasi baik pemerintah, organisasi kemasyarakatan maupun organisasi perusahaan, maka sasaran yang dituju adalah beraneka ragam. Dalam penerapannya guru sebagai mediator guru sebagai perantara harus terampil mempergunakan pengetahuan bagaimana orang berinteraksi dan berkomunikasi.¹⁹

Pengertian strategi memilih komunikasi yang terbaik dan praktis (*communication audits against best practice*) adalah usaha dalam memilih strategi dalam menentukan media komunikasi yang tepat, dalam melakukan komunikasi, sering kita dihadapkan pada situasi yang harus memilih media yang tepat dalam menyampaikan pesan. Dengan demikian beragam dan bervariasi bentuk pesan dan informasi yang disampaikan, menuntut media yang tepat agar proses komunikasi dapat berjalan dengan baik. Kemampuan yang dimiliki guru selain kemampuan

¹⁹ Ngainun Naim, *Menjadi Guru yang Inspiratif: Memberdayakan dan Mengubah Jalan Hidup Siswa*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2009), hal. 29-30.

pedagogik, kepribadian, professional adalah kemampuan sosial yaitu kemampuan guru berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sekolah dan luar sekolah. Baik komunikasi dengan peserta didik, sesama pendidik dan tenaga pendidik, orang tua siswa, sehingga terjalinlah komunikasi dua arah yang berkelanjutan, sehingga seorang guru harus memiliki jiwa enterprensip, yang berarti kreatif, inovatif selalu mencari solusi dari permasalahan, menciptakan suasana yang baru, memiliki motivasi yang tinggi.²⁰

3. Langkah – Langkah Strategi Komunikasi Guru

Menurut Anwar Arifin untuk membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

a. Mengenal Khalayak

Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

b. Menyusun Pesan

Merupakan langkah kedua setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan

²⁰ Buchari Alma, *Guru Profesional (Menguasai Metode dan Trampil)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 141-142.

perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

c. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, antara lain : menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedangkan, menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.²¹

Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk, antara lain metode *redudancy*, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Metode *canalizing*, pada metode ini komunikator terlebih dahulu mengenal khalayak dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap – sikap dan motif khalayak.

Menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk, antara lain metode informatif, dalam dunia publistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan (fakta/

²¹ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi*, (Filosofi, Konsep dan Aplikasi), (Bandung: Pustaka Setia), hal. 116

kebenaran). Metode edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Metode koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman. Metode persuasif, merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar.²²

Strategi komunikasi Samovar dan Porter penggunaan kode verbal dan non verbal yang diketahui bersama.

- a. Tidak tergesa – gesa membuat kesimpulan tentang orang lain
- b. Mempertimbangkan kondisi fisik dan lingkungan
- c. Memberikan kesempatan pada pihak lain untuk memberikan *feedback*.
- d. Mengembangkan empati atas dasar asumsi adanya perbedaan.²³

4. Fungsi Strategi Komunikasi Guru

Fungsi komunikasi dalam kehidupan sehari-hari adalah :

- a. Dapat menyampaikan pikiran atau perasaan.
- b. Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan.
- c. Dapat mengajarkan atau memberitahukan sesuatu.

²² *Ibid*, hal. 72-78

²³ Liliwari, Alo, *Gatra – gatra Komunikasi Antar Budaya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal.43

- d. Dapat mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan.
- e. Dapat mengenal diri sendiri.
- f. Dapat memperoleh hiburan atau menghibur orang lain.
- g. Dapat mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang.
- h. Dapat mengisi waktu luang.
- i. Dapat menambah pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan.
- j. Dapat membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan.²⁴

Selain itu, fungsi komunikasi menurut Sean MacBride adalah sebagai berikut :

- a. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Sosialisasi atau pemasyarakatan: penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya

²⁴ Muh Nurul Huda, *Komunikasi Pendidikan*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung Press, 2013), hal. 9.

- dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan buktibukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.
 - e. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan ketrampilan serta kemahiran yang diperlukan bagi semua bidang kehidupan.
 - f. Memajukan kebudayaan: penyebarluasan hasil kebudayaan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horison seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
 - g. Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olahraga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
 - h. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka

agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.²⁵ Jadi komunikasi memiliki fungsi komunikasi yang keseluruhan fungsi memiliki peran penting dalam menjalankan tugas guru dalam melakukan komunikasi terhadap peserta didik.

5. Tujuan Strategi Komunikasi Guru

Dalam berkomunikasi, komunikator memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu :

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b. Mengubah pendapat (*to change the opinion*)
- c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)²⁶

6. Media Komunikasi Dalam Strategi Komunikasi Guru

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yakni: unsur sumber (*Who*, siapa), Unsur pesan (*says what*, mengatakan apa), saluran komunikasi (*in which channel*, pada saluran yang mana), unsur penerima (*to Whom*, kepada siapa), unsur pengaruh (*with what effect*, dengan pengaruh/ dampak apa). Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori....*, hal. 27-28.

²⁶ <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2013-1-01134-MC%20Bab2001.pdf>, diakses pada tanggal 25 Maret 2019 pukul 22.00 WIB

penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.²⁷

Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakat. Pengaruh terisolasi ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Oleh sebab itu, menurut Dr. Everett Kleinjan dari *East west center hawaii*, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia hidup ia perlu berkomunikasi.²⁸

Terdapat empat tingkatan komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu: komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Beberapa pakar lain menambahkan komunikasi intra pribadi, komunikasi diadik (komunikasi dua orang) dan komunikasi publik (pidato di depan Khalayak).²⁹

Jenis media komunikasi menurut karakteristiknya terdapat 4 macam, yaitu media antarpribadi, media kelompok, media publik, media massa.³⁰

Komunikasi yang berlangsung dalam kegiatan *human relation* adalah komunikasi antar personal (*interpersonal communication*). Karena komunikasi ini sifatnya dialogis, maka prosesnya berlangsung secara

²⁷ Werner J. Severin, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2005), hal.55.

²⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Komunikasi...*, hal.1.

²⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 80.

³⁰ <http://repository.uinsu.ac.id/1803/1/Diktat%20Abd.%20Karim%20%20BB.pdf> diakses pada 25 Maret 2019 pukul 21.30 WIB

timbang balik. Sedangkan menurut Dedy Mulyana, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap persertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam percakapan, komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka */face to face*, bisa juga melalui media telepon. Agar komunikasi interpersonal yang kita lakukan melahirkan hubungan interpersonal yang efektif, dogmatism harus digantikan dengan sikap terbuka. Bersama sama dengan sikap percaya dan sikap suportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal.³¹ Media komunikasinya adalah setiap tempat.

Jadi, komunikasi antar pribadi (*interpersonal*) adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang saja, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru murid dan sebagainya. Perbedaan interpersonal dan juga antarpribadi yaitu ketika komunikasi hanya dilakukan oleh si komunikator dan ditujukan kepada si komunikan/penerima pesan, komunikan menerima pesan maka komunikasi terjadi secara interpersonal komunikasi sedangkan jika si komunikan atau penerima pesan kembali memberikan pesan sebagai komunikator kepada si komunikator sebelumnya maka terjadilah komunikasi antarpribadi.

³¹ Jalaludin Rakhmad, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hal.136.

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator atau komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri, dia berdialog dengan dirinya, dia bertanya kepada dirinya dan dijawab oleh dirinya sendiri. Komunikasi intrapribadi biasanya mencakup saat dimana berbagai persoalan oleh dirinya sendiri seseorang membayangkan mempesepikan dan menyelesaikan berbagai persoalan oleh dirinya sendiri. Jadi komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi didalam diri seseorang yang tanpa disadari dan juga dengan disadari dapat membuat pengaruh atau umpan balik terhadap orang lain atau si penerima pesan. Media komunikasinya adalah diri sendiri.

Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam bukunya *Human Communication, A Revision of approaching spech communication*, yang telah disadur oleh Sasa Djuarsa yang dikutip oleh Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi menyatakan bahwa:

komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksut atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemelihara diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.³²

Komunikasi kelompok ialah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka. Kelompok ini bisa kecil dan juga bisa besar. Sehingga bisa dikatagorikan komunikasi kelompok kecil dan juga komunikasi kelompok besar. Jadi komunikasi kelompok adalah

³² Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), hal.124.

komunikasi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang yang lebih dari satu yang bersifat tatap muka seperti komunikasi yang terjadi dalam rapat, briving, dan upacara bendera.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah penyampaian pesan komunikasi melalui atau menggunakan media massa modern, yang meliputi surat kabar, siaran radio, dan televisi yang ditunjukkan kepada umum. Jadi, komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyimpan pesan, seperti pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton TV, tidak tampak oleh si komunikator.

Komunikasi publik (*publik communication*) adalah komunikasi antara seseorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum).³³ Media komunikasinya yaitu mimbar, alun – alun atau rapat akbar.

Komunikasi Organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Karena itu komunikasi organisasi sering disebut komunikasi kelompok dengan kelompok.

Penggolongan media dari segi sifatnya menurut Moh Ali Aziz yaitu media komunikasi tradisional dan media komunikasi modern.

³³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi....*, hal.82.

Media Tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (Khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama dan sebagainya. Media modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronika” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi, seperti radio, televisi, pers, internet dan sebagainya.³⁴

7. Strategi Komunikasi Guru

Perspektif Komunikasi, menurut B. Aubrey Fisher :

a. Komunikasi Mekanistik

Para ahli teori sosial dan filsuf ilmu umumnya sependapat bahwa ilmu sosial/ perilaku amat banyak meminjam dari ilmu fisika, pada saat disiplin baru itu menjalani perkembangan selama tahun –tahun pembentukannya. Perspektif mekanistik komunikasi manusia menekankan pada unsur fisik komunikasi, penyampaian dan penerimaan arus pesan seperti ban berjalan diantara sumber atau para penerimannya. Semua fungsi penting dari komunikasi terjadi pada saluran, lokus, perspektif mekanistik. Ilmu fisika yang dominan pada beberapa abad ini merupakan perspektif mekanistik, umumnya dikenal sebagai “fisika klasik”.

Saluran merupakan tempat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan secara kontinu atau terus – menerus,

³⁴ <http://repository.uinsu.ac.id/1803/1/Diktat%20Abd.%20Karim%20%20BB.pdf> diakses pada 25 Maret 2019 pukul 21.30 WIB

tanpa adanya saluran maka komponen – komponen komunikasi lainnya akan terkatung – katung secara konseptual dalam ruangan. Karena secara jelas perspektif mekanisme menempatkan komunikasi bulat – bulat pada saluran.³⁵

Komunikasi satu arah (*one way communication*) dan komunikasi dua arah (*two way communication*) disebut dengan strategi komunikasi mekanistik. Salah satu strategi komunikasi mekanistik tipe *one way communication* adalah metode ceramah di dalam proses pembelajaran. Yaitu guru menyampaikan materi dan peserta didik menyimaknya dengan baik. Di dalam metode ini komunikan (peserta didik) akan bersikap pasif. Karena mereka hanya mendengar dan menghafal materi yang telah disampaikan guru tersebut. Pada keterangan mengenai strategi mekanistik diatas, hal ini cenderung membuat pembelajaran menjadi kurang efektif. Mengapa? Karena guru tidak peduli apakah pembelajaran yang ia sampaikan diminati dan dibutuhkan oleh peserta didiknya atau tidak. Untuk mensiasati hal ini, penguasaan materi dan metode penyampaian yang efektif dan menarik harus dimiliki oleh guru tersebut. Penggunaan metode komunikasi mekanistik mampu merangsang siswa lebih aktif, agresif karena rasa ingin tahu akan lebih besar. Namun dalam penyampaian pembelajaran juga harus tepat,

³⁵<https://edoc.site/perspektif-komunikasi-pdf-free.html> diakses pada 13 Maret 2019 pukul 08.20

sehingga strategi pembelajaran ini akan terasa pengaruhnya terhadap siswa.³⁶

b. Komunikasi Psikologis

Psikologi merupakan disiplin yang beraneka ragam dengan spesialisasi – spesialisasi yang dihubungkan secara longgar, misalnya psikologi kepribadian, psikologi sosial, psikologi industri, dan lain sebagainya. Sebenarnya, pandangan psikologis komunikasi tidak mencakup semua hal dari satu teori saja dalam psikologi. Ingat bahwa peminjaman komunikasi dari psikologi secara relatif bersifat dangkal dan sporadis. Akibatnya, disini tidaklah dimaksudkan untuk mengemukakan ciri – ciri esensial penjelasan psikologis. Akan tetapi, tujuannya adalah untuk menandai ciri – ciri penjelasan psikologis yang tampaknya mengarahkan ahli komunikasi yang mempergunakannya.

Perspektif psikologis tentang komunikasi manusia memfokuskan perhatiannya pada individu (si komunikator/ penafsir) baik secara teoritis maupun empiris. Secara lebih spesifik lagi, yang menjadi fokus utama dari komunikasi adalah mekanisme internal penerimaan dan pengolahan informasi. Fokus ini telah menimbulkan orientasi komunikasi manusia yang berpusat pada si penerima. Walaupun bidang sebenarnya psikologi yang dipinjam perspektif ini masih tidak jelas, unsur – unsur perantara dari behaviorisme S-O-R dan psikologi kognitif, khususnya teori keseimbangan, cenderung untuk

³⁶<http://gatot-uniwa.blogspot.com/2012/02/model-komunikasi-dalam-pendidikan.html> diakses pada 29 September pukul 09.00.

mendominasi usaha penelitian para ilmuwan komunikasi yang mempergunakan perspektif psikologi.

Pertama – tama, perspektif ini menganggap bahwa manusia berada dalam suatu medan stimulus, yang secara bebas disebut sebagai suatu lingkungan informasi. Dalam model psikologis manusia ditandai sebagai makhluk yang memiliki fungsi ganda menghasilkan dan menerima stimuli jadi manusia adalah seorang komunikator/ penafsir stimuli informasional.

Psikologis komunikasi memiliki model yang berbeda dari model psikologis yang menjelaskan semua perilaku dalam kerangka asumsi bahwa semua manusia dalam medan stimulus menghasilkan sejumlah besar stimulus yang ditangkap oleh orang lain. Karena itu, sampai batas – batas tertentu, tiap komunikator telah terorientasi secara psikologis kepada yang lain.

Penggambaran tentang perspektif psikologis tidaklah merupakan perspektif yang menyatu secara manunggal dalam pengkajian komunikasi. Sebaliknya, dalam kerangka perspektif ini terdapat pendekatan metodologis, konsep yang dipakai, serta definisi operasional yang digunakan, yang amat beranekaragam sampai pada tingkat tertentu. Ketidaksamaan ini mencerminkan sebagian besar kekalutan yang terdapat di dalam disiplin psikologi. Sudah tentu, penekanan pada filter konseptual yang berupa black box (seperti:

sikap, persepsi, keyakinan dan keinginan) telah mempercepat timbulnya arah yang berlainan.³⁷

Strategi komunikasi psikologis mempelajari perilaku individu, termasuk perilaku belajar, merupakan totalitas penghayatan dan aktivitas yang lahir sebagai hasil akhir saling pengaruh antara berbagai gejala, seperti perhatian, pengamatan, ingatan, pikiran dan motif. Komunikasi ini memahami perkembangan perilaku apa saja yang telah diperoleh peserta didik setelah mengikuti pembelajaran tertentu. Komunikasi psikologis menerangkan bahwa dalam proses komunikasi, yang terlibat bukan hanya faktor fisik semata, tapi aspek psikologis setiap individu turut memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Keadaan psikologis seorang individu akan mempengaruhi semua aspek kehidupannya. Salah satu aspek pendidikan yaitu kegiatan belajar. Sebagai guru hendaknya tidak memaksakan diri untuk menyampaikan semua materi ketika ia melihat kondisi psikologis peserta didiknya sehingga dia dapat menganalisis masalah apa yang terjadi. Jadi, guru harus mampu berkomunikasi secara psikologis dengan peserta didiknya.

c. Komunikasi Pragmatis

Pragmatis merupakan studi tentang bagaimana lambang – lambang itu berhubungan dengan orang lain. Aspek pragmatis

³⁷ <https://edoc.site/perspektif-komunikasi-pdf-free.html> diakses pada 13 Maret 2019 pukul 08.20

komunikasi berpusat pada perilaku komunikator sebagai komponen fundamental komunikasi manusia. Pragmatika berpandangan bahwa komunikasi dan perilaku sesungguhnya sama.

Pada prinsipnya perspektif pragmatis merupakan alternatif bagi perspektif mekanistik dan psikologis, dengan memfokuskan pada urutan perilaku yang sedang berlangsung dalam ruang lingkup filosofis dan metodologis teori sistem umum dan teori informasi. Penekanannya pada urutan interaksi yang sedang berjalan, yang membatasi dan mendefinisikan sistem sosial, merupakan pemindahan dari penekanan perspektif interaksional pada pengambilan peran yang diinternalkan. Meskipun demikian, pemberian penekanan pada perilaku interaktif, sekalipun penjelasan kejadiannya itu berbeda, merupakan penekanan yang sama bagi perspektif pragmatis dan interaksional.

Dalam mengkonseptualisasikan komunikasi dari perspektif pragmatis sama saja dengan memperbaharui secara drastis pola pikiran yang semula tentang komunikasi. Akan tetapi, untuk mengkonseptualisasikan komunikasi sebagai suatu tindakan “partisipasi” atau “memasuki” suatu sistem komunikasi ataupun hubungan memerlukan “goncangan” pada cara berpikir kita yang tradisional.³⁸

Strategi komunikasi pragmatis menurut Fisher tindakan atau perilaku yang berurutan dalam konteks waktu dalam sosial. Tindakan

³⁸ <https://edoc.site/perspektif-komunikasi-pdf-free.html> diakses pada 13 Maret 2019 pukul 08.20

atau pengamatan tersebut dapat berupa ucapan, tindakan, atau perilaku. Komunikasi ini memiliki dua arah unsur yaitu tindakan atau perilaku individu yang dipandang sebagai unsur fundamental fenomena komunikasi dan unsur waktu. Urutan-urutan perilaku atau tindakan dari fase ke fase berikutnya membentuk dinamik suatu sistem komunikasi. Untuk memahami komunikasi manusia dalam perspektif pragmatis maka orang harus mencari dan memahami pola-pola interaksinya.

Strategi komunikasi pragmatis akan efektif dalam memecahkan kendala belajar bila di guru dapat mendesain, memanfaatkan, dan mengelolanya dengan baik. Guru dapat memanfaatkan kondisi atau keadaan kelas dengan efektif dan efisien apabila guru dapat memanfaatkan strategi komunikasi ini dalam proses pembelajaran. Strategi komunikasi pragmatis ini jika diterapkan dalam proses pembelajaran melalui metode diskusi, maka ini akan mempermudah guru dalam menyampaikan materi dan tentunya mempermudah peserta didik dalam menyerap materi pembelajaran.

B. Membentuk Karakter Religius

1. Pengertian Karakter

Menurut Wayne mengemukakan bahwa karakter berasal dari bahasa Yunani yang berarti *"to mark"* (menandai) dan memfokuskan pada bagian mana menerapkan nilai-nilai kebaikan dalam tindakan nyata

atau perilaku sehari-hari.³⁹ Karakter adalah watak, tabiat akhlak atau kepribadian seseorang yang terbentuk dari hasil internalisasi berbagai kebajikan (*virtues*) yang diyakini dan digunakan sebagai landasan untuk cara pandang, bersikap, dan bertindak.⁴⁰

Karakter merupakan kulminasi dari kebiasaan yang dihasilkan dari pilihan etik, perilaku, dan sikap yang dimiliki individu yang merupakan moral yang prima walaupun ketika tidak seorang pun yang melihatnya. Karakter mencakup keinginan seseorang untuk melakukan yang terbaik, kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain, kognisi dari pemikiran kritis dan alasan moral, dan pengembangan keterampilan interpersonal dan emosional yang menyebabkan kemampuan individu untuk bekerja secara efektif dengan orang lain dalam situasi setiap saat. Parwes mendefinisikan karakter merupakan sesuatu yang terukir dalam diri seseorang. Karakter merupakan kekuatan batin. Pelanggaran susila (amoralitas) juga merupakan karakter, tetapi untuk menjadi bermoral dan tidak bermoral adalah sesuatu yang ambigu.⁴¹

Jadi karakter adalah akhlak atau kepribadian seseorang yang terbentuk dari hasil internalisasi dan diyakini sebagai landasan untuk cara pandang, bersikap, dan bertindak.

³⁹ E. Mulyasa, *Manajemen Pendidikan Karakter*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 3.

⁴⁰ Asmaun Sahlan & Angga Teguh, *Desain Pembelajaran Berbasis Pendidikan Karakter*, (Jakarta: Ar Ruzz Media, 2012), hal. 13.

⁴¹ Muhammad Yaumi, *Pendidikan Karakter: Landasan, Pilar, dan Implementasi*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 7.

2. Pengertian Religius

Religius adalah suatu sikap dan perilaku yang taat/ patuh dalam menjalankan ajaran agama yang dipeluknya, bersikap toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain, serta selalu menjalin kerukunan hidup antar pemeluk agama lain. Selain itu religius berarti suatu cara pandang mengenai agamanya serta bagaimana orang tersebut menggunakan keyakinan atau agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Kata religi berasal dari bahasa asing *relegion* yang artinya agama atau kepercayaan akan adanya kodrat di atas manusia. Sedangkan relegius berasal dari kata *Religious* yang artinya sifat religi yang terdapat pada diri seseorang.⁴²

Muhaimin juga menyatakan bahwa, kata *religius* memang tidak selalu identik dengan kata agama. Kata *religius*, kata Muhaimin, lebih tepat diterjemahkan sebagai keberagamaan. Keberagamaan lebih melihat aspek yang di dalam lubuk hati nurani pribadi, sikap personal yang sedikit banyak merupakan misteri bagi orang lain karena menapaskan intimitas jiwa, cita rasa yang mencakup totalitas ke dalam pribadi manusia, dan bukan pada aspek yang bersifat formal. Namun demikian, keberagamaan dalam konteks *character building* sesungguhnya merupakan manifestasi lebih mendalam atas agama.⁴³

Jadi religius merupakan suatu sikap dan perilaku yang patuh dalam menjalankan ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari.

⁴² Pengertian relegius dalam <http://www.pengertian-Religius.com>, (diakses 30 Desember 2018), pukul 09.15.

⁴³ Ngainun Naim, *Character Building (Optimalisasi Peran Pendidikan dalam Pengembangan Ilmu & Pembentukan Karakter Bangsa)*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal. 124.

Dan keberagamaan lebih melihat aspek yang di dalam lubuk hati nurani, cita rasa dan dan bukan pada aspek yang bersifat formal.

3. Pengertian Karakter Religius Peserta Didik

Karakter religius sangatlah penting dalam kehidupan seseorang dan menjadi sikap hidup yang mengacu pada tatanan dan larangan sikap yang telah diatur dalam aturan agamanya. Karakter religius sangat dibutuhkan oleh siswa/ peserta didik dalam menghadapi perubahan zaman dan degradasi moral, dalam hal ini siswa/ peserta didik diharapkan mampu memiliki dan berperilaku dengan ukuran baik dan buruk yang didasarkan pada ketentuan dan ketetapan agama.

Nilai-nilai religius merupakan nilai pembentuk karakter yang sangat penting artinya, manusia berkarakter adalah manusia yang religius. Memang banyak pendapat tentang relasi antara religius tidak selalu sama dengan agama.

4. Pengertian Karakter Religius Dalam Perspektif Islam Di Sekolah

Dalam prespektif Islam, pendidikan karakter secara teoritik sebenarnya telah ada sejak Islam diturunkan di dunia, seiring dengan diutusnya Nabi Muhammad SAW untuk memperbaiki atau menyempurnakan akhlak (karakter) manusia. Ajaran Islam mengandung sistematika ajaran yang tidak hanya menekankan pada aspek keimanan, ibadah dan muamalah, tetapi juga akhlak. Pengamalan ajaran Islam

secara utuh atau (*kaffah*) merupakan model karakter seorang muslim, bahkan dipersonalisasi dengan model karakter Nabi Muhammad SAW, yang memiliki sifat *shidiq*, *Tablig*, *amanah*, *fathonah*. Secara spesifik, pendidikan karakter yang berbasis nilai religius mengacu pada nilai-nilai dasar yang terdapat dalam agama (Islam). Nilai-nilai karakter yang menjadi prinsip dasar pendidikan karakter banyak ditemukan dari beberapa sumber, diantaranya nilai-nilai yang bersumber dari keteladanan Rasulullah yang terjewahahkan dalam sikap dan perilaku sehari-hari beliau, yakni *shidiq* (jujur), *amanah* (dipercaya), *tablig* (menyampaikan), *fathanah* (cerdas).⁴⁴

Secara lebih khusus, agama dijadikan sebagai landasan pendidikan ini dapat dicermati pada wahyu pertama yaitu Surat al-‘Alaq ayat 1-5 :

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (١) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (٢) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (٣) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (٤)

عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (٥)

Artinya: “*Bacalah dengan (menyebut) Nama Tuhanmu yang Menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam, Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*”⁴⁵

Ayat-ayat pertama turun itu merupakan ayat-ayat yang mengandung perintah kepada manusia untuk membaca, membaca dan membaca, baik membaca dalam arti tekstual (al-Qur’an sebagai ayat-ayat *qauliyah*) maupun dalam arti kontekstual (alam semesta sebagai ayat-ayat

⁴⁴ M. Furqon Hidayatullah, *Pendidikan Karakter Membangun Peradaban Bangsa*, (Surakarta: Yuma Pustaka, 2010), hal. 61-63.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al Quran dan Tafsir*, (Jakarta: Lintas Media, 2002), hal. 904.

kauniyah). Hal ini karena baca tulis itu merupakan prasyarat sains yang fundamental. Dengan kata lain, lima ayat yang pertama dalam surat al'Alaq ini memerintahkan manusia (khususnya umat Islam) untuk melakukan 'pembacaan' atas semua ciptaan Tuhan dengan berdasarkan pada ketauhidan (nilai-nilai ilahiyah).

Membaca dan menulis adalah merupakan kunci ilmu pengetahuan. 'Membaca' apa saja bila disertai dengan kekuatan daya pikir dan dengan dibimbing oleh hati nurani, maka manusia akan menemukan kebenaran-kebenaran dalam hidupnya secara baik yang kemudian termanifestasikan dalam perilaku kehidupan sehari-hari (amal shalih).

Atau dengan kata lain, bahwa ilmu pengetahuan adalah prasyarat dari amal shalih, yakni amal yang dituntut oleh ajaran agama terhadap pemeluknya. Beramal shalih dalam arti berkarya sesuai dengan sunnatullah itu membutuhkan iman (untuk berkarya di dalam melaksanakan sunnatullah yang diwahyukan) dan ilmu, terutama sains dan teknologi di dalam melaksanakan dan mengambil manfaat sebesar-besarnya pada saat pelaksanaan sunnatullah yang diwahyukan. M. Imadudin Abdul Rahim mengatakan bahwa "Ilmu dan teknologi yang dikembangkan untuk mengisi ruang kehidupan dengan dasar ketaqwaan dan keimanan merupakan karya yang sesuai dengan sunnatullah dan juga merupakan amal yang shalih atau karya yang baik/benar".

Ilmu pengetahuan memang sangat dibutuhkan oleh manusia, sebab dengan modal ilmu pengetahuan menjadikan manusia semakin kritis dalam menanggapi signal-signal yang diisyaratkan alam semesta. Dengan ilmu pengetahuan (yang merupakan buah dari proses ‘pembacaan’) manusia dapat mengetahui, memahami dan melaksanakan ajaran-ajaran agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Hal ini yang menjadi salah satu motif diturunkannya surat al-‘Alaq ayat 1-5, yang menitik beratkan pada perintah membaca, dan melaksanakan ‘pembacaan’ sebagai kunci dari ilmu pengetahuan. Jika perintah membaca dan menulis (lebih tepatnya perintah ‘pembacaan’) sebagai kunci dari ilmu pengetahuan itu tidak diletakkan pada awal turunnya wahyu (sebagai wahyu pertama), maka kemungkinan besar ajaran-ajaran agama yang akan diturunkan dan diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW secara khusus, tidak akan dapat dipahami oleh umat manusia, apalagi dilaksanakan.

Ilmu pengetahuan salah satu yang berperan penting dalam usaha mengajarkan berbagai macam pendidikan maka ilmu sangat penting untuk dijadikan pondasi yang kuat dalam belajar berbagai paham pendidikan. Salah satu paham pendidikan yang berwawasan keagamaan yaitu pendidikan karakter religius.

Sekolah adalah lembaga pendidikan yang paling depan dalam mengembangkan pendidikan karakter. Melalui sekolah proses-proses pembentukan dan pengembangan karakter siswa mudah dilihat dan diukur. Peran sekolah adalah memperkuat proses otonomi siswa. Karakter

dibangun secara konseptual dan pembiasaan dengan menggunakan pilar moral, dan hendaknya memenuhi kaidah kaidah tertentu. Anis Matta dalam membentuk Karakter Muslim menyebutkan beberapa kaidah pembentukan karakter sebagai berikut:

1. Kaidah Kebertahapan

Proses pembentukan dan pengembangan karakter harus dilakukan secara bertahap. Orang tidak bisa dituntut untuk berubah sesuai yang diinginkan secara instan. Namun, ada tahapan tahapan yang harus dilalui dengan sabar dan tidak terburu buru. Orientasi kegiatan ini adalah pada proses bukan pada hasil. Proses pendidikan adalah lama namun hasilnya paten.

2. Kaidah Kesenambungan

Seberapa pun kecilnya porsi latihan yang terpenting adalah kesinambungannya. Proses yang berkesinambungan inilah yang nantinya membentuk rasa dan warna berpikir seseorang yang lama lama akan menjadi kebiasaan dan seterusnya menjadi karakter pribadinya yang khas.

3. Kaidah Momentum

Pergunakan berbagai momentum peristiwa untuk fungsi pendidikan dan latihan. Misalnya bulan ramadon untuk mengembangkan sifat sabar, kemauannya yang kuat, kedermawanan dan sebagainya.

4. Kaidah Motivasi Intrinsik

Karakter yang kuat akan terbentuk sempurna jika dorongan yang menyertainya benar benar lahir dari dalam diri sendiri. Jadi proses “merasakan sendiri”, “melakukan sendiri” adalah penting. Hal ini sesuai dengan kaidah umum bahwa mencoba sesuatu akan berbeda hasilnya antara yang dilakukan sendiri dengan yang hanya dilihat atau diperdengarkan saja. Pendidikan harus menanamkan motivasi /

keinginan yang kuat dan lurus serta melibatkan aksi fisik yang nyata.

5. Kaidah Pembimbingan.

Pembentukan karakter ini tidak bisa dilakukan tanpa seorang guru/ pembimbing. Kedudukan seseorang guru atau pembimbing ini adalah untuk memantau dan mengevaluasi perkembangan seseorang. Guru atau pembimbing juga berfungsi sebagai unsur perekat tempat”curhat” dan sarana tukar pikiran bagi muridnya.⁴⁶

Pendidikan karakter harus berkelanjutan dan tak pernah berakhir (*never ending proses*) sebagai bagian terpadu untuk menyiapkan generasi bangsa yang disesuaikan dengan sosok manusia masa depan, berakar pada filosofi dan nilai nilai kultural relegius bangsa Indonesia. Pendidikan karakter harus menumbuhkan kebanggaan filosofi dan pengalaman atas keseluruhan karakter bangsa ini secara utuh dan menyeluruh (*kaffah*).

⁴⁶ Sri Narwati, *Pendidikan Karakter*, (Sleman: Familia, 2011), hal. 6-7.

Karakter bangsa mengandung perakat budaya dan kultural yang harus terwujud dalam kesadaran kultural (*cultural awareness*) dan kecerdasan kultural (*cultural Intelligence*) setiap warga negara. Pendidikan karakter memiliki makna lebih tinggi dari pendidikan moral karena pendidikan karakter tidak hanya berkaitan dengan masalah benar dan salah, tetapi bagaimana menanamkan kebiasaan (*habituation*) tentang hal hal yang baik dalam kehidupan, sehingga peserta didik memiliki kesadaran, kepekaan dan pemahaman yang tinggi, serta kepedulian dan komitmen untuk menerapkan kebajikan dalam kehidupan sehari hari.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa orang yang berkarakter merupakan sifat alami seseorang dalam merespon situasi secara bermoral yang diwujudkan dalam tindakan nyata melalui perilaku baik, jujur, ikhlas, bertanggung jawab, hormat terhadap orang lain dan nilai nilai karakter mulia lainnya. Proses pembentukan dan pengembangan karakter harus dilakukan secara bertahap. Pembentukan karakter ini tidak bisa dilakukan tanpa seorang guru /pembimbing. Pembentukan karakter memang harus benar-benar ada seorang pembimbing yang bisa mengarahkan peserta didik untuk melakukan hal-hal yang baik, terutama dalam membina pembentukan karakter religius.

C. Peran Guru Dalam Membentuk Karakter Religius Peserta Didik Di Sekolah

Ada strategi komunikasi yang dapat dipilih guru dalam proses pembelajaran. Di antaranya :

1. Guru sebagai penceramah

Ceramah merupakan strategi yang paling sering digunakan guru dalam komunikasi pembelajaran. Richmond dalam Iriantara dan Syarifudin menyatakan bahwa ceramah ini dari sisi pemanfaatan waktu pembelajaran merupakan strategi yang paling efisien karena bisa menyampaikan cukup banyak informasi pada khalayak dengan penggunaan alat bantu sangat minimal.

2. Guru sebagai moderator

Salah satu ciri kelas efektif adalah adanya interaksi positif antara guru dan peserta didik serta di antara sesama peserta didik. Peran guru di kelas yang interaktif adalah sebagai guru moderator. Agar menjadi moderator yang efektif, penting bagi guru untuk memiliki keterampilan seperti dapat mengajukan pertanyaan kepada peserta didik, mendorong peserta didik untuk berpartisipasi aktif, mampu mendorong peserta didik untuk mendalami sendiri materi belajar, dan terampil dalam berbagai teknik interaksi guna mencegah kebosanan.

3. Guru sebagai pembimbing

Dalam pembelajaran yang menekankan aspek psikomotorik, guru berperan sebagai pembimbing. Ketika membelajarkan kemampuan psikomotoris, guru memfasilitasi peserta didik harus berlatih sampai mereka benar-benar menguasai keterampilan tersebut. Bagi peserta didik yang memiliki motivasi tinggi, tidak sulit mengulangi latihan.

4. Guru sebagai manajer

Untuk membangun suasana belajar dan mengefektifkan proses pembelajaran, biasanya guru membagi peserta didik ke dalam beberapa kelompok belajar. Peserta didik yang belajar dalam kelompok biasanya terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, melatih dan meningkatkan kemampuan peserta didik dalam komunikasi interpersonal, dan meningkatkan pemahaman peserta didik terhadap materi pembelajaran oleh sesama peserta didik.

5. Guru sebagai koordinator dan inovator

Untuk mengomunikasikan pembelajaran secara efektif kepada peserta didik, guru dapat berperan sebagai koordinator dan inovator. Komunikasi pembelajaran tidak hanya membutuhkan kemampuan verbal dalam berkomunikasi, tapi juga kemampuan mendesain sumber belajar dan media pembelajarannya.⁴⁷

⁴⁷ Pengertian strategi komunikasi dalam <http://www.tendikpedia.com> (diakses 18 Januari 2019), pukul 09.00

D. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penulis mengemukakan tentang perbedaan dan persamaan bidang kajian yang diteliti antara milik penulis ini dengan milik peneliti-peneliti sebelumnya. Hal ini untuk menghindari adanya pengulangan terhadap kajian mengenai hal hal yang sama pada penelitian ini. Penulis mendapati beberapa hasil penelitian terdahulu seperti dibawah ini. Diantaranya yaitu diperoleh 2 skripsi 1 jurnal antara lain:

1. Jurnal Haditya Saputra “ *Studi tentang kemampuan berkomunikasi guru untuk meningkatkan motivasi belajar siswa di SDN 017 kota Samarinda*” diakses pada 7 oktober 2017 pada jam 05.18 WIB. Dalam fokus penelitiannya meliputi: bagaimana Kemampuan berkomunikasi Guru SDN 017 Samarinda dalam meningkatkan motivasi siswa pada kegiatan belajar mengajar. Sedangkan teknik dan metode yang digunakan antara lain melalui Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga diperoleh hasil bahwa komunikasi guru untuk meningkatkan motivasi belajar siswa di kelas ataupun diluar kelas di dapat karena kemampuan guru dalam mengembangkan sikap positif bagi kegiatan belajar mengajar melalui sikap luwes, terbuka, trampil, bergairah, bersungguh sungguh yang baik.⁴⁸
2. Masturi dalam skripsinya yang berjudul “ *Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Pembinaan Karakter Relegius Peserta didik di SMP Negeri 2 Sumbergempol Tahun pelajaran 2014/2015*” menyampaikan beberapa

⁴⁸ Jurnal Haditya saputra, *Studi Tentang Kemampuan Berkomunikasi Guru Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa*, dalam (<http://www.jurnal.Strategi.komunikasi.com>) diakses: 19 Januari 2019.

kesimpulan sebagai berikut: fokus penelitiannya meliputi a) Peran guru terhadap pembinaan karakter Religius; b) Bentuk dan Metode yang digunakan guru dalam pembinaan karakter Religius peserta didik; c) faktor pendukung dan penghambat dalam pembinaan peserta didik. Sedangkan metode dan teknik yang dipakai yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga mendapatkan hasil bahwa peranan guru terhadap pembinaan karakter religius pada peserta didik melalui kegiatan kegiatan binaan tambahan seperti ekstrakurikuler. Bentuk dan metode yang digunakan melalui bentuk pembelajaran dan akhlaq guru dibudayakan kebiasaan yang membentuk karakter religius seperti; mengucapkan salam, saling menjaga kesopanan, berkata jujur membudayakan senyum solat berjamaah. Melalui kegiatan pembinaan karakter religius ceramah, diskusi, dan tanya jawab guru membina karakter religius. Faktor pendukung dalam pembinaan karakter religius adalah dengan meningkatkan Sumber Daya Manusia melalui penambahan materi yang biasanya bersumber dari LKS dan buku paket, sedangkan faktor penghambat yaitu fasilitas guru yang kurang mendukung serta faktor lingkungan baik internal dan eksternal.

3. Ahmad Mursyidi, dalam skripsinya yang berjudul "*Strategi Komunikasi KH. Ahmad Syarifudin Abdul Ghani dalam Pembinaan Akhlak Pada masyarakat lingkungan Pondok Pesantren Al Hidayat Jakarta Barat*" menyampaikan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Fokus penelitiannya a) strategi komunikasi yang diterapkan KH. Ahmad Syarifudin dalam pembinaan Akhlak pada masyarakat pondok Pesantren al Hidayah

kampung Basmol. b) bentuk komunikasi yang diterapkan KH. Ahmad Syarifudin dalam pembinaan Akhlak pada masyarakat pondok Pesantren al Hidayah kampung Basmol. c) faktor penghambat dan pendukung yang diterapkan KH. Ahmad Syarifudin dalam pembinaan Akhlak pada masyarakat pondok Pesantren al Hidayah kampung Basmol. sedangkan metode dan teknik yang dipakai yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga mendapatkan hasil bahwa peranan guru terhadap pembinaan karakter religius pada peserta didik melalui kegiatan. Sehingga mendapatkan hasil bahwa a) peranan guru terhadap pembinaan karakter religius pada peserta didik melalui mengenal komunikan, menentukan pesan, menentukan metode, strategi membujuk, strategi mengontrol, strategi antisipasi, strategi merangkul, strategi memberi kabar gembira dan memberi peringatan. b) bentuk komunikasi yang dilakukan komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok. c) adanya faktor pendukung dan juga penghambat dalam pembinaan akhlak.

4. Niken Ayuning Tias, dalam skripsinya yang berjudul “*Strategi Komunikasi Guru dalam Membentuk Karakter Religius Peserta Didik di MTs Al Huda Bandung Tulungagung*”, dalam fokus penelitiannya a) strategi komunikasi mekanistik guru dalam membentuk karakter religius peserta didik di MTs Al Huda Bandung Tulungagung b) strategi komunikasi psikologis guru dalam membentuk karakter religius peserta didik di MTs Al Huda Bandung Tulungagung c) strategi komunikasi pragmatis guru dalam membentuk karakter religius peserta didik di MTs

Al Huda Bandung Tulungagung. Sehingga mendapatkan hasil bahwa a) strategi komunikasi mekanistik guru dalam membentuk karakter religius peserta didik melalui komunikasi satu arah yaitu guru menggunakan metode ceramah pada saat menjelaskan materi pada peserta didik, komunikasi guru yang dipengaruhi oleh self belief/ keyakinan pribadi, strategi mind self/ pikiran pribadi, self emotional/ emosi pribadi. Dan komunikasi dua arah yaitu strategi komunikasi personal dan public, meliputi berbagai strategi WOM guru antar guru dan strategi public online guru antar guru atau guru antar peserta didik. b) strategi komunikasi psikologis guru dalam membentuk karakter religius peserta didik melalui usaha guru yaitu strategi menyentuh hati, strategi membimbing, strategi memberi pesan, strategi mengajak dan strategi pembiasaan c) strategi komunikasi pragmatis guru dalam membentuk karakter religius peserta didik yaitu guru melakukan pengamatan ucapan, tindakan/ perilaku, guru melakukan pengamatan pada pembiasaan 5S dan guru melakukan pengamatan pada pembiasaan akhlak melalui kegiatan berjabat tangan.

Dalam Tabel 2.1 persamaan dan perbedaan penelitian.

Judul skripsi/jurnal	Persamaan	Perbedaan
1. Jurnal Haditya Saputra “ <i>Studi tentang kemampuan berkomunikasi guru untuk meningkatkan motivasi belajar</i> ”	Kemampuan berkomunikasi guru, temuan meningkatkan motivasi belajar.	Kemampuan berkomunikasi guru, temuan komunikasi, kemampuan guru dalam strategi komunikasi.

<p><i>siswa di SDN 017 kota Samarinda”</i></p>		
<p>2. Masturi dalam skripsinya yang berjudul “ <i>Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Pembinaan Karakter Relegius Peserta didik di SMP Negeri 2 Sumbergepol Tahun pelajaran 2014/2015”</i></p>	<p>Bentuk dan metode yang digunakan guru, faktor pendukung dan penghambat dalam pembinaan peserta didik.</p>	<p>Peran komunikasi guru, Bentuk dan Metode yang digunakan, faktor pendukung dan penghambat.</p>
<p>3. Ahmad Mursyidi, dalam skripsinya yang berjudul “<i>Strategi Komunikasi KH.Ahmad Syarifudin Abdul Ghani dalam Pembinaan Akhlak Pada masyarakat lingkungan Pondok Pesantren Al Hidayat Jakarta Barat”</i></p>	<p>Adanya strategi dan juga model strategi dalam pembinaan akhlak / karakter.</p>	<p>Strategi komunikasi yang dijalankan berpengaruh, penelitian ini lebih bersifat strategi.</p>
<p>4. Niken Ayuning Tias, dalam skripsinya yang berjudul “<i>Strategi Komunikasi Guru dalam Membentuk Karakter Religius Peserta Didik di</i></p>	<p>Strategi komunikasi guru</p>	<p>Implikasi teori strategi komunikasi guru, Temuan strategi komunikasi guru</p>

<i>MTs Al Huda Bandung Tulungagung</i>		
--	--	--

Dari tabel 2.1 tentang penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang terkait strategi komunikasi guru dalam membentuk karakter religius peserta didik sangat berpengaruh besar dalam usaha guru dalam membentuk karakter religius dan juga bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan guru. Dalam hal ini peneliti mengangkat judul “*Strategi komunikasi guru dalam membentuk karakter religius peserta didik di SMKN 1 Tulungagung*”, dengan menggunakan 3 strategi komunikasi yang digunakan guru dalam membentuk karakter religius peserta didik, yaitu strategi komunikasi mekanistik guru, strategi komunikasi psikologis guru dan strategi komunikasi pragmatis guru yang dikaji lebih mendalam.

E. Paradigma Penelitian

Pembentukan karakter kini menjadi suatu pendidikan yang penting bagi peserta didik agar dapat menjadi penerus bangsa yang dibutuhkan oleh negara Indonesia sekarang ini. Dapat kita lihat bagaimana sikap para siswa sekarang yang memang terkadang membuat kita prihatin dengan tingkah lakunya. Adapun fungsi dari pendidikan karakter ini membentuk karakter yang baik tentunya karakter yang kuat pada siswa dengan memberinya cara-cara bersikap yang diterima oleh masyarakat, agar kehidupan siswa kelak terarah

dengan baik dan membahagiakan. Tugas seorang guru adalah dengan cara apapun bagaimana caranya agar siswa memperoleh pendidikan karakter yang baik dan terhindar dari karakter yang dapat mengganggu di kehidupan masa depannya. Guru hendaknya juga memantau perubahan-perubahan sikap siswa yang dapat mempengaruhi pendidikan karakter religius khususnya. Jika dalam pantauan guru mulai bertingkah tidak sesuai dengan karakter yang diajarkan hendaknya guru segera menasehati dan memperbaiki serta mengembalikan kembali karakter siswa menjadi karakter yang baik.

Dewasa ini karakter religius dihadapkan dengan masalah serius, yakni melemahnya pendidikan karakter religius dan juga komunikasi guru dalam membentuk karakter religius masih dirasa sangat kurang. Maka guru di SMKN 1 Tulungagung sebagai komponen sumber daya manusia yang berkewajiban membina peserta didik dalam membentuk karakter religius melakukan strategi komunikasi. Karena karakter religius yang sangat penting melalui strategi komunikasi guru, guru diharapkan mampu membentuk karakter religius. Ketika berkomunikasi guru dengan peserta didik di dalam kelas juga harus memperhatikan dari segi komunikasi. Diantaranya model komunikasi mekanistik, psikologis dan pragmatis.

Berdasarkan uraian di atas maka paradigma penelitian dari skripsi ini adalah untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi guru untuk membentuk karakter religius peserta didik di SMKN 1 Tulungagung.

Tabel 2.3 Bagan Paradigma Penelitian

