

Pengembangan Metode Komunikasi Dakwah Tabligh Komunitas *Life Is Right* dalam Membentuk Karakter Pancasila pada Anak

Fajar Istikhomah

Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Madiun, Indonesia
fi905@ummad.ac.id

Awit Istighfarin

Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Madiun, Indonesia
Ai162@ummad.ac.id

Putri Balqis Al-Kubro

Ilmu Aktuaria, Universitas Muhammadiyah Madiun, Indonesia
pba593@ummad.ac.id

Malik Ibrahim

Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Madiun, Indonesia
Mi747@ummad.ac.id

Muhammad Qolbi Shobri

Ilmu Aktuaria, Universitas Muhammadiyah Madiun, Indonesia
Mqs151@ummad.ac.id

Diserahkan: 25 Januari 2024; Direvisi: 12 Maret 2024; Diterima: 19 Maret 2024

Abstract

Da'wah is the simplest but most special form of communication. Meanwhile, Tabligh is a form of da'wah that functions to introduce material or internalize Islamic value towards Mad'u. in the development of science, scholarship that studies da'wah is increasingly developing. So, there are developments in the method to make easier for Mad'u to receive message or da'wah materials, one of which is by understanding Mad'u condition psychologically. This research focuses on how to develop Tabligh da'wah communication methods for children. This needs to be done because children have psychological specialties. Meanwhile, the research method used was descriptive-qualitative, with a psychological approach and participatory action research. This research succeeded in describing the development of the Tabligh da'wah communication method carried out by Life is Right (LR) community to make it easier for children to receive the message or material conveyed. These methods are wayang, hand puppets, drama, puzzles, and discussions with the message of preaching Pancasila characters.

Keywords: Da'wah, Communication, Tabligh, Pancasila Character

Abstrak

Dakwah merupakan sebuah bentuk komunikasi yang paling sederhana namun memiliki keistimewaan. Sedangkan tabligh merupakan salah satu bentuk dakwah yang berfungsi untuk mengenalkan materi atau menginternalisasi nilai Islam terhadap mad'u. dalam perkembangan ilmu pengetahuan, keilmuan yang mengkaji dakwah semakin berkembang. Sehingga, terdapat pengembangan-pengembangan dalam metodenya untuk mempermudah pesan atau materi dakwah diterima oleh mad'u, salah satunya adalah dengan memahami kondisi mad'u secara psikologi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pengembangan metode komunikasi dakwah tabligh terhadap anak. Hal tersebut perlu dilakukan, karena anak memiliki keistimewaan secara psikologis. Sedangkan metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif, dengan pendekatan psikologi dan *participatory action research*. Dalam penelitian ini berhasil mendeskripsikan pengembangan metode komunikasi dakwah tabligh yang dilakukan komunitas Life is Right (LR) untuk mempermudah anak-anak menerima pesan atau materi yang disampaikan. Metode tersebut yaitu wayang orang, boneka tangan, drama, puzzle, dan diskusi dengan materi dakwah karakter Pancasila.

Kata Kunci: Dakwah, Komunikasi, Tabligh, dan Karakter Pancasila

PENDAHULUAN

Tabligh merupakan salah satu metode dakwah *bil lisan*. Metode tersebut digunakan da'i dalam mengenalkan materi dakwah atau mensosialisasikan materi dakwah. Tahap ini juga disebut sebagai tahap pembentukan (takwin). Pada masa Rasulullah, tabligh digunakan untuk menginternalisasikan islam dalam kepribadian mad'u, kemudian apa yang telah diterima dapat dicerna dan diekspresikan melalui sikap dan ghirah membela islam (Ahmad, 2008). Begitupun di era modern ini, tabligh digunakan untuk memberi pemahaman mengenai materi dakwah dalam bentuk lisan. Penggunaan tabligh sebagai sosialisasi materi dakwah masih digunakan, namun seiring berkembangnya ilmu pengetahuan telah dilakukan berbagai pengembangan dari metode komunikasi dakwah tabligh maupun pengelompokan mad'u.

Tujuan komunikasi dakwah bukan hanya sekedar untuk mengetahui isi dari materi dakwah tersebut. Melainkan untuk merubah sikap dan tingkah laku dari mad'u sesuai dengan harapan materi atau pesan dakwah yang disampaikan (Saputra, 2012). Jika dalam psikologi, tujuan tersebut selaras dengan tujuan *learning* yang menekankan komponen perilaku pembelajaran, tetapi juga mempelajari informasi dengan membaca dan memperoleh pengetahuan. Komponen tersebut ditujukan supaya terdapat perubahan dan mempengaruhi perilaku (Saputra, 2012). Maka dapat dikatakan bahwa komunikasi dakwah dan *learning* dalam psikologi memiliki kesamaan yaitu bukan hanya pada efek kognitif namun juga afektif mad'u. Afektif (sikap) merupakan kemampuan internal yang penting untuk mengambil Keputusan, yang memungkinkan seseorang untuk bertindak dan menemukan berbagai pilihan (Alifah, 2019).

Keberhasilan mad'u dalam menerima pesan dakwah cenderung berbeda karena memiliki kondisi psikologis yang berbeda. Tujuan psikologi dalam komunikasi adalah untuk memastikan bahwa komunikator dan komunikan berkomunikasi dengan baik (Mukhlisin et al., 2023). Setiap individu memiliki karakter yang unik yang dipengaruhi oleh hereditas (pewarisan) dan lingkungannya (Saputra, 2012). Begitu juga dengan pemahaman seseorang dalam mendengarkan dipengaruhi oleh beberapa faktor, Boyle mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman mendengarkan dalam tiga kelompok yaitu faktor pendengar (mad'u), faktor pembicara (da'i) dan faktor dalam materi dan media. Salah satu hal penting yang mempengaruhi faktor pendengar adalah usia (Öztaş & Mart, 2015). Maka dalam penyampaian materi dakwah akan lebih mudah dipahami jika mengetahui kondisi psikologi mad'u dari segi usia.

Faktor usia pada mad'u sangat penting untuk diperhatikan dalam menyampaikan pesan dakwah. Psikologi mad'u terutama anak-anak tidak memiliki konsentrasi yang dan kemungkinan tersampainya pesan akan semakin kecil. Maka dibutuhkan pengembangan metode komunikasi dakwah tabligh yang dengan mad'u anak-anak agar penyampaian bisa diterima dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan pengembangan metode komunikasi dakwah tabligh yang dilakukan oleh komunitas Life is Right dengan memahami kondisi psikologis mad'u.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Kajian pustaka diusahakan dari sumber primer/utama.

KOMUNIKASI DAKWAH

Komunikasi dalam dakwah merupakan satu kesatuan. Abdul Pirol menyatakan dalam bukunya bahwa dakwah merupakan komunikasi dengan proses yang dasar. Dalam berkomunikasi dibutuhkan pesan yang disampaikan oleh informan (pengirim pesan) kepada penerima pesan. Dapat dikatakan bahwa komunikasi secara sederhana merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada

komunikasikan melalui media yang akan menimbulkan akibat tertentu. Hal ini selaras dengan pengertian dakwah yang merupakan bagian dari informasi atau pesan yang ingin disampaikan sebagai suatu sistem yang penting dalam Gerakan Islam (Piról, 2018).

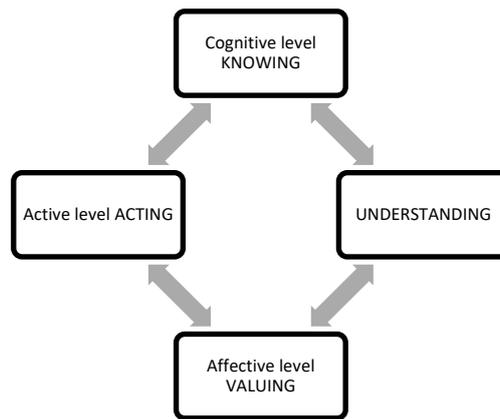
Proses dakwah dan komunikasi memiliki persamaan yaitu untuk menyampaikan informasi atau pesan tersebut. Namun dakwah memiliki misi khusus mengenai pesan atau informasi berupa ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Sehingga dapat dikatakan bahwa dakwah dan komunikasi merupakan sebuah proses alami yang menjadi satu kesatuan. Di bawah ini merupakan tabel komunikasi dakwah dengan misi khususnya yang berbeda dengan komunikasi secara konvensional.

Tabel 1. Komunikasi Dakwah

No.	Komponen	Uraian
1	Sumber (<i>Source</i>)	Al-Qur'an dan Sunnah, hasil ijtihad ulama
2	Komunikator (<i>da'i</i>)	a. Khusus: Ulama, mubaligh atau da'i. b. Umum: setiap Muslim yang mukallaf dan memahami ajaran Islam.
3	Pesan (<i>message/mada'</i>)	a. Al-Qur'an dan sunnah, Sejarah Islam dan hasil ijtihad. b. Penjelasan mengenai Al-Qur'an dan sunnah dalam keseharian atau kehidupan.
4	Metode (<i>approach/thoriqoh</i>)	a. Hikmah, mau'idzatul hasanah dan mujaadalah b. Kasih sayang dan toleransi kehidupan, akhlakul karimah c. Persuasive, rekreatif dan informatif.
5	Tujuan (<i>destination</i>)	a. Perubahan sikap dan tingkah laku sesuai dengan pesan yang disampaikan. b. Terwujudnya sikap yang sesuai dengan Al-Qur'an dan as-sunnah.
6	Media (<i>wasilah</i>)	a. Media cetak: Surat kabar, buku, majalah, jurnal, dll. b. Media elektronik: web, televisi, internet, youtube, radio dll.
7	Komunikasikan (<i>mad'u</i>)	Masyarakat secara umum baik beragama Islam ataupun bukan dengan berbagai perbedaan baik sosial, ekonomi, budaya, Pendidikan, usia dan lain-lain.

Sumber: (Saputra, 2012)

Jadi dari tabel di atas sudah terlihat bahwa dakwah adalah bentuk komunikasi yang khas dan khusus, atau disebut juga komunikasi-plus. Perbedaan dari khasnya dakwah yaitu terletak pada sumber, komunikator, pesan, *approach*, dan tujuan dakwah sendiri yang terdapat standar pakemnya yang dikaji melalui keilmuan dakwah itu sendiri.



Gambar 1. *Learning Cycle* (Majid & Andayani, 2013)

Komunikasi dakwah memiliki tujuan sama dengan *learning* yang sudah dibahas di latar belakang. Maka dalam hal ini terdapat sebuah siklus dalam *learning to do* atau disebut *learning cycle* dari Quisumbing (Majid & Andayani, 2013).

Pada tahap pertama yaitu *cognitive level-knowing* yang berisikan kemampuan untuk mengenali dan mengingat baik diri sendiri maupun orang lain dalam suatu pekerjaan dikenal dengan peristilahan, definisi, fakta-fakta, gagasan, pola, prinsip dasar dan sebagainya. Tahap kedua yaitu *conceptual level-understanding* merupakan kemampuan untuk menangkap makna dan arti dari informasi atau pengetahuan yang disampaikan. Tahap ketiga, *affective level-valuing* yang merupakan tahap penginternalisasian dan pengintegrasian atas informasi dan pengetahuan yang didapatkannya kedalam sikap dan perilaku. Tahap empat, *active level-acting* yaitu akhir dari nilai untuk mengarah pada Tindakan (Majid & Andayani, 2013).

DAKWAH TABLIGH

Tabligh berasal dari bahasa Arab dengan kata dasar “*balagha*” yang berarti sampai dan dalam bentuk *fi’il muta’addi* berarti menyampaikan. Jadi *tabligh* dalam konteks dakwah diartikan menyampaikan atau menginformasikan ajaran Islam kepada manusia agar diimani dan dipahami, serta dijadikan pedoman hidup (Umro’atin, 2019). Perintah tabligh pada awalnya ditujukan untuk nabi Muhammad SAW dalam Al-Qur’an surat Al-Maidah ayat 67:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Wahai Rasul! Sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jikan tidak engkau lakukan (apa yang diperintahkan itu) berarti engkau tidak menyampaikan amanat-Nya. Dan Allah memelihara engkau dari (gangguan) manusia. Sungguh, Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang kafir.” (Al-Maidah:67)

Pada ayat tersebut, tabligh merupakan kewajiban Rasulullah (Muhammad SAW) yang menjadi tiang penting agama. Namun setelah nabi Muhammad wafat, disambut, ditiru dan diteladani dan diteruskan oleh umatnya (Hamka, 2018). Dapat dikatakan bahwa dakwah tabligh harus tetap ada selama kehidupan manusia masih ada, dalam Upaya menyebarkan atau membumikan ajaran Islam tersebut.

Mengenai penyampaian ajaran islam kepada Mad’u, tabligh diwajibkan oleh Allah sebagai tahapan dalam dakwah. Tabligh disyaratkan sebelum membentuk sebuah jamaah, lalu ditindaklanjuti dengan adanya *ta’lim* (pengajaran) dan *ta’dib* (pembinaan) (Umro’atin, 2019). Dapat dikatakan juga tabligh diartikan sebagai proses internalisasi dari nilai-nilai Islam tersebut.

KARAKTER PANCASILA

Pancasila merupakan ideologi bangsa Indonesia. Selain sebagai ideologi, Pancasila juga mengandung nilai-nilai karakter yang harusnya dimiliki Masyarakat Indonesia. Karakter Pancasila menjadi salah satu program studi yang digalakan pemerintah yaitu dengan kementerian pendidikan dan kebudayaan dikurikulum Merdeka ini. Kemudian kemedikbud menuliskan karakter-karakter Pancasila yang diajarkan harus memiliki nilai-nilai sebagai berikut (Kemendikbud.go.id):

- a. Beriman, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan berakhlak mulia
Berakhlak dalam hubungannya dengan Tuhan Yang Maha Esa. Ia memahami ajaran agama yang dianut dan kepercayaannya serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari dengan elemen penting dari akhlak agama, akhlak pribadi, akhlak kepada alam, akhlak kepada manusia dan akhlak beragama.
- b. Berkebinekaan global
Berbhinekaan global nerarti mempertahankan budaya asli, tempat tinggal, dan identitasnya namun tetap terbuka saat berinteraksi dengan orang lain, yang menghasilkan rasa saling menghargai dan kemungkinan terbentuknya budaya baru baik dan tidak bertentangan dengan budaya asli negaranya. Elemen kunci berkebhinekaan global yaitu:
 - 1) Mengetahui dan menghargai budaya
 - 2) Memiliki kemampuan komunikasi intercultural dalam berinteraksi dengan sesama.
 - 3) Refleksi dan tanggung jawab terhadap pengalaman kebhinekaan.
- c. Gotong royong
Memiliki kemampuan gotong royong, yaitu kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain dengan suka rela agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar, mudah dan ringan. Elemen penting gotong royong adalah kerja sama, berbagi dan kepedulian.
- d. Mandiri
Yaitu bertanggung jawab atas proses dan hasil belajarnya, serta dengan komponen mandiri penting seperti regulasi diri, situasi dan kesadaran diri.
- e. Bernalar kritis
Mampu memproses informasi kualitatif dan kuantitatif secara objektif, menghubungkan berbagai informasi, menganalisis, mengevaluasi, dan membuat kesimpulan. Dengan elemen kunci bernalar kritis yaitu:
 - 1) Memperoleh dan memproses ide dan data.
 - 2) Menganalisis dan mengevaluasi penalaran.
 - 3) Merefleksi pemikiran dan proses berpikir.
 - 4) Mengambil Keputusan.
- f. Kreatif
Menjadi anak atau pelajar yang kreatif mampu memodifikasi dan menghasilkan sesuatu yang orisinal, bermanfaat, bermakna dan berdampak.

PSIKOLOGI MAD'U ANAK

Psikologi secara bahasa berasal dari kata *psyce* yang memiliki arti jiwa dan *logo* artinya ilmu pengetahuan. Dapat dikatakan psikologi merupakan ilmu yang fokus mempelajari tentang jiwa dan gejala-gejalanya (Ibrahim, 2023). Mengingat jiwa sendiri dapat diselidiki dan dipelajari melalui perilakunya, maka psikologi sering dikatakan sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia (Gunarsa, 2004). Sedangkan mad'u berasal dari Bahasa arab yang berbentuk *isim maf'ul* (kata yang menunjukkan sasaran atau objek) (Saputra, 2012).

Menurut usia, kalangan mad'u mulai dari anak usia dini, taman kanak-kanak, usia sekolah dasar, usia remaja awal dan remaja akhir, atau usia sekolah menengah pertama (SMP) dan usia sekolah menengah atas (SMA), kemudian dilanjutkan dengan masa adolesen, atau disebut sebagai peralihan antara masa remaja dan masa dewasa, hingga masa tua (Kamaludin, 2015).

Masa anak dimulai setelah masa bayi yang pemula dengan “ketergantungan”. Masa anak-anak terjadi sejak usia 2-12 tahun. Namun Hurlock membagi masa anak-anak menjadi dua yaitu masa awal anak yaitu masa awal anak yaitu dari usia 2-6 tahun dan masa anak akhir pada usia 6-12 tahun (Soetjiningsih, 2012). Berkaitan dengan usia, Piaget merumuskan perkembangan kesadaran dan pelaksanaan aturan dalam membagi menjadi beberapa tahapan dalam dua domain yakni kesadaran mengenai aturan dan pelaksanaan aturan (Majid & Andayani, 2013):

- a. Tahapan pada domain kesadaran aturan:
 - 1) Pada usia 0-2 tahun, aturan dianggap tidak memaksa.
 - 2) Pada usia 2-8 tahun, aturan dianggap sacral dan diterima tanpa pertimbangan.
 - 3) Pada usia 8-12 tahun, aturan diterima sebagai hasil persetujuan.
- b. Tahapan pada domain pelaksanaan aturan.
 - 1) Bagi anak usia 0-2 tahun, aturan hanya dilakukan secara motoric.
 - 2) Bagi anak usia 2-6 tahun, aturan dilakukan dengan orientasi diri sendiri.
 - 3) Bagi anak usia 6-10 tahun, aturan dilakukan sesuai kesepakatan.
 - 4) Bagi anak usia 10-12 tahun, aturan dilakukan karena sudah dikumpulkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan psikologi komunikasi. Metode kualitatif deskriptif adalah metode yang bergantung pada pengolahan data yang bersifat deskriptif (Hanyfah et al., 2022). Dalam penelitian ini, peneliti terlibat langsung dalam program yang dilakukan atau disebut *Participatory Action Research* (PAR). PAR merupakan sebuah komponen penting dalam sebuah proses (Guy et al., 2020). Peneliti melakukan observasi partisipatif secara aktif dan terlibat secara langsung, dan melakukan wawancara terhadap komunikator (da'i), serta mad'u yang menjadi sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SEKILAS MENGENAL KOMUNITAS LIFE IS RIGHT

Komunitas *Life is Right* (LR) merupakan salah satu komunitas yang beranggotakan pemuda-pemuda di Grobogan yang bergerak dalam bidang sosial. Komunitas ini didirikan pada 5 Mei 2018 dan diprakarsai oleh sekelompok pemuda yang disebut badan pendiri di Grobogan. Dalam visinya, “*Menjadi organisasi sosial kepemudaan yang mampu bersinergi, tanggap dan mandiri dalam berperan pembangunan SDM di Indonesia dengan berlandaskan nilai-nilai Pancasila*” yang diwujudkan melalui misinya, yaitu:

- a. Berperan aktif dalam peningkatan kualitas Pendidikan melalui pengembangan karakter bangsa Indonesia.
- b. Mendukung Upaya pembentukan lingkungan sosial yang suportif untuk tumbuh kembang berbasis keluarga.
- c. Mendorong kesadaran Masyarakat akan kepedulian sosial sebagai kebutuhan dalam kehidupan berbangsa.
- d. Mengoptimalkan potensi pemuda untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat berlandaskan rasa empati.

LR memiliki beberapa program salah satunya adalah Pendidikan karakter yang disingkat PINTER. Kegiatan LR dalam upayanya berkontribusi untuk membangun karakter anak bangsa dilakukan dalam setahun sekali dan dalam jangka waktu tiga bulan dalam setiap program. PINTER merupakan program tahunan komunitas LR sebagai Upaya mereka untuk menggerakkan pemuda dalam berkontribusi membangun karakter anak bangsa. Selain itu, tujuan dari program ini melatih kreatifitas pemuda sebagai penerus bangsa.

Kegiatan tersebut sudah terlaksana dua kali dengan tema Pendidikan karakter atau disingkat menjadi "PINTER". Namun pinter pertama dan pinter kedua memiliki sedikit perbedaan. Jika pinter 1 memiliki acuan pada *akhlaqul karimah* maka pinter 2 menggunakan nilai-nilai dari Pancasila.

PENGEMBANGAN METODE KOMUNIKASI DAKWAH TABLIGH

Pengembangan metode dakwah tabligh dilakukan karena pengaruh dari psikologi mad'u. Adapun dalam pengembangan metode komunikasi tabligh sendiri yaitu pengembangan pada metode komunikasi atau cara komunikasi dakwah tabligh.

a. Pesan atau materi yang disampaikan

Program pinter dilaksanakan dua kali, mengalami perkembangan dari indikator karakter yang di angkat dari masing-masing pelaksanaan. Jika PINTER pertama berkaitan dengan *akhlaqul karimah* maka yang kedua mengangkat tema karakter Pancasila. Keputusan pengambilan nilai karakter Pancasila untuk menjadi materi dakwah memiliki alasan bahwa pada dasarnya sebagai warga negara Indonesia maka karakter dasar yang harus dimiliki adalah nilai-nilai dari Pancasila.

Menurut ketua LR memilih Pancasila sebagai nilai yang diajarkan adalah karena Pancasila merupakan ideologi bangsa Indonesia (Sanjaya, Wawancara, 16 Maret 2023). Disisi lain Pancasila memiliki nilai yang kompleks untuk membentuk karakter bangsa. Pancasila juga merupakan hasil kepekatian bangsa yang tidak bertentangan dengan agama manapun. Tapi pada dasarnya Pancasila dapat dikatakan sebagai nilai-nilai agama Islam yang diinternalisasikan dalam bentuk ideologi negara.

b. Da'I (Komunikator)

Da'I (komunikator) dalam PINTER II yaitu kelompok pemuda di Kabupaten Grobogan. Baik dari pengurus, anggota, sahabat ataupun *volunteer* yang tertarik dalam mengikuti kegiatan tersebut. Tujuan pemilihan pemuda sendiri yaitu untuk melatih kreatifitas pemuda dan mendorong pemuda dalam kontribusinya mengamalkan ilmu yang didapatkannya. Sehingga menumbuhkan rasa tanggungjawab dan jiwa sosial yang tinggi sebagai generasi penerus bangsa.

c. Mad'u (Komunikan)

Penelitian ini lebih berfokus pada PINTER II Dimana telah diikuti oleh 80 anak dari usia sasaran yaitu 6-12 tahun. Dalam usia ini merupakan masa pembentukan karakter-karakter yang seharusnya dimiliki oleh anak. Alasan pemilihan mad'u anak-anak yaitu sesuai dengan tujuan untuk membangun karakter penerus bangsa. Selain itu, anak-anak cenderung lebih mudah untuk menerima informasi dalam Pembangunan karakter. Selain itu secara psikologi, anak usia tersebut cenderung menerima informasi secara konkrit atau dapat melogika apa yang diterima yang disebut sebagai anak operasional, sedangkan di bawah tujuh tahun, anak belum dapat melogika namun harus digambarkan secara langsung.

d. Metode komunikasi dakwah tabligh

Pengembangan metode komunikasi dakwah yang dilakukan merupakan sebagai salah satu cara agar pesan atau materi dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami oleh mad'u. metode komunikasi tabligh yang dilakukan komunitas LR merupakan cara agar anak

mudah menangkap pesan dakwahnya. Jika dalam *learning cycle* dalam waktu tiga bulan tersebut dapat terselesaikan dari *knowing (cognitive level)*, *understanding (conceptual level)*, *valuing (affective level)*, dan *acting (active level)*,jo ; sehingga akan terdapat perubahan dari perilaku anak sendiri.

- 1) *Cognitive level-knowing* yang mana anak-anak diharapkan mampu untuk mengenali dan mengingat baik dari peristilahan, gagasan, pola dasar, definisi dari nilai-nilai Pancasila yang disampaikan.
- 2) *Conceptual level-understanding* yaitu anak-anak mampu untuk menangkap makna dan arti informasi atau pengetahuan yang disampaikan, dalam hal ini adalah nilai karakter Pancasila dengan pemahaman dan pemikirannya.
- 3) *Affective level-valuing* yaitu tahap penginternalisasian dan pengintegrasian atas karakter Pancasila yang didapatkannya kedalam sikap dan perilaku.
- 4) *Active level-acting* merupakan akhir dari nilai untuk mengarah pada Tindakan yang mengarah pada kebiasaan sehingga menjadikan karakter Pancasila sebagai karakter dasar anak.

Seperti pembahasan pada latar belakang bahwa kondisi psikologi anak ketika mereka mendengarkan materi atau ilmu pengetahuan maka semakin lama akan semakin bosan. Dalam hal ini ada beberapa cara metode komunikasi yang dilakukan LR dalam menyampaikan setiap nilai karakter Pancasila dengan cara yang berbeda. Berikut adalah karakter yang disampaikan dan metode komunikasi yang digunakan:

- 1) Sila ke-1 dengan tema mengenalkan agama, tempat ibadah serta menjunjung toleransi dengan menggunakan gambar yang menarik untuk anak-anak. Dengan memasang tempat ibadah dan agamanya. Serta metode komunikasi yang digunakan sangat interaktif dengan memberikan contoh sesuai dengan berbagi cerita pengalaman masing-masing.
- 2) Sila ke-2 mengangkat materi kewajiban membantu sesama atau tolong menolong terhadap terhadap makhluk hidup. Dalam penyampaianya melalui cerita atau *telling story* yang memanfaatkan boneka tangan.



Gambar 2. Puzzle dan Story Telling (LR, 2022)

- 3) Sila ke-3 dengan *madda'* yang disampaikan adalah pengenalan pulau dan suku di Indonesia yang beragam serta sikap pertemanan dan persatuan yang harus dimiliki anak. Penyampaian sila ke-3 menggunakan puzzle untuk mengenalkan pulau dan wayang animasi orang dalam menyampaikan pesan pertemanan dan persatuan yang harus dimiliki.

- 4) Sila ke-4 yaitu mengajarkan tentang musyawarah. Seperti yang kita ketahui bahwa islam juga mengajarkan jalan musyawarah dalam mengambil keputusan. Maka perlunya mengetahui pentingnya dan cara bermusyawarah menjadi hal penting. Metode komunikasi yang digunakan dalam hal ini adalah komunikasi antar kelompok. Dimana anak-anak dibentuk menjadi beberapa kelompok untuk belajar bermusyawarah memilih ketua kelompok masing-masing, serta alasan mengapa memilih ketua tersebut.
- 5) Sila ke-5 yaitu memberi pesan untuk memilih teman dan seorang pemimpin tidak memilih karena uang, keluarga ataupun teman. Tetapi lebih memandang karakter yang dimilikinya seperti jujur, amanah, adil, dan lain-lain. Dalam metode komunikasinya dikemas dengan drama singkat.



Gambar 3. Drama (LR, 2022)

Adapun dibawah ini merupakan table komunikasi dakwah yang dilakukan komunitas LR dalam membangun karakter anak.

Tabel 1. Analisis Komunikasi Dakwah

No.	Komponen	Uraian
1	Sumber (<i>Source</i>)	Al-Qur'an dan Sunnah, hasil ijtihad ulama
2	Komunikator (<i>da'i</i>)	Pengurus dan <i>volunteer</i> LR
3	Pesan (<i>message/mada'</i>)	Pancasila
4	Metode (<i>approach/thoriqoh</i>)	Tabligh
5	Tujuan (<i>goals</i>)	Perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan pesan yang disampaikan
6	Media (<i>wasilah</i>)	Boneka, wayang. Gambar dll
7	Komunikan (<i>mad'u</i>)	Anak-anak TPQ Al-Ikhlas Desa Temon Kecamatan Brati Kabupaten Grobogan

Sumber. (Saputra, 2012)

Adapun dalam menyampaikan pesan dakwah perlu diperhatikan beberapa hal mengenai kondisi psikologi anak yang berbeda. Terdapat beberapa anak yang harus diperhatikan secara khusus selama hal tersebut berlangsung. Maka dari LR ada yang bertugas menjadi *shadow teacher*. *Shadow teacher* bertugas

mendampingi anak-anak dengan kelompok kecil dan memberi perhatian khusus untuk anak-anak yang membutuhkan hal tersebut.

ANALISIS PENGEMBANGAN METODE KOMUNIKASI DAKWAH TABLIGH

Pengenalan mad'u merupakan salah satu cara untuk melakukan dakwah yang efektif. Dimana keadaan mad'u sendiri dapat di klasifikasikan dalam psikologi. Keadaan psikologi mad'u sendiri salah satunya dipengaruhi oleh usia. Maka sangat penting bagi da'I untuk melihat usia mad'u agar dapat menentukan materi, metode dan media yang tepat untuk berdakwah. Pengenalan mad'u dapat membantu da'I dalam merencanakan dan mengatur dakwah. Da'I memiliki kemampuan untuk mengkonsep materi atau pesan yang disampaikan, menetapkan metode yang tepat, penggunaan media yang efektif, dan menetapkan metode yang tepat, penggunaan media yang efektif, dan menetapkan jadwal waktu yang tepat. Da'I juga dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi kesulitan atau kendala dalam dakwah (Kamaludin, 2015).

Sasaran dakwah tabligh yang dilakukan oleh komunitas LR adalah anak-anak berusia 6-12 tahun. Pada usia tersebut, anak mulai menerima informasi dengan memikirkannya dan menerima aturan yang dilakukan berdasarkan kesepakatan (Majid & Andayani, 2013). Sama halnya yang dikatakan oleh ketua LR bahwa anak di usia tersebut cenderung menerima informasi secara konkrit atau dapat melogikan apa yang diterima yang disebut sebagai anak operasional, sedangkan dibawah tujuh tahun, anak belum bisa melogikakan sehingga harus digambarkan secara langsung (Sanjaya, Wawancara, 16 Maret 2023). Hal tersebut juga sejalan dengan tahapan menurut Piaget pada saat itu anak mulai menerima hasil kesepakatan yang ada dalam Masyarakat. Sedangkan anak diatas 8 tahun mampu menerima informasi dengan pemikirannya. Artinya anak tidak hanya menerima informasi tanpa pemikiran. Pada tahap ini, anak akan mengelola informasi yang di dapatkannya dan mampu memahaminya (Majid & Andayani, 2013).

Anak-anak memiliki kepribadian yang berbeda. Mereka memiliki Tingkat konsentrasi yang rendah dan sangat membutuhkan Latihan dan Gerakan tubuh (*learning by accompanying actions*). Oleh karena itu, diperlukan media dan Teknik yang menarik yang memungkinkan mereka berpartisipasi secara aktif (Sayd et al., 2018). Sedangkan tabligh yang masih berkembang dimasyarakat adalah metode penyampaian secara verbal. Jika hal tersebut diterapkan terhadap anak-anak yang mudah bosan maka materi tidak akan tersampaikan secara efektif. Maka dari itu dalam penggunaan metode komunikasi dakwah tabligh yang mampu mnearik perhatian anak-anak dan interaktif.

Salah satu cara yang menarik untuk membuat anak tidak bosan adalah bercerita, baik dengan peraga maupun tidak. Indrawati menjelaskan bahwa ada beberapa metode yang dapat meningkatkan kognitif anak, salah satunya adalah bercerita. Menurutnya, metode bercerita bermanfaat karena memungkinkan anak mengenal bentuk-bentuk ekspresi, meningkatkan daya ingat, dan membuka cakrawala berpikir mereka untuk lebih banyak pengetahuan (Nurdin, 2020). Metode tersebut diadopsi LR untuk mengkomunikasikan pesan dakwahnya. Namun LR memodifikasikan dengan menggunakan media berupa wayang orang, boneka ataupun dengan melalui drama.

Penggunaan metode bercerita tidak hanya memanfaatkan berbagai media, namun juga dibuat seinteraktif mungkin agar anak-anak tidak mudah bosan dan melatih keberanian anak dalam berbicara ataupun menyampaikan pendapat. Para da'I memberikan pertanyaan-pertanyaan untuk mendorong keaktifan anak-anak serta melatih anak-anak untuk melakukan diskusi dan masyawarah bersama. sebagai apresiasi atas keberanian anak-anak menyampaikan pendapat akan mendapatkan reward berupa stiker jempol yang ditempel dan di akumulasi selama tiga bulan tersebut. Anak-anak yang memiliki akumulasi stiker jempol terbanyak akan mendapatkan reward di akhir kegiatan.

Pada akhir-akhir ini pemerintah menggalakan penerapan karakter Pancasila dalam sistem pendidikannya. Namun dalam penerapan materi dibutuhkan dari berbagai pihak untuk mendukung penanaman karakter Pancasila tersebut baik lingkungan keluarga maupun lingkungan sosial dan pendidikan non formal. Disisi lain, nilai karakter Pancasila pada dasarnya merupakan hasil ijhtihad para ulama Indonesia dimasa lampau. Terdapat pendapat yang mangatakan bahwa Pancasila sebagai pilar Indonesia merupakan tafsiran bangsa Indonesia terhadap Islam yang sudah disesuaikan dengan kondisi masyarakat dan budayanya (Kholiludin, 2016). Jadi dapat dikatakan bahwa Pancasila merupakan hasil adopsi dari nilai ajaran Islam yang dihasilkan oleh pemikiran manusia untuk dijadikan sebagai landasan dalam sebuah tatanan negara, atau dapat dikatakan islam sipil dalam teori Bassam Tibi. Sehingga karakter Pancasila menjadi materi dakwah sangatlah tepat selain untuk menanamkan ajaran nilai Islam juga untuk mendukung Upaya pemerintah dalam membangun karakter Pancasila anak bangsa.

KESIMPULAN

Komunitas Life is Right (LR) adalah salah satu komunitas pemuda di Kabupaten Grobogan. Mereka memiliki beberapa program dan salah satunya adalah Pendiikan Karakter (PINTER). Pinter sendiri merupakan program kerja yang dilakukan setahun sekali selama kurun waktu tiga bulan (enam kali pertemuan). Program tersebut telah berjalan duakali yaitu PINTER I dan PINTER II. PINTER I mengusung tema karakter *akhlaqul karimah* sedangkan PINTER II dengan tema karakter Pancasila. Dalam hal ini, peneliti berfokus pada PINTER II.

Dakwah dan komunikasi merupakan satu kesatuan. Dakwah juga disebut sebagai bentuk komunikasi secara dasar dengan misi khusus yaitu penyampaian ajaran islam. Dalam penelitian ini mad'u yang dituju adalah anak-anak berusia 6-12 tahun. Pemilihan usia tersebut dipertimbangkan karena anak pada usia itu mampu memikirkan informasi yang diterimanya. Anak usia tersebut memiliki karakter yang unik. Mereka mudah bosan, sehingga dibutuhkan penjelasan yang menarik dan interaktif. Untuk memudahkan penerimaan materi maka perlunya pengembangan metode komunikasi dakwah tabligh melihat dari sisi psikologi berdasarkan usia. jika dakwah tabligh dengan mad'u anak-anak yang mudah bosan maka materi dakwah tidak akan tersampaikan dengan baik. PINTER II mengangkat materi tentang karakter Pancasila dengan berbagai metode komunikasi dakwah seperti puzzle, boneka tangan, wayang orang, drama dan diskusi interaktif. Sehingga penggunaan metode tersebut mempermudah anak memahami dan menerima pesan dakwah.

REFERENSI

- Ahmad, A. (2008). *Konstruksi Keilmuan Dakwah dan Pengembangan Jurusan-Konsentrasi Studi*. Walisongo.
- Alifah, F. N. (2019). Pengembangan Strategi Pembelajaran Afektif. *Tadrib*, 5(1), 68–86. <https://doi.org/10.19109/tadrib.v5i1.2587>
- Gunarsa, S. D. (2004). *Psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*. Gunung Mulya.
- Guy, B., Feldman, T., Cain, C., Leesman, L., & Hood, C. (2020). Defining and navigating 'action' in a Participatory Action Research project. *Educational Action Research*, 28(1), 142–153. <https://doi.org/10.1080/09650792.2019.1675524>
- Hamka. (2018). *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam*. Gema Insani.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>
- Ibrahim, M. (2023). *Communication Psychology in the Frame of Da ' wah : Urgency and Theory*. 4(4).

- Kamaludin. (2015). Mengenal Mad'u dalam Perspektif Teologis, Sosiologis, Antropologis, dan Psikologis. *Studi Multidisipliner*, 2(1).
- Kholiludin, T. (2016). Islamisme, Pos-Islamisme dan Islam Sipil: Membaca Arah Baru Gerakan Islam. *Iqtisad*, 3(1), 52. <https://doi.org/10.31942/iq.v3i1.2460>
- Majid, A., & Andayani, D. (2013). *Pendidikan Karakter Perspektif Islam*. Rosdakarya.
- Mukhlisin, L., Ibrahim, M., Aulia, A., Rasyid, A., Megananda, A., Sajitin, A., Komunikasi, I., & Madiun, U. M. (2023). *The Urgency of Communication Psychology in Educational*. 2, 25–33.
- Nuridin, Z. D. C. N. D. Y. (2020). Pengaruh metode bercerita multimedia terhadap nilai agama dan moral anak usia 5-6 tahun di TK IT AlFikri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4, 412–421.
- Öztaş, A., & Mart, Ç. T. (2015). International Journal of Social Sciences & Educational Studies EDITOR-IN-CHIEF EDITORIAL ASSISTANT. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 1(4), 1–91. www.ijssesjournal.org
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Deepublish.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah* (1st ed.). RajaGrafindo Persada.
- Sayd, A. I., Attubel, M., & Nazarudin, H. (2018). Implementasi Metode TTR dalam Pembelajaran Bahasa Inggris bagi Anak-anak Sekolah Dasar Inpres Liliba Kupang. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 3(1), 17–24.
- Soetjiningsih, C. H. (2012). *Seri Psikologi Perkembangan: perkembangan Anak Sejak Perubahan Hingga Kanak-kanak Akhir*. Kencana.
- Umro'atin, Y. (2019). *Dakwah dalam A-Qur'an*. Jakad Media Publishing.