mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain.

2) Diri (Self)

Adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (The-Self) dan dunia luarnya.[36]

3) Masyarakat (*Society*)

Adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran ditengah masyarakatnya[37]

”Mind, Self and Society” merupakan karya George Harbert Mead yang paling terkenal (Mead. 1934), yang memfokuskan pada tiga tema konsep dan asumsi yang dibutuhkan untuk menyusun diskusi mengenai teori interaksi simbolik. Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain, pentingnya makna

[36] Nina Siti Salmaniah, “ Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik” *Jurnal Ilmu Sosial*, 4:2, (Medan, Oktober 2011) hh.104
[37] Nina Siti Salmaniah, “ Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik” *Jurnal Ilmu Sosial*, 4:2, (Medan, Oktober 2011) hh.104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby

bagi perilaku manusia, pentingnya konsep mengenai diri dan hubungan antara individu dengan masyarakat

Tema pertama pada interaksi simbolik berfokus pada pentingnya membentuk makna bagi perilaku manusia, dimana dalam teori interaksi simbolik tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya di konstruksi secara interpretatif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama.

Tema kedua pada interaksi simbolik berfokus pada pentingnya ”Konsep diri” atau ”Self-Concept”. Dimana, pada tema interaksi simbolik ini menekankan pada pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya.

Tema terakhir pada interaksi simbolik berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dan masyarakat, dimana asumsi ini mengakui bahwa norma-norma sosial membatasi perilaku tiap individunya, tapi pada akhirnya tiap individu-lah yang menentukan pilihan yang ada dalam sosial kemasyarakatannya. Fokus dari tema ini adalah untuk menjelaskan mengenai keteraturan dan perubahan dalam proses sosial.[38]

2. Respon Masyarakat

Respon Masyarakat terdiri dari dua kata yaitu “Respon” dan “Masyarakat”. Respon adalah istilah yang digunakan psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indera.

[38] Nina Siti Salmaniah, “ Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik” *Jurnal Ilmu Sosial*, 4:2, (Medan, Oktober 2011) hh.104-105

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Respon biasanya diwujudkan dalam bentuk perilaku yang dimunculkan setelah dilakukan perangsangan.[39] Sedangkan masyarakat adalah kelompok sosial yang besar yang berbagi wilayah dan subjek yang sama serta keadaan otoritas dan budaya yang sama.[40] Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon masyarakat adalah reaksi yang ditimbulkan dari sutu kelompok sosial yang besar terhadap suatu rangsangan yang diberikan.

Menurut Soenarjo, istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komnikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi tehadap suatu pesan yang dilancarkan oleh komunikator.[41]

Sujanto (1993:32) mengemukakan macam-macam respon yaitu sebagai berikut:

a. Respon auditif, yaitu respon terhadap apa-apa yang telah didengarnya baik berupa suara, ketukan dan lain-lain.
b. Respon visual, yaitu respon terhadap segala sesuatu yang dilihatnya.
c. Respon perasaan adalah respon terhadap sesuatu yang dialami oleh dirinya.

[39] https://id.m.ikipedia.org/wiki/respons diakses pada hari kamis 26 Januari 2016
[40] https://id.m.ikipedia.org/wiki/masyarakat diakses pada hari kamis 26 Januari 2016
[41] Soenarjo dan Djoenarsih S.Soenajo, *Himpunan Istilah Komunikasi*, (Yogyakarta :Liberty, 1983)h.25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sementara itu, respon dalam komunikasi dakwah adalah efek dakwah. Efek dakwah atau umpan balik dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i.* Kebanyakan, mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perbahan diri objeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya (*knowledge),* aspek sikapnya (*attitude*), dan aspek prilakunya (*behavioral*).

Berkenaan denga ketiga hal tersebut, Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa efek *kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau perspektif khalayak. Efek *afektif* timbul bila ada perubahan , pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek *behavioral* merujuk pada prilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berprilaku.[42]

Respon yang ada dalam masyarakat sebagai *mad'u* secara umum dapat diukur dengan tiga aspek yaitu persepsi, sikap, dan partisipasi.

a. Persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dialami oleh masyarakat dalam memahami informasi yang disampaikan .
b. Sikap merupakan kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkahlaku tertentu kalau ia menghadapi ransang tertentu (Wirawan, 199: 20). Secara umum terdapat tiga jenis

[42] Ali Azis, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta : Kencana,2004). hh.120-140

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sikap manusia , yaitu (Liliweri,2005,p.197) : kognitif, afektif, dan psikomotorik.[43]

c. Partisipasi adalah suatu proses sikap mental dimana masyarakat sebagai *mad'u* mulai aktif menyumbang kreatifitas dan inisiatifnya dalam usaha meningkatkan kualitas hidupnya.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dari judul skripsi yang penulis teliti, maka terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang relevan dengan judul yang penulis teliti, diantaranya

1. "Strategi Dakwah Majelis Az-Zikra dalam Menciptakan Keluarga Sakinah di Daerah Sawangan Depok" yang di teliti oleh Boby Rahman. Mahasiswa Jurusan Manajement Dakwah tahun 2010, UIN Jakarta.
2. "Konstruksi Dakwah dalam Film Ku Kejar Cinta ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles sanders Pierce)" yang diteliti oleh Nawal Karomi. Mahasiswa program studi Komunikasi penyiaran islam, fakultas dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya.
3. " Strategi Komunikasi Dakwah (Majelis Dzikir dan Sholawat Jamuro Surakarta)", yang diteliti oleh Amien Wibowo, jurursan Ilmu

[43] Livia Paranita, Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Talkshow,*Jurnal E*-Komunikasi, 2:1, (Surabaya,2014)hh. 3-4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi, Fakultas Komnikasi dan Informatika, Universitas Muhamadiyah Surakarta .

Untuk lebih jelasnnya, perbedaan skripsi penulis dengan penelitian terdahulu, dapat dilihat dari tabel 2.1

No	Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Boby Rahman	Strategi Dakwah Majelis Az-Zikra dalam Menciptakan Keluarga Sakinah di Daerah Sawangan Depok	Metode Kualitatif menggunakan data sekunder	Majelis Az Zikra menrapkan strategi pembinaan untuk ruhyah seperti tausyiah, ceramah dan konsultasi,
2	Nawal Karomi	Konstruksi Dakwah dalam Film Ku Kejar Cinta ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles sanders Pierce)	Metode Analisis Semiotik model Charles Sanders Peirce	Dalam film ini cenderung mengkonstruksi pesan dakwah kategori akhlak kejujuran, amanah, dan etika dalam islam.
3	Amien Wibowo	Strategi Komunikasi Dakwah (Majelis Dzikir dan Sholawat Jamuro Surakarta)	Metode Kualitatif jenis deskriptif.	Strategi komunikasi dakwah dengan menentukan khalayak, penggunaan media, komunikator dan penentuan pesan. Media yang digunakan tatap muka, media cetak, dan media radio.
4	Fitria Nurul Parhatin	Dakwah Gus Azam di Majelis Dzikir Tanwirul Afkar (Analisis Semiotik Charles sanders Pierce)	Metode Analisis Semiotik model Charles Sanders Peirce	pesan dakwah yang dilakukan Gus Azam secara terus menerus dalam majelis dzikir dapat merubah prilaku jama'ah sekalipun terkadang jama'ah lupa untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id