

SHALAWATAN AIR HUJAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI UNTUK MENSOSIALISASIKAN MANFAAT AIR HUJAN

Ina Imroatul Maimunah

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
inaimroatul@gmail.com

Muhammad Nurdin

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
muhamadnurdin@iainponorogo.ac.id

Abstract: Rain is the gift of Allah SWT who has myriad benefits. At a time Becomes mystery because of the descent process from sky. The old stigma makes people despise rainwater. Through Rainwater Prayers communicant invited for see , discuss and given outlook that rain water have the good side that is not many is known. Rainwater Prayers be a medium for inform various benefit it . With approach cultural through culture local and addition outlook globally , society slowly given a verbal stimulus or and nonverbally through various object symbolic . Formulas problem on study this emphasize on three points. *First* , shape communication. *Second*, typology communication. *Third* is speak about effectiveness communication that takes place. Whereas destination study this is for explain various form built communication on moment socialize rain water benefits in the middle the community that incidentally no so notice the benefits. For answer formula existing problem researcher use method qualitative. Technique data collection through Interview and documentation. In study this communication considered effective if level continuity use of rainwater increase. So that form and type communication used can effective applied on society. Results from study this give explanation that *first*, shape communication on activity this use verbal and Non-verbal communication. *Second*, Typology communication used on activity this emphasize on theory Intrapersonal communication, interpersonal communication, with focus on group small or group scale big. *Third*, effectiveness ongoing communication on activity this use element complete communication (source,message, medium, receiver, effect, feed) come back as well as interference). Communication built character thorough so that message delivered can received by Public in scale general. With add method persuasion so audience capable the more be persuaded with message delivered by maker event . Besides it, use communication mass also involved inside it so that nature than activity this is linear and enough evidence effective is when audience contact return for drinking rainwater or just study about rainwater

Keywords : *Rain, Media, Communication*

Abstrak: Hujan merupakan anugerah Allah SWT yang memiliki segudang manfaat. Sekaligus menjadi misteri karena proses turunnya dari langit. Stigma lama membuat orang-orang menistakan air hujan. Melalui Shalawatan Air Hujan komunikan diajak untuk melihat, mediskusikan dan diberikan wawasan bahwa air hujan memiliki sisi yang baik yang tak banyak diketahui. Shalawatan Air Hujan menjadi media untuk

menginformasikan berbagai manfaat itu. Dengan pendekatan kultural melalui kebudayaan lokal dan penambahan wawasan secara global, masyarakat perlahan diberikan stimulus secara verbal atau nonverbal melalui berbagai benda simbolik. Rumusan masalah pada penelitian ini menekankan pada tiga poin. *Pertama*, bentuk komunikasi. *Kedua*, tipologi komunikasi. *Ketiga* adalah berbicara mengenai efektivitas komunikasi yang terjadi. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan berbagai bentuk komunikasi yang terbangun pada saat mensosialisasikan manfaat air hujan ditengah masyarakat yang notabennya tidak begitu memperhatikan manfaatnya. Untuk menjawab rumusan masalah yang ada peneliti menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini komunikasi dianggap efektif apabila tingkat continuitas penggunaan air hujan meningkat. Sehingga bentuk dan tipe komunikasi yang digunakan bisa efektif diterapkan pada masyarakat. Hasil dari penelitian ini memberikan penjelasan bahwa *pertama*, bentuk komunikasi pada kegiatan ini menggunakan komunikasi verbal dan Non-verbal. *Kedua*, Tipologi komunikasi yang digunakan pada kegiatan ini menekankan pada teori komunikasi Intrapersonal, komunikasi interpersonal, dengan memfokuskan pada kelompok kecil atau kelompok skala besar. *Ketiga*, efektivitas komunikasi yang berlangsung pada kegiatan ini menggunakan unsur komunikasi yang komplit (sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik serta gangguan). Komunikasi yang dibangun bersifat menyeluruh sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima oleh masyarakat dalam skala umum. Dengan menambahkan metode persuasi maka audien mampu semakin terpersuasi dengan pesan yang disampaikan oleh pembuat acara. Selain itu, penggunaan komunikasi massa juga terlibat didalamnya sehingga sifat daripada kegiatan ini bersifat linier dan bukti yang cukup efektif adalah ketika audien menghubungi kembali untuk mengonsumsi air hujan atau sekedar belajar tentang air hujan.

Kata Kunci : *Hujan, Media, Komunikasi*

PENDAHULUAN

Kasih sayang Allah SWT kepada hamba –Nya bisa melalui apapun. Termasuk datang dengan limpahan anugerah. Anugerah memiliki makna pemberian atau ganjaran dari pihak atas (orang besar dan sebagainya) kepada pihak bawah (orang rendah dan sebagainya).¹ Anugerah Allah SWT memang tidak bisa diragukan. Sebab itu manusia sudah sepatutnya untuk selalu bersyukur atas segala limpahan anugerah Nya. Salah satu anugerah yang diturunkan Allah SWT dengan gratis dan memiliki banyak manfaat adalah air. Air merupakan sumber kehidupan. Manusia bisa hidup beberapa hari tanpa makan, tetapi tidak bisa hidup tanpa air.

Air menurut sifat kimia adalah suatu senyawa kimia berbentuk cairan yang tidak berwarna, tidak berbau dan tak ada rasanya. Air mempunyai titik beku 0°C pada tekanan 1 atm, titik didih 100°C dan kerapatan 1,0 g/cm pada suhu 4^o2. Banyak sekali

¹ <https://kbbi.web.id/anugerah.html>

² Tjutju Susana, *Air Sebagai Sumber Kehidupan, Oseana*, 3 (2003: 17-25), 17.

manfaat air untuk kehidupan. Mampu menumbuhkan yang mati, menetralkan racun dan salah satu air yang memiliki banyak khasiat adalah air hujan atau air langit. Air hujan merupakan sumber air yang berkualitas tinggi dan tersedia setiap musim hujan sekaligus berpotensi untuk mengurangi tekanan terhadap pemakaian sumber air bersih (*fresh water sources*). Merujuk pada Surah Al-Furqan ayat 48 yang artinya “*Dialah yang meniupkan angin (sebagai) pembawa kabar gembira, dekat sebelum kedatangan rahmat-Nya (hujan), kami turunkan air yang amat bersih dari langit*”. Sebagai bukti, air hujan bisa dimanfaatkan oleh ekosistem alam beserta makhluk hidup didalamnya yang menyerap kandungan tanah dan juga akan menjadi konsumsi bagi umat manusia.

Selain itu air hujan mampu menetralkan racun di udara, sehingga setiap kali usai hujan reda bau segar dan bersih sangat terasa. Air hujan bisa dimanfaatkan untuk kebutuhan rumah tangga yakni memasak, mandi dan lain-lain. Kemudian apabila air hujan yang turun ditampung mampu mengurangi kekeringan pada saat musim kemarau datang, karena memiliki stok air yang cukup. Sehingga manfaat air hujan sangat perlu untuk diberitahukan kepada publik untuk diketahui manfaatnya yang sudah dirasakan sejak dahulu kala bahkan zaman Rasulullah SAW mengakui manfaat air langit ini.

Air hujan memiliki manfaat yang sangat banyak, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui. Bahkan ada juga sebenarnya sistem pemanenan air hujan yang bisa dimanfaatkan selama musim hujan, sayang sekali banyak masyarakat yang belum mengetahui prosesnya sehingga perlu diperkenalkan atau disosialisasikan kepada publik melalui berbagai cara. Seperti yang dilakukan salah satu Yayasan Air Kita yang terletak di Desa Winong Timur, Kabupaten Jombang ini. Selain memanfaatkan air hujan sebagai konsumsi sehari-hari, mereka juga melakukan kampanye bertema kebaikan air hujan dalam sebuah perhelatan kesenian yakni Shalawatan Air Hujan.

Shalawatan Air Hujan selanjutnya disebut SAH merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan fungsi dan manfaat air hujan dengan dikemas melalui kegiatan sosial dan kesenian. Melalui media Shalawatan Air Hujan, komunikasi difungsikan sebagai bentuk informasi kepada publik mengenai manfaat air hujan. Melalui berbagai serangkaian kegiatan, masyarakat sekitar dan publik diajak untuk memanfaatkan air hujan dan berbicara manfaat hujan. SAH salah satu kegiatan yang digelar satu tahun sekali sebagai bukti pengungkapan rasa syukur dengan serentak mengajak warga sekitar dan umum untuk ikut serta menggunakan air hujan serta bersama-sama merasakan manfaat air hujan.

Shalawatan Air Hujan juga bisa diartikan sebagai sebuah instrumen untuk memperkenalkan manfaat air hujan dan komponennya lebih dalam melalui pendekatan kultural dengan melibatkan peran sosial masyarakat. Setelah mengetahui berbagai macam manfaat air hujan untuk kehidupan kita, khususnya untuk sirkulasi organ tubuh maka semakin sangat menarik kegiatan Shalawatan Air Hujan menjadi sebuah media untuk mensosialisasikan manfaat air hujan yang dikemas dengan kreatif dan inovatif.

SAH menjadi pintu utama agar masyarakat mengetahui manfaat air hujan dan sebagai bentuk sosialisasi penggunaan air hujan sebagai kebutuhan sehari-hari. Dikemas dengan kegiatan festival kesenian yang menyuguhkan berbagai penampilan kesenian dan workshop yang memberikan edukasi bagi pengunjung. Materi workshop yang disampaikan sangat bervariasi, yakni mengenai hal-hal yang berkaitan dengan air hujan dan melestarikan sejarah lokal maupun non lokal. Contohnya workshop mengenai cara pembuatan biopori, pemanfaatan bambu, pembuatan gerabah, dan pembuatan batik menggunakan teknik *ecoprint*³. Sehingga masyarakat yang datang bisa belajar berbagai workshop yang sudah disiapkan. Selain belajar di workshop, para peserta juga disuguhkan dengan kesenian yang menarik. Kesenian yang ditampilkan tidak hanya dari lokal Jombang, namun dari beberapa wilayah lokal Jombang dan bersifat sukarela untuk mementaskan penampilannya dengan kata lain tidak dipungut biaya. Kesenian yang ditampilkan sebagai wujud melestarikan seni tradisi dinilai cukup efektif dilaksanakan sebagai bungkusan dalam mengkampanyekan kebaikan air hujan. Dalam pementasan dipanggung selain orang tua, anak-anak juga diberikan peran sebagai sikap untuk memperkenalkan kebudayaan kepada generasi penerus agar selalu menjaga kebudayaan dan melestarikannya.

Dalam proses pelaksanaan SAH tentu tak lepas dari peran media komunikasi yang berperan menyebarkan dan menginformasikan kegiatan ini di publik. Media komunikasi menjadi ujung tombak dalam memberikan gambaran kepada masyarakat luar mengenai yang terjadi di SAH. Selain itu, karena kita juga sudah di era serba digital sehingga menambah kemudahan mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja. Media komunikasi yang difungsikan yakni melalui verbal atau bahkan memakai non verbal.

Penggunaan berbagai platform digital difungsikan secara maksimal selama pelaksanaan SAH. Dimulai dari majalah cetak hingga platform media digital turut memaksimalkan kegiatan ini. Dengan penjabaran latar belakang di atas maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul *Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan Di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang*.

METODE

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Moeleng metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku

³Teknik Ecoprint adalah sebagai suatu proses untuk mentransfer warna dan bentuk ke kain melalui kontak langsung. Flint mengaplikasikan teknik ini dengan cara menempelkan tanaman yang memiliki pigmen warna kepada kain yang kemudian direbus di dalam kuili besar. Tanaman yang digunakan pun merupakan tanaman yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap panas, karena hal tersebut merupakan faktor penting dalam mengekstraksi pigmen warna”.

yang diamati⁴. Peneliti dalam penelitian kualitatif mencoba mengerti makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba interaksi dengan orang-orang dalam situasi/fenomena tersebut.⁵

Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di dalam masyarakat. Objek analisis pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu. Sasaran kajian dari pendekatan kualitatif adalah pola-pola yang berlaku sebagai prinsip-prinsip umum yang hidup dalam masyarakat. Gejala-gejala tersebut dilihat dari satuan yang berdiri sendiri dalam kesatuan yang bulat dan menyeluruh. Sehingga pendekatan kualitatif sering disebut sebagai pendekatan *holistic* (utuh) terhadap suatu gejala sosial.

Penelitian ini dilakukan di Desa Karangwinongan tepatnya di sebelah Winong Tiimur Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Adapun yang menjadi alasan penelitian ini adalah sebagai wujud apresiasi sebuah kebanggaan atas maha karya manusia dan ingin mengabadikan dalam bentuk karya tulis.

Shalawatan Air Hujan merupakan sebuah instrumen menginformasikan pemanfaatan air hujan kepada masyarakat melalui kesenian yang dikemas dengan inovatif dan edukatif, tidak cukup di lisan saja, akan tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari di yayasan Air Kita. Selain itu, penelitian ini sebagai bukti autentik pelaksanaan Shalawatan Air Hujan.

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini berdasarkan pada situasi sosial atau objek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu. Pada penelitian ini, untuk menjelaskan situasi sosial maka diambil data dan informasi melalui Humas yang menangani kegiatan Shalawatan Air Hujan di yayasan Air Kita dan data yang diambil secara eksplisit mengenai Shalawatan Air Hujan, masyarakat setempat dan luar daerah yang ada kaitannya dengan kegiatan Shalawatan Air Hujan.

Data adalah sekumpulan informasi atau juga keterangan-keterangan dari suatu hal yang diperoleh dengan melalui pengamatan atau juga pencarian ke sumber-sumber tertentu. Data didapatkan dari para audien yang menyaksikan Shalawatan Air Hujan dan juga diambil dari para pengguna air hujan yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari atau di kegiatan khusus. Beberapa elemen yang tergabung dalam pelaksanaan Shalawatan Air Hujan juga perlu untuk ikut memenuhi informasi seperti halnya Unit Masyarakat Kecil Menengah (UMKM). Data Primer Sumber data primer adalah sumber

⁴Dakwah Melalui Kesenian (*Deskripsi Pesan Dakwah Dalam Kesenian Topeng Ireng Di Desa Kuwaderan, Kecamatan kajoran, Kabupaten magelang*), Skripsi karya Setiati Prihatin mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Salatiga tahun 2017, h 10.

⁵ Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014, h328

data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam pengambilan data primer ini, sebagai penambah data yang lebih valid maka peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa pengurus yayasan Air Kita dan tepatnya humas Shalawatan Air Hujan. Selain itu, untuk menambahkan data maka peneliti juga akan melakukan wawancara dengan masyarakat sekitar dan atau beberapa oknum yang menggunakan air hujan pasca menyaksikan Shalawatan Air Hujan.

Sumber data sekunder atau sumber data pembantu adalah data yang diambil dari literatur- literatur yang relevan dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari jurnal atau skripsi yang memiliki objek penelitian yang sama. Dan didukung dengan dokumentasi acara Shalawatan Air Hujan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menyaksikan langsung acara Shalwatan Air Hujan dan berbagai kegiatan edukatif pendukung lainnya yang berkaitan dengan pemanfaatana Air Hujan yang dilaksanakan di Desa Winong Timur, Kabupaten Jombang. Wawancara ini meminta data dari beberapa pengurus yayasan Air Kita untuk mengetahui awal mula teretusnya kegiatan Shalawatan Air Hujan hingga mampu menarik berbagai audien dan sekaligus menyelipkan pesan dan nilai manfaat air hujan. Tokoh Masyarakat, untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap kegiatan Shalawatan Air Hujan. Masyarakat yang memanfaatkan air hujan pasca menyaksikan kegiatan Shalawatan Air Hujan, untuk membuktikan bentuk komunikasi persuasi yang terjadi. Masyarakat yang tidak memanfaatkan air hujan pasca menyaksikan kegiatan Shalawatan Air Hujan, untuk membuktikan bentuk komunikasi persuasi yang terjadi.

Dalam penelitian ini, penulis mendokumentasikan subjek narasumber maupun hasil observasi dengan objek model dan bentuk kegiatan Shalawatan Air Hujan dari tahun ke tahun. Setelah data terkumpul penulis melakukan narasi deskriptif kualitatif mengenai kegiatan Shalawatan Air Hujan berdasarkan kerangka teori media Komunikasi dan Komunikasi Persuasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi fisik dasar desa Karangwinongan mencakup empat aspek, yaitu kondisi geografis, kondisi topografi, kondisi hidrologi, dan kondisi iklim/klimatologi. Karakteristik sosial masyarakat desa Karangwinongan umumnya sama seperti ciri-ciri masyarakat desa pada umumnya, yang mengutamakan kebersamaan dan gotong royong. Shalawatan Air Hujan selanjutnya disingkat SAH merupakan rangkaian kegiatan tahunan yang dilaksanakan oleh Yayasan Air Kita. Yayasan air kita adalah sekelompok komunitas pemuda yang memiliki visi dan misi tujuan yang sama yakni untuk kesejahteraan sosial. Berawal dari aktivitas satu keluarga yang bertekad untuk melakukan gerakan sosial maka mulailah dengan melakukan hal sederhana. Diprakarsai oleh keluarga Mas Purwanto teretuslah rangkaian kegiatan seperti berbagi rutinan sedekah

bersama anak yatim piatu, dan melakukan aktifitas mengajar yang terletak di Pondok *Al-Bi Adab*.

SAH setiap tahun memiliki perkembangan yang cukup pesat sehingga menghasilkan tema yang bersifat *representative* kegelisahan dari teman-teman yayasan. Lalu menghasilkan tema yang beragam. Pada tahun pertama (9-10 Desember 2017) Shalawatan Air Hujan mengangkat tema “Hujan-Mu adalah Do’a”. Tema ini dimaksudkan untuk membangun pesan kepada masyarakat tentang pentingnya mensyukuri nikmat hujan sebagai karunia Tuhan yang tak terperikan. Tahun kedua (16-17 Desember 2018) bertema “*Ngunjuk Tirta Wening*”, atau dalam bahasa Indonesia berarti meminum Air Bening”. Tema ini terkait erat dengan komitmen Yayasan Air Kita, yaitu mensosialisasikan manfaat air hujan (air bening) untuk dikonsumsi. Tahun ketiga (23-25 November 2019) tema yang diangkat adalah “Kebaikan Bambu dan Hujan”. Tema ini bertujuan untuk mengajak masyarakat bersilaturahmi dengan kebaikan bambu, khususnya peran bambu dalam mengikat air hujan sebagai cadangan air tanah.⁶

Relevansi Bentuk Komunikasi Shalawatan Air Hujan

Shalawatan Air Hujan yang dilaksanakan di Era media berkembang cukup signifikan dalam menjangkau orang-orang di publik. Dalam perjalanannya, SAH menggunakan berbagai jenis media sosial untuk mendistribusikan informasi kegiatannya. Penggunaan media ini sangat masif sehingga audien dari luar jombang pun juga banyak yang mengetahui. Salah satu media yang digunakan dalam SAH adalah Instagram dan youtube. Kedua media sosial ini merupakan platform media sosial masa kini yang dinilai cukup efektif menampilkan kualitas visual dan audio sehingga masyarakat bisa mengakses dengan sangat mudah. Sehingga bagi mereka yang tidak bisa datang bisa menonton melalui media ini. Tanpa kekurangan akal, panitia pun juga menginformasikan melalui radio. Walaupun hanya dengan suara, akan tetapi bisa menjadi alternatif untuk berbagi informasi. Pesan mulut ke mulut pun juga terjadi untuk menginformasikan kegiatan ini.

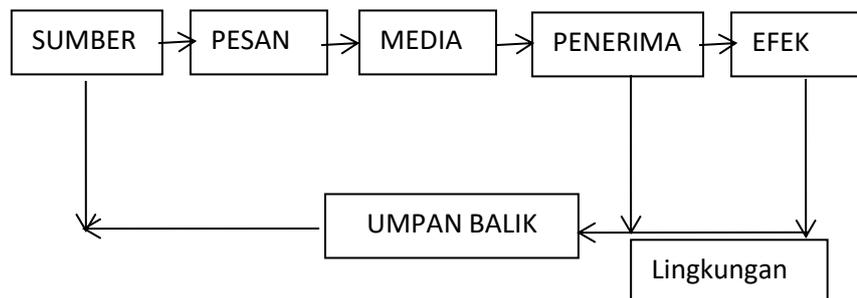
Pemfungsian Tipologi Komunikasi Pada Shalawatan Air Hujan

Tipologi komunikasi dalam SAH memiliki peran yang banyak. Karenanya, konsep kegiatan ini bisa berjalan adalah salah satunya dengan menggunakan komunikasi ini. Menggunakan garis besar dua tipe komunikasi yaitu komunikasi antar pribadi dan intrapersonal. Penulis hanya mengambil dua komunikasi ini karena dua tipe ini yang memiliki peran yang cukup efektif dalam proses penyampaian komunikasi secara langsung atau tidak langsung.

Efektifitas Komunikasi Dalam Shalawat Air Hujan

⁶SAH : *Momentum Penziarahan sumber Mata Air langit, Bumi, Seni Tradisi*, Karya Purwanto dalam *Buletin Air Kita*, ed. Purwanto (Jombang: Yayasan Air Kita, 2020), h 10.

Efektif dilansir dari kbbi.web.id memiliki arti ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya). Dengan kata lain mampu menghasilkan sesuatu atau menimbulkan hasil. Sedangkan efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.⁷ Sebuah komunikasi dianggap efektif apabila memenuhi unsur-unsur komunikasi yakni, Sumber komunikasi (*Source*), Pesan (*Message*), Media (*Medium*), Penerima (*Receiver*), Umpan balik (*Feedback*). Joseph de Vito, K.Sereno dan Erika Vora memberikan konsep yang cukup menarik, yakni seperti ini⁸ :



Dalam konsep ini, sumber merupakan berbagai jenis informasi yang masuk dan akan melibatkan berbagai macam data. Kemudian diterima sebagai pesan atau sesuatu hal yang ingin disampaikan. Melalui media yang tepat, pesan yang ingin disampaikan akan diproses melalui alat komunikasi agar sampai kepada penerima. Lalu kemudian akan menimbulkan efek yang bisa merespon lalu memberikan umpan balik. Melalui konsep ini, tergantung pada lingkungan yang sedang berkembang. Karena proses komunikasi yang terjadi akan memberikan umpan balik secara langsung atau tidak langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada : Shalawatan Air Hujan sebagai media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan manfaat air Hujan dapat ditarik sebagai berikut : Shalawatan Air Hujan memfungsikan bentuk komunikasi secara verbal dan non verbal dalam menyampaikan informasi pada publik. Unsur komunikasi verbal yang dipakai *adalah Operant Conitioning, Kognitif dan Mediating Theory*. Ketiga metode ini memiliki fungsi sendiri sendiri dalam proses komunikasi yang menekankan pada kemampuan bahasa dengan menggunakan kalimat yang bersuara sehingga menimbulkan respon yang cukup masif dari stimulus di awal. Berbeda dengan konsep Non verbal, dalam

⁷ <https://repository.unair.ac.id> (Jurnal Rany An Nisaa Sabrina dengan judul Efektivitas dan Efisiensi Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung gresik tahun 2017, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga)

⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunkasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2003. hlm 23

SAH ini proses komunikasi dilakukan dengan menggunakan aktifitas gesture tubuh dan respon alamiah yang dirasakan oleh pribadi masing masing selama at sesudah kegiatan tersebut. Adapun respon ini bisa dengan gesture tubuh, emosi yang diasakan audien dan para pembuat acara itu sendiri.

Dalam proses komunikasi kegiatan Shalawatan Air Hujan ditemukan berbagai tipologi komunikasi yang digunakan sebagai langkah interaksi dan pertukaran pesan melalu sumber yang diterima kemudian diolah dengan media sebagaimana mungkin, sehingga menimbulkan umpan balik yang cukup responsif. Penulis memasukkan hanya beberapa tipologi, karena dianggap sebagai tipe yang cukup efektif dalam proses ini, Yakni komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Antarpribadi/interpersonal. Kedua komunikasi ini memiliki orientasi sendiri sendiri dalam SAH ini. Sederhananya, Komunikasi intrapersonal lebih cenderung berperan sebagai seorang konseptor karena lebih cenderung bergulat dengan pikirannya. Lalu komunikasi interpersonal ini bagaimana tercurahkannya ide ide yang sudah ada untuk di push kepada publik. Oleh karen itu, dalam komunikasi Intrpersonal ada unsur komunikasi kelompok. Efektifitas komunikasi akan tercapai apabila unsur unsur komunikasi yakni, Sumber komunikasi (*Source*), Pesan (*Message*), Media (*Medium*), Penerima (*Receiver*), Umpan balik, (*Feedback*) ada didalamnya dan berfungsi secara masif.

REFERENSI

- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta:Kencana, 2006.
- Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Rineka Cipta, 2008.
- Hardani,dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta:Pustaka Ilmu, 2020.
- Hutagalung, Inge.*Teori – Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*,Jakarta:PT Indeks, 2018.
- Maharani, Atika. *Motif Dan Pewarnaan Tekstil Di Home Industry Kaine Art Fabric “Ecoprint Natural Day”*. Skripsi Uneversitas negeri Yogyakarta, (online), diakses tanggal 8 September 2020
- Mulyana, Deddy. *Ilmu komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- M. Yusup, Pawit. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009.
- Nurhayatun, “Nilai–Nilai Ajaran Islam Dalam Tradisi pemabacaan Shalawat Jawa,” Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, (online), 2019.
- Setiati Prihatini. “Dakwah melalui Kesenian (Deskripsi Pesan Dakwah Dalam Kesenian Topeng Ireng) Di Desa Kuwaderan, Kecamatan Kajoran Kabupaten magelang Tahun 2017.” Skripsi IAIN Salatiga, (online), 2017.
- Kailul, Jubaida. “Hubungan Masyarakat (HUMAS) Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Ambon.” Skripsi ISIN Ambon, (online), 2021
- Suprpto, Tommy.*Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*,Bandung: Alfabeta, 2014.

- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Wisnubroto, Sukardi. *Meteorologi Pertanian Indonesia*, Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 1999.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Holmes, David, *Teori Komunikasi : Media Teknologi dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005 terj.
- Cangara, Havied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003
- Madjid, Nurcholish. *Islam Doktrin dan Peradaban*, Cet. 2. Jakarta: Yayasan Wakaf Paramadina, 2004.
- Rusyd, Ibn. *Bidāyat al-Mujtahid fī Nihāyat al-Muqtaṣid*. Semarang: Usaha Keluarga, t.th.
- Siregar, A. Rivay. *Tasawuf dari Sufisme Klasik ke Neo-Sufisme*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.