

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan uraian di Bab III dapat disimpulkan bahwa Ustadzah Zamzamah menggunakan pendekatan pendekatan persuasif dan penggunaan prinsip-prinsip komunikasi persuasif, yang aplikasinya senantiasa bertolak atas pemahaman terhadap latar-belakang pemikiran (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experince*) *mad'u*. hal ini dilakukan agar Islam sebagai sebuah ajaran dan tuntutan al-Qur'an dapat diterapkan dan berlandaskan pada realitas sosial yang mengelilinginya, di mana dakwah Islam tersebut dibutuhkan. Dialektika antara pemahaman al-Qur'an dan realitas sosial tersebut pada akhirnya akan menghasilkan rumusan dakwah yang komunikatif, unimpersonal dan aplikatif.

Disamping itu Ustadzah Zamzamah juga menggunakan pendekatan berkomunikasi secara empatik. Empati merupakan kunci untuk mendengarkan secara efektif sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif. Adapun dalam membangun komunikasi empatik, komunikator harus mampu memahami,

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Mubarak, Psikologi Dakwah (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1999)
- Ahmad Warson Munawwir, al-Munawwir Kamus Arab Indonesia (Yogyakarta: Pondok Pesantren Al-Munawwir, Krapyak, 1984)
- Amrullah Ahmad (Ed.), Dakwah Islam dan Perubahan Sosial (Yogyakarta: Primadduta, 1993)
- Andi Darmawan, Metodologi Ilmu Dakwah (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2002)
- Djarwanto, 1998, "*Metode Penelitian Bisnis*", CV Alfabeta, Bandung.
- Didin Hafiduddin, Dakwah Aktual (Jakarta: Gema Insani Press), 2002
- Endang S. Anshari, Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam (Jakarta: Interprises, 1976)
- Gerungan, *Psikologi Sosial* (Bandung: PT. Eresco, 1997)
- Jalaluddin Rachmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998)
- Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya, 1999
- Mulyana, Dedy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung Rosda Karya, 2001.
- Thohir Luth, M. Natsir, *Dakwah dan Pemikirannya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999)
- Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997)