

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi sebagai kata benda (*noun*), *communication*, berarti: (1) pertukaran simbol, pesan, dan informasi; (2) proses pertukaran antar individu melalui sistem simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan; (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Stuart dalam Deddy Mulyana, 2000).<sup>1</sup>

Kata *communicatio* itu sendiri, bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya *sama makna*. Jadi kalau dua orang yang terlibat komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di percakapkan. *Kesamaan bahasa* yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan *kesamaan makna*. Dengan perkata lain, mengenai bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu.<sup>2</sup>

Pengertian komunikasi tersebut bersifat dasariah. Artinya, komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal, karena kegiatan komunikasi bukan hanya *informatif*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, melainkan juga *persuasif*, Yaitu agar orang lain

---

<sup>1</sup> Suryanto, *pengantar ilmu komunikasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 48

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009),h. 9

bersedia menerima suatu paham atau keyakinan; melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.<sup>3</sup>

Komunikasi pada umumnya juga diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.<sup>4</sup>

## **B. Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

### a. Sumber

Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dan dokumen ataupun sejenisnya.<sup>5</sup> Sumber juga bisa dimaksud sebagai komunikator atau dengan istilah “pengirim”. Sebagian pengamat dan ilmuwan komunikasi lain ada yang menyebutnya sebagai *encoder*. Istilah “*encoder*” edintik dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandian, yang disandikan adalah pesan.<sup>6</sup>

Komunikator bisa terdiri dari satu orang, banyak orang atau lebih dari satu orang, serta kumpulan orang (massa). Apabila orang banyak atau lebih dari satu orang tersebut relatif saling kenal sehingga terdapat ikatan

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, h.19

<sup>4</sup> H.A.W Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2000),h.

<sup>5</sup> *Ibid.*, h.30

<sup>6</sup> Suryanto, *pengantar ilmu komunikasi*.h.,58

emosional yang kuat dalam kelompoknya, mereka disebut kelompok kecil. Apabila mereka relatif saling tidak kenal secara pribadi sehingga ikatan emosionalnya lemah, mereka disebut sebagai “kelompok besar” atau “publik”.<sup>7</sup>

Sumber atau komunikator diklasifikasikan dalam beberapa bentuk yaitu :

- 1) Lembaga: universitas, institut, sekolah tinggi, akademi, dan lain-lain.
- 2) Persona: rektor, dekan, direktur.
- 3) Non lembaga atau nonpersona: buku pedoman universitas, buku pedoman fakultas, undang-undang dasar, dan lain-lain.<sup>8</sup>

b. Komunikasikan

Penerimaan pesan (komunikasikan) adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan.<sup>9</sup> Dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antarpribadi, peran komunikator dan komunikasikan bersifat dinamis, dapat saling berganti.<sup>10</sup> sebagaimana komunikator, komunikasikan juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa. Dilihat dari jumlah komunikator dan komunikannya, proses komunikasi dapat terjadi dalam sembilan kemungkinan antara lain:

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, h.59

<sup>8</sup> H.A.W Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, h.30

<sup>9</sup> *Ibid.*, h.31

<sup>10</sup> Suryanto, *pengantar ilmu komunikasi*, h.,60

- 1) Antara satu orang dan satu orang, misalnya penulis dengan kekasih penulis
- 2) Antara satu orang dan banyak orang, misalnya penulis dengan mahasiswa penulis
- 3) Antara satu orang dan massa, misalnya penulis sebagai penulis opini di koran, penulis sebagai komunikator massa yang menyampaikan pesan melalui media massa
- 4) Antara banyak orang dan satu orang, misalnya sekelompok warga desa yang melakukan demonstrasi terhadap lurahnya atau menyampaikan tuntutan kepada kepala desanya
- 5) Antara banyak orang dan banyak orang, misalnya sekelompok mahasiswa dengan kelompok lainnya
- 6) Antara banyak orang dan massa, misalnya sekelompok polisi mencanangkan pesan anti-terorisme, menyampaikan pesan melalui TV sebagai media massa elektronik
- 7) Antara massa dan satu orang, misalnya khalayak pembaca media massa yang mempertanyakan pernyataan seorang tokoh di media massa
- 8) Antara massa dan banyak orang, misalnya khalayak pembaca media massa mempertanyakan sikap sekelompok polisi yang katanya anti terorisme tadi

9) Antara massa dan massa, misalnya sebagian khalayak massa pembaca *tempo* yang setuju atas suatu pemberitaan, sementara sebagian khalayak lainnya tidak setuju atas pemuatan berita di majalah itu<sup>11</sup>

c. Pesan

Pesan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik). Akan tetapi, ketika ia disampaikan dan komunikator pada komunikan, ia menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol/lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak-gerik, dan lain sebagainya.<sup>12</sup>

Pesan juga dibentuk dalam beberapa pesan yaitu :

1) Informatif

Bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta-fakta), kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika audiensi adalah kalangan cendekiawan.

2) Persuasif

Berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap, tetapi perubahan ini adalah kehendak sendiri (bukan paksaan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, h.61

<sup>12</sup> *Ibid.*, h.62

### 3) Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik (khalayak). Koersif dapat berbentuk perintah-perintah, instruksi, dan sebagainya.<sup>13</sup>

#### d. Channel atau Saluran

Channel adalah saluran penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan media. Media komunikasi dapat dikategorikan dalam dua bagian yaitu:

##### 1) Media Umum

Media umum ialah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contohnya adalah radio CB, OHP, dan sebagainya

##### 2) Media Massa

Media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massal. Disebut demikian karena sifatnya yang massal misalnya: pers, radio, film dan televisi.<sup>14</sup>

#### e. Komunikasi

Komunikasi dapat digolongkan dalam tiga jenis yakni : persona, kelompok, dan massa. Dari segi sasarannya maka komunikasi ditujukan diarahkan kedalam: komunikasi persona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

---

<sup>13</sup> H.A.W Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi,.h.32

<sup>14</sup> *Ibid.*, h.35

### 1) Komunikasi Persona

Komunikasi yang ditujukan kepada sasaran yang tunggal. Bentuknya bisa anjansana, tukar pikiran, dan sebagainya. Komunikasi persona efektivitasnya paling tinggi karena komunikasinya timbal balik dan terkonsentrasi.

### 2) Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang ditujukan kepada kelompok tertentu. Kelompok tertentu adalah suatu kumpulan manusia yang mempunyai antar dan antara hubungan sosial yang nyata dan memperlihatkan struktur yang nyata pula. Bentuk-bentuk komunikasi kelompok adalah: ceramah, brifing, penyuluhan, indoktrinasi, penataran, dan lain-lain. Komunikasi kelompok lebih efektif dalam pembentukan sikap persona daripada komunikasi massa, namun kurang efisien. Sebaliknya kurang efektif dibanding dengan komunikasi persona, tapi lebih efisien.

### 3) Komunikasi Massa

Komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu. Komunikasi massa sangat efisien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audiens yang praktis tak terbatas, namun komunikasi massa kurang efektif dalam pembentukan sifat persona karena komunikasi massa tidak dapat langsung diterima oleh massa. Tetapi melalui opinion

leader; ialah yang kemudian menerjemahkan apa yang disampaikan dalam komunikasi itu kepada komunikan.<sup>15</sup>

f. Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka itu berarti komunikasi berhasil, demikian juga sebaliknya. Efek ini sesungguhnya dapat dilihat dari: personal opinion, public opinion, dan majority opinion.

1) personal opinion

personal opinion ialah pendapat pribadi, hal ini dapat merupakan akibat atau hasil yang diperoleh dari komunikasi. Personal opinion adalah sikap dan pendapat seseorang terhadap sesuatu masalah tertentu.

2) public opinion

public opinion ialah pendapat umum atau penilaian sosial mengenai sesuatu hal yang penting dan berarti atas dasar pertukaran pikiran yang dilakukan individu secara sadar dan rasional. Public opinion ini perlu dalam rangka menggerakkan massa, namun ia bukan kata sepakat dan bukan pula sesuatu yang bisa dihitung dengan jumlah. Oleh karena itu, suatu kampanye yang diarahkan kepada pemilihan tertentu titik beratnya tetap kepada personal opinion. Public opinion mengandung nilai-nilai psikologis dalam rangka mengarahkan personal opinion.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, h.37



### 3) majority opinion

pendapat sebagian terbesar dari publik atau masyarakat. Inilah misalnya yang bagus yang harus dicapai oleh kampanye pemilu. Berhasil atau tidaknya suatu kampanye dapat diukur dari berhasil atau tidaknya mencapai suatu mayoritas dalam hasil pemilu dan seterusnya. Jika kita berbicara opini atau pendapat maka kita sering mendengar opinion leader. Opinion leader ialah orang yang secara informal membimbing dan mengarahkan suatu opini tertentu kepada masyarakat. Opinion leader tempat bertanya.<sup>16</sup>

Dalam ilmu komunikasi, selain unsur juga ada beberapa jenis komunikasi, diantaranya:

#### 1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang digunakan secara oral atau lisan maupun secara tulisan.<sup>17</sup> Komunikasi verbal ini merupakan bentuk komunikasi yang paling umum digunakan oleh individu atau kelompok dalam hal berinteraksi. Komunikasi verbal atau komunikasi melalui kata-kata juga merupakan karakteristik dari manusia. Memang komunikasi lewat kata-kata dapat dimanipulasi oleh manusia itu sendiri untuk menyampaikannya. Melalui kata-kata memungkinkan seseorang menyatakan ide atau gagasan, perasaan yang memungkinkan orang lain untuk membacanya lagi di masa yang akan datang.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, h.38

<sup>17</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), h. 95

Komunikasi verbal dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan merupakan suatu proses komunikasi dengan medianya menggunakan lisan atau dengan kata-kata untuk mempengaruhi penerimanya. Seperti dalam kegiatan majelis taklim, di mana di majelis taklim sendiri terdapat bentuk komunikasi lisan yakni berupa ceramah agama yang disampaikan oleh seorang ustadz, guru atau da'i profesional. Agar tujuan dari komunikasi lisan ini dapat tercapai tentu ada persiapan terlebih dahulu, misalnya berupa menyiapkan dan mengumpulkan materi, menentukan tujuan, dan bagaimana ketika praktik berbicara dengan baik.

Dalam komunikasi tulisan, Lewis (1987) menyarankan agar memperhatikan prinsip-prinsipnya yaitu: kebenaran cara menulis, keringkasan isi, kelengkapan, kejelasan dan kesopanan santunan. Selain itu juga dari segi penampilannya dan pemilihan kata-kata perlu diperhatikan, karena dengan tulisan yang kemas menarik tentu hal ini sangat vital untuk tercapainya sebuah komunikasi yang efektif.

## 2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal ini tidak kalah sama pentingnya dengan komunikasi verbal, keduanya tidak dapat dipisahkan, keduanya saling bekerja sama dalam suatu proses komunikasi. Karena dengan komunikasi nonverbal maka dapat memberikan suatu penegasan atau penekanan, pengulangan, melengkapi dan mengganti dan komunikasi verbal, sehingga komunikasi verbal itu lebih mudah untuk ditafsirkan.

komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan.<sup>18</sup> Dapat dikatakan bahwa komunikasi nonverbal dapat dijumpai dimana saja, tentu tidak berhubungan dengan kata-kata yang diucapkan lewat mulut atau bahkan dituliskan lewat tangan. Dengan komunikasi nonverbal ini seseorang dapat mengekspresikan gagasan atau perasaannya melalui ekspresi wajah dan nada atau kecepatan berbicara.

Ada beberapa fungsi dalam komunikasi nonverbal, yakni sebagai pengulangan, pelengkap, pengganti, dan memberikan penekanan. Di bawah ini akan diuraikan sedikit tentang fungsi-fungsi komunikasi nonverbal tersebut:

a. Pengulangan

Perilaku ini dapat menggantikan komunikasi verbal seperti misalnya, seseorang menganggukkan kepala ketika seseorang mengatakan “iya”, dan menggelengkan kepala ketika seseorang mengatakan “tidak”.

b. Pelengkap

Fungsi ini dapat memberikan pelengkap, menguraikan atau memberikan penekanan terhadap komunikasi verbal. Tindakan pelengkap ini terlihat ketika seseorang marah wajahnya yang tampak merah, atau ketika seseorang menggaruk-garuk kepala pada waktu sedang mencari ide, dan seseorang yang meneteskan air mata pada saat bercerita sedih. Ini menunjukkan perilaku nonverbal yang

---

<sup>18</sup> *Ibid.* h.130

menemani bahkan mendukung kata-kata yang diucapkan ketika proses komunikasi berlangsung.

c. Pengganti

Komunikasi nonverbal juga sebagai pengganti komunikasi verbal, tanpa berbicara, seseorang dapat berbicara dengan orang lain. Biasanya hal ini dilakukan oleh seseorang yang malas berinteraksi dengan kata-kata, maka dengan tanda sebagai penggantinya.

d. Memberikan Penekanan

Perilaku fungsi yang satu ini, memberikan penekanan pada kata-kata yang seseorang ucapkan. Caranya dengan suara lebih keras atau nyaring, atau dengan nada suara yang agak tinggi, ini adalah contoh pemberian penekanan secara nonverbal. Umumnya gerakan kepala dan nada suara digunakan dalam fungsi ini untuk memberikan kejelasan kepada orang lain.<sup>19</sup>

e. Tujuan Komunikasi

- 1) Mengubah sikap (to change the attitude)
- 2) Mengubah opini/pendapat (to change the opinion)
- 3) Mengubah perilaku (to change the behavior)
- 4) Mengubah masyarakat (to change the society)<sup>20</sup>

f. fungsi komunikasi

- 1) Menginformasikan (to inform)
- 2) Mendidik (to educate)

---

<sup>19</sup> *Ibid.* h.130

<sup>20</sup> Onong Uchjana Effendy, Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti,2003),.h. 55

- 3) Menghibur (to entertain)
- 4) Mempengaruhi (to influence)<sup>21</sup>

### C. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tablig*, *amr ma'ruf nahi munkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabsyir*, *indzha*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim* dan *khotbah*.<sup>22</sup>

Hasanuddin dalam bukunya *agama islam dan bekal langkah berdakwah* menyebutkan bahwa “berdakwah bagi kebanyakan orang cenderung disinonimkan dengan berpidato, sehingga juru dakwah diartikan sebagai orang yang ahli dalam berpidato dengan karakteristik sebagai orator atau agitator.”<sup>23</sup>

Nasruddin latif memberikan definisi dakwah menurut istilah ialah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan dan lain-lain yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil manusia lain untuk beriman dan mentaati Allah sesuai dengan garis aqidah dan syariat serta akhlak islamiyah.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid.* h.55

<sup>22</sup> Muhammda Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2006),h. 17

<sup>23</sup> Hasanuddin, *Agama Islam dan Bekal Langkah Berdakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1998), h. 155

<sup>24</sup> Nasruddin Latif, *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, (jakarta: CV. Multiyasa, 1986), h. 20

Toha yahya umar mendefinisikan dakwah dengan mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>25</sup>

Sudirman mengatakan bahwa dakwah ialah merealisasikan ajaran Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari baik bagi kehidupan perorangan maupun masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia untuk memperoleh keridhaan Allah SWT.<sup>26</sup>

#### **D. Unsur-unsur dakwah**

Unsur unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode) dan *atsar* (efek dakwah).<sup>27</sup>

##### **1) Da'i (Pelaku Dakwah)**

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.<sup>28</sup>

Secara umum kata da'i ini sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang

---

<sup>25</sup> Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1971), h. 1

<sup>26</sup> Sudirman, *Problematika Dakwah Islam di Indonesia*, (Jakarta: PDII t.th), h. 47

<sup>27</sup> Muhammda Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* h.21

<sup>28</sup> *Ibid.* h.21

menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Siapa saja yang menyatakan sebagai pengikut Nabi Muhammad hendaknya menjadi seorang da'i, dan harus dijalankan sesuai dengan *hujjah* yang nyata dan kokoh. Dengan demikian, wajib baginya untuk mengetahui kandungan dakwah baik dari satu sisi akidah, syariah, maupun dari akhlak. Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan keterampilan khusus, maka kewajiban berdakwah dibebankan kepada orang-orang tertentu.<sup>29</sup>

Da'i memiliki sentral dalam dakwah, sehingga da'i harus memiliki citra atau *image* yang baik dalam masyarakat. Citra (*image*) bisa dipahami sebagai kesan berkenaan dengan penilaian terhadap seseorang, instansi maupun organisasi yang diciptakan da'i sebagai hasil langsung dari dakwahnya. Citra yang berhubungan dengan seorang da'i dalam perspektif komunikasi erat kaitannya dengan kredibilitas yang dimiliki. Citra terhadap da'i adalah penilaian *mad'u* terhadap da'i, apakah da'i dapat mendapat citra positif atau negatif. Pencitraan *mad'u* terhadap diri seseorang da'i sangat berpengaruh dalam menentukan apakah mereka akan menerima informasi atau pesan dakwah atau sebaliknya.

Ada empat cara bagaimana seorang da'i dinilai oleh *ma'dunya*:

- a. Da'i dinilai dari reputasi yang mendahuluinya. Apa yang sudah dilakukan oleh da'i, bagaimana karya-karyanya, apa latar belakang pendidikannya, apa jasanya dan bagaimana sikapnya. Apakah sikapnya seorang da'i memperindah atau menghancurkan sikapnya.

---

<sup>29</sup> *Ibid.* h.21

- b. Melalui perkenalan atau informasi tentang diri da'i. Seorang da'i dinilai *mad'unya* dari informasi yang diterimanya. Bagaimana informasi tentang da'i diterima memperkenalkan dirinya sangat menentukan kredibilitas seorang da'i.
- c. Melalui apa yang diucapkannya." *al-lisan mizan al-insan*" (lisan adalah ukuran seorang manusia), begitu ungkapan Ali bin Abi Thalib. Apabila seorang da'i mengungkapkan kata-kata kotor, kasar dan rendah maka seperti kulitnya. Da'i memiliki kredibilitas apabila ia konstan dalam menjaga ucapannya yang selaras dengan perilaku keseharian.

Melalui bagaimana cara da'i menyampaikan pesan dakwahnya. Penyampaian dakwah yang sistematis dan terorganisir memberi kesan pada da'i bahwa ia menguasai persoalan, materi dan metodologi dakwah.

Seorang da'iyang kredibel adalah seorang yang memiliki kompetensi di bidangnya, integritas kepribadian, ketulusan jiwa dan memiliki status yang cukup. Da'i harus menjadi saksi kebenaran, menjadi teladan umat dan berakhlak baik yang mencerminka nilai-nilai Islam.<sup>30</sup>

## 2) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam. Dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam; sedangkan kepada orang-

---

<sup>30</sup>Azyumardu Azra, *Pengembangan Metode Dakwah*, h.4



orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.<sup>31</sup>

Secara umum Al-Qur'an menjelaskan ada tiga tipe *mad'u*, yaitu: mukmin, kafir, dan munafik. Dari tiga klasifikasi besar ini, *mad'u* kemudian dikelompokkan lagi dalam berbagai macam pengelompokan, misalnya, orang mukmin dibagi menjadi tiga, yaitu: *dzalim linafsih*, *muqtasid* dan *sabiqun bilkhairat*. Kafir bisa dibagi menjadi kafir *zimmi* dan kafir *harbi*. *Mad'u* atau mitra dakwah terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan *mad'u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri dari aspek profesi, ekonomi, dan seterusnya.

Muhammad abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan, yaitu;

- A. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
- B. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian tinggi.
- C. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

---

<sup>31</sup> *Ibid.* h.23

### 3) Maddah (Materi) Dakwah

*Maddah* dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada *mad'u*. dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.<sup>32</sup>

Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:

#### a) Masalah akidah (keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (*akhlaq*) manusia. Olah karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah islam adalah masalah akidah atau keimanan. Akidah yang menjadi materi utama dakwah ini mempunyai ciri-ciri yang membedakannya dengan kepercayaan agama lain, yaitu:

- (1) Keterbukaan melalui persaksian (*syahadat*). Dengan demikian, seorang muslim harus selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- (2) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu. Dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal usul manusia. Kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran akidah baik soal ketuhanan, kerasulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami.
- (3) Ketahanan antara iman dan islam atau antara iman dan amal perbuatan. Dalam ibadah-ibadah pokok yang merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan

---

<sup>32</sup> *Ibid.* h.24

segi-segi pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan masyarakat yang neju pada kesejahteraan. Karena akidah memiliki keterlibatan dengan soal-soal kemasyarakatan.<sup>33</sup>

b) *Maslah syariah*

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. syariah inilah yang akan selalu menajdi kekuatan peradaban dikalangan kaum muslimin.

Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan Islam di berbagai penjuru dunia, sekaligus merupakan hal patut dibanggakan. Kelebihan dari materi syariah Islam antara lain, adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat lain. Syariah ini bersifat universal, yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.

Disamping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, maka materi dakwah dalam bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, dan kejadian secara cermat terhadap *hujjah* atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaharuan, sehingga umat tidak terperosok dalam kejelekan, karena yang

---

<sup>33</sup> *Ibid.* h.21

diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan. Kesalahan dalam meletakkan posisi yang benar dan seimbang di antara beban syariat sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Islam, maka akan menimbulkan suatu yang membahayakan terhadap agama dan kehidupan.

Syariah Islam mengembangkan hukum bersifat komprehensif yang meliputi segenap kehidupan manusia. Kelengkapan ini mengalir dari konsepsi Islam tentang kehidupan manusia yang diciptakan untuk memenuhi ketentuan yang membentuk kehendak Ilahi. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberikan, informasi yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, *mubbah* (dibolehkan), dianjurkan (*mandub*), *makruh* (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan *haram* (dilarang).

### c) *Masalah mu'amalah*

Islam merupakan agama yang menekankan urusan *mu'amalah* lebih besar porsi daripada urusan ibadah. Islam lebih banyak memerhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan seluruh bumi ini mesjid, tempat mengabdikan kepada Allah. Ibadah *mu'amalah* di sini, diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT. Cakupan aspek *mu'amalah* jauh lebih luas daripada ibadah. *Statement* ini dapat dipahami dengan alasan:

- 1) Dalam Al-Qur'an dan al-Hadis mencakup proporsi terbesar sumber hukum yang berkaitan dengan urusan *mu'amalah*.
- 2) Ibadah yang mengandung segi kemasyarakatan diberi ganjaran lebih besar daripada ibadah yang bersifat dilakukan tidak sempurna atau batal, karena

melanggar pantangan tertentu, maka *kafarat*-nya (tebusannya) adalah melakukan sesuatu yang berhubungan dengan *mu'amalah*, sebaliknya, jika orang tidak baik dengan *mu'amalah*, maka urusan ibadah tidak dapat menutupinya.

- 3) Melakukan amal baik dalam bidang kemasyarakatan mendapatkan ganjaran lebih besar daripada ibadah sunnah.<sup>34</sup>

d) *Masalah akhlak*

Secara etimologis, kata *akhlaq* berasal dari bahasa Arab, jamak dari “*khuluqun*” yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan “*khalqun*” yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti pencipta, dan “*makhluk*” yang berarti yang diciptakan.<sup>35</sup>

Ajaran akhlak pada Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Akhlak dalam Islam bukanlah norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan, dan bukan pula sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Dengan demikian, yang menjadi materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya, maka Islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan. Bertolak dari prinsip perbuatan manusia ini, maka materi akhlak membahas tentang norma luhur yang harus menjadi jiwa dari

---

<sup>34</sup> *Ibid.* h.28

<sup>35</sup> *Ibid.* h.28

perbuatan manusia, serta tentang etika atau tata cara yang harus dipraktikkan dalam perbuatan manusia sesuai dengan jenis suaranya.<sup>36</sup>

#### 4) Wasilah (Media) Dakwah

*Wasilah* (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

- a) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- b) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespodensi), spanduk, dan sebagainya.
- c) Audiovisual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan atau keduanya-duanya, seperti televisi, film slide, OHP, Internet, dan sebagainya.
- d) Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> *Ibid.* h.29

<sup>37</sup> *Ibid.* h.32

## 5) Thariqah (Metode) Dakwah

Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian “suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang di tentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia”. Sedangkan dalam metodologi pengajaran ajaran Islam disebutkan bahwa metode adalah “suatu cara yang sistematis dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah”. Dalam kaitannya dengan pengajaran ajaran Islam, maka pembahasan selalu berkaitan dengan hakikat penyampaian materi kepada peserta didik agar dapat diterima dan dicerna dengan baik.

Menurut al-bayanuni yang dikutip Ali Aziz, metode dakwah ialah cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi dakwah. Menurut Said bin Ali al-Qathalani metode dakwah ialah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.<sup>38</sup> Mengacu pada makna dakwah, menurut Toto metode dakwah ialah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.<sup>39</sup>

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada surat an-Nahl: 125

---

<sup>38</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (jakarta : Kencana, 2004),. h. 357

<sup>39</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Gaya Media Pratama, 1997), h. 43

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ

رَبِّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”<sup>40</sup>

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga, yaitu *bi al-hikmah*; *mau'izatul hasanah*; dan *muzadalah billati hiya ahsan*. Secara garis besar ada tiga pokok metode (*tahriqah*) dakwah, yaitu;

a) *Bi al-hikmah*, yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan. Menurut M. Abduh sebagaimana yang dikutip Yunan Yusuf, hikmah ialah ilmu yang sahih (valid) yang menggerakkan kemauan untuk melakukan suatu yang berguna.<sup>41</sup> Sebagaimana dijelaskan acep, metode hikmah dalam kegiatan dakwah muncul dalam berbagai bentuknya, seperti: mengenal strata orang yang didakwahi, kapan harus bicara dan harus

<sup>40</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012),h.383

<sup>41</sup> M. Yunan Yusuf, *Metode Dakwah Sebagai Pengantar Kajian*, Dakwah Munzier Suparta Dan Harzani Hefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Rahmat Semesta, 2003), H. Xiii



diam, mencari titik temu, memilih kata yang tepat, cara berpisah, *uswatun al-hasanah* dan *lisan al-hal*, atau komunikasi yang benar menyentuh jiwa.<sup>42</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan dakwah dengan metode *bil hikmah* yaitu dakwah melalui ilmu pengetahuan, kecakapan memilih dakwah yang sesuai dengan kemampuan yang didakwahi, pandai memilih bahasa, sehingga orang yang didakwahi tidak merasa berat dalam menerima dakwah.

- b) *mau'izatun hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang di sampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- c) *muzadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.<sup>43</sup>

Pada dasarnya, seruan itu hanya dengan tiga cara diatas akan tetapi seseorang kita mendapat perlawanan yang berat terkadang perlu menggunakan argumen-argumen yang keras dan kokoh yang bisa mengalahkan orang-orang yang diserunya. Maka dari itulah cara menyeru yang berupa debat itu di ikutkan pada pilihan metode menyeru ke jalan Allah SWT.

Debat itu aslinya bukan merupakan bagian dari metode untuk menyeru, akan tetapi dia hanyalah sebagai alat alternatif ketika seseorang dalam kondisi terdesak. Setelah tidak berhasil menerapkan tiga cara yang tersebut sebelumnya.

---

<sup>42</sup> Acep aripudin, *pengembangan metode dakwah* (jakarta: PT rajagrafindo persada, 2011), h. 9

<sup>43</sup> *Ibid.* h.34

Salah satu contoh perdebatan yang baik adalah perdebatan tersebut bisa membawa mereka berpikir untuk memperbaiki kesalahan mereka sendiri sehingga mereka menemukan kebenaran. Tidaklah baik memancing lawan dalam berdebat dengan kata-kata yang tajam, karena hal itu dapat menimbulkan suasana yang panas. Sebaliknya, hendaklah diciptakan suasana yang nyaman dan santai sehingga tujuan dalam perdebatan untuk mencari kebenaran itu dapat tercapai dengan hati yang puas. Suatu perdebatan yang baik adalah perdebatan yang dapat menghambat timbulnya sifat manusia yang negatif seperti sombong, tinggi hati, tahan harga diri, karena sifat-sifat tersebut sangat peka. Lawan debat supaya dihadapi sedemikian rupa sehingga dia merasa bahwa harga dirinya dihormati, karena tujuan utama adalah mencari kebenaran Allah SWT dan menghilangkan semua kebatilan, tidak tujuan tertentu selain itu.

Allah SWT menjelaskan bahwa ketentuan akhir dari segala usaha dan perjuangan itu pada Allah. Hanya Allah sendiri lah yang bisa menganugerahkan iman kepada seseorang, dialah yang maha kuasa maha mengetahui siapa di antara hamba-hambanya yang tidak dapat mempertahankan fitrah ihsaniahnya (iman kepada Allah) dari pengaruh-pengaruh yang menyesatkan hingga dia jadi tersesat. Dia jualah yang maha mengetahui dia antara hamba-hambanya yang fitrah ihsaniahnya tetap terpelihara sehingga terbuka hatinya untuk menerima petunjuk (hidayah) Allah SWT.

#### **6) Atsar (Efek) Dakwah**

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, *wasilah*,

dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respons dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (penerima dakwah).

*Atsar* (efek) sering disebut dengan feed back (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. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (*corrective action*). Demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat di tingkatkan.

Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa *Efek kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. *Efek afektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan *efek behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> *Ibid.* h.35

#### **D. Pengertian Komunikasi Dakwah**

Ahmad Mubarak dalam buku *Psikologi Dakwah* mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, di mana da'i mengomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.

Dalam hal ini, komunikasi sifatnya lebih netral dan umum, sedangkan dalam dakwah terkandung nilai kebenaran dan keteladanan Islam. Di samping itu, letak perbedaan antara komunikasi dan dakwah terletak pada tujuan dan efek yang diharapkan. Ditinjau dari efek yang diharapkan itu, tujuan dalam komunikasi sifatnya umum, sedangkan tujuan dakwah sifatnya khusus. Kekhususan inilah yang dalam proses komunikasi melahirkan efek yang berbeda.<sup>45</sup>

Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian dan informasi islam untuk memengaruhi komunikan (objek dakwah/mad'u) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam.<sup>46</sup> Komunikasi dakwah juga dapat didefinisikan sebagai komunikasi

---

<sup>45</sup> Wahyu ilahi, *komunikasi dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 24

<sup>46</sup><http://www.komunikasipraktis.com/2014/10/pengertian-komunikasi-dakwah.html>. diakses tanggal 26 desember 2017, jam 13.45

yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran islam pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.<sup>47</sup>

### **E. Tujuan dan Peran Komunikasi Dakwah**

Gordon I. Zimmerman membagi dan merumuskan tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar: *Pertama*, tujuan komunikasi adalah untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan manusia untuk memberi makan dan pakaian pada diri sendiri, memuaskan penasaran pada diri manusia akan lingkungan dan menikmati hidup. *Kedua*, tujuan komunikasi adalah menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, memiliki fungsi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana kita dengan orang lain.<sup>48</sup>

Sedangkan secara khusus, tujuan dakwah itu dapat dibedakan menjadi beberapa segi yaitu sebagai berikut.

a. Dari segi mitra dakwah

- 1) Tujuan perseorangan, yaitu terbentuknya pribadi muslim dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT. Dan berakhlak karimah
- 2) Tujuan untuk keluarga, yaitu terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
- 3) Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana keislaman.

---

<sup>47</sup><http://www.komunikasipraktis.com/2014/10/pengertian-komunikasi-dakwah.html>.diakses tanggal 26 desember 2017, jam 13.45

<sup>48</sup> *Ibid.* h.38

4) Tujuan umat manusia di seluruh dunia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi dan saling tolong menolong dan menghormati.

b. Dari segi pesan

1) *Tujuan akidah*, yaitu tertanamnya akidah yang mantap di setiap hati manusia sehingga keyakinan tentang ajaran-ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan rasa keraguan.

2) *Tujuan hukum*, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang luhur dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat tercela.

Dengan terpenuhinya persyaratan untuk terjadinya suatu komunikasi, seperti yang telah diungkapkan di atas, disimpulkan bahwa dakwah itu sendiri merupakan sebuah proses komunikasi. Dalam hal ini Jalaluddin Rahmat, mengungkapkan tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi adalah sebagai berikut.

a) *Memberitahukan* (informatif). Ditujukan untuk menambah pengetahuan pendengar. Komunikasi diharapkan memperoleh penjelasan, menaruh minat, dan memiliki pengertian tentang persoalan yang dibicarakan.

b) *Mempengaruhi* (persuasif). Ditujukan agar orang percaya mempercayai sesuatu, melakukannya, atau terbakar semangat dan antusiasmenya. Keyakinan, tindakan, dan semangat adalah bentuk reaksi yang diharapkan.

c) *Menghibur* (rekreatif). Bahasa yang disampaikan enteng, segar, dan mudah dicerna. Diperlukan otak yang baik untuk membuat humor yang baik. Perhatian, kesenangan, dan humor adalah reaksi pendengar yang di harapkan di sini.

Setelah mengetahui tujuan dari komunikasi dakwah, selanjutnya kita juga mengetahui tentang peran komunikasi dalam dakwah. Setidaknya ada beberapa peran komunikasi dalam dakwah di antaranya adalah:

- 1) Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan memasukkan nilai-nilai persuasif Islam, dan bentuk perilaku Islam.
- 2) Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan pendidikan Islam.
- 3) Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.
- 4) Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang dialami diri sendiri sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk menciptakan kepribadian Islami (*amar ma'ruf nahi munkar*).
- 5) Komunikasi dapat meningkatkan apresiasi yang merupakan perangsang untuk bertindak secara riil.
- 6) Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan Islam dan tentang pengetahuan Islam dapat mengatasi perubahan.
- 7) Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam membuat keputusan di tengah kehidupan masyarakat.
- 8) Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan masyarakat pada masyarakat awam kemasyarakatan yang memiliki pengetahuan dan wawasan kepada massa.

- 9) Komunikasi dapat menciptakan umat menjadi loyal terhadap Islam.
- 10) Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah.
- 11) Komunikasi dapat membuat dakwah menjadi proses yang berlangsung secara mandiri (*self perpuating*)

Akan tetapi, perlu diingat pula bahwa kelangsungan atau peran komunikasi dakwah seperti halnya disebutkan di atas hanya sebagian untuk dimensi ide, teknik, dan imej. Dalam ukuran yang lebih luas, komunikasi dakwah yang berhasil harus juga memberikan jaminan bagi umat (*mad'u*) bahwa mereka di masa yang akan datang memiliki identitas sebagai suatu umat yang bahagia dunia akhirat.<sup>49</sup>

Adapun tujuan dari komunikasi dakwah sebagai berikut

a) Personabilitas

Jika kita seorang pendakwah, maka kita harus bisa terbuka atau transparan dengan Jama'ah kita. Karean yang kita sampaikan adalah suatu kebenaran. Inilah langkah awal agar ada Jamaah yang mau mendengarkan kita.

b) Hubungan

Ketika mulai ada Jama'ah yang duduk dan mau mendengarkan kita, maka kita harus mempertahankan hal itu agar Jama'ah selalu mendengarkan apa yang kita sampaikan. Sehingga, hubungan yang baik ini merupakan satu di antara tujuan daripada komunikasi dakwah ini.

---

<sup>49</sup> *Ibid.* h.40



c) Kepercayaan

Ketika seseorang mulai mendengarkan kita, maka otomatis dia mulai percaya dengan kita. Karena dia percaya apa yang kita bicarakan atau kita sampaikan ke dia sebagai bentuk dakwah penyampai informasi agama

d) Meyakinkan

Seseorang yang mulai percaya dengan kita, secara tidak langsung komunikasi dakwah ini berhasil dalam meyakinkan seseorang. Keyakinan itu merupakan bahwa apa yang kita sampaikan itu benar dan sesuai dengan kaidah agama.

e) Perubahan

Dalam berdakwah, pastinya semua pendakwah menginginkan suatu perubahan alias hijrah pada Jama'ahnya menuju lebih baik lagi dari sebelumnya. Mengambil yang baik dan meninggalkan yang buruk.