

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama dakwah yang berisi tentang petunjuk-petunjuk agar manusia secara individual menjadi manusia yang beradab, berkualitas dan selalu berbuat baik sehingga mampu membangun sebuah peradaban yang maju untuk menjadi sebuah tatanan kehidupan yang adil. Sebuah tatanan yang manusiawi dalam arti kehidupan yang adil, maju, bebas dari berbagai ancaman, penindasan, dan berbagai kekhawatiran.¹

Dakwah di dalam Islam merupakan masalah besar yang menyangkut hajat kepentingan masyarakat luas. Sebab pada kenyataannya Islam tidak mungkin berkembang tanpa adanya dakwah Islamiyah yang disebarkan oleh para tokoh-tokoh dakwah, karena dalam kehidupan Rasulullah amat sarat dengan kegiatan dakwah. Demikian pula yang dikembangkan oleh para sahabat, dan para penerus beliau.²

Dakwah sudah pasti sebuah komunikasi, tepatnya komunikasi persuasif, karena hakikat dakwah adalah mengajak (*da'a, yad'u, da'watan*). Namun, komunikasi belum tentu mengandung pesan dakwah. Komunikasi dakwah adalah komunikasi berisi pesan-pesan dakwah atau nilai ajaran Islam.³

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 1

² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. xx

³ Romeltea, 2012 (*Komunikasi Dakwah: Komunikasi Persuasif*, diakses pada 15 maret 2013 dari <http://romeltea.com/komunikasi-dakwah-komunikasi-persuasif/>)

Komunikasi Dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.

Jadi dari segi proses komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam.⁴

Pelaksanaan komunikasi dakwah didasarkan pada ajaran agama Islam yaitu: alqur'an dan hadist. Adapun ayat yang menjadi dasar pelaksanaan komunikasi dakwah adalah:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ

هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٥﴾

⁴ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997), h. 39

Artinya :

“dan hendaklah diantara kamu ada sebagian umat yang menyeru kepada kebajikan dan mencegah kemunkaran, merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S Ali-Imron:104)⁵

Suatu kegiatan dakwah akan mencapai tujuan komunikasi dakwah yang sesuai dengan ajaran agama Islam, maka membutuhkan beberapa persyaratan diantaranya *Da'i*, yang mempunyai tugas memberikan masukan-masukan demi terciptanya jiwa yang baik kepada sasarannya. Subyek dakwah atau *Da'i* itu sendiri berarti orang yang melaksanakan tugas-tugas dakwah.

Menurut Ahmad Suyuti *Da'i* atau مبالغ adalah berasal dari bahasa Arab "بلغ – يبلغ " yang berarti orang yang menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat penerima dakwah.⁶

Menurut Muriah dalam bukunya yang berjudul “Metodologi Dakwah Kontemporer” bahwa *Da'i* dibagi menjadi dua kriteria yaitu umum dan khusus. Secara umum adalah setiap muslim dan muslimat yang berdakwah sebagai kewajiban yang melekat tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah "بلغوا عني ولو آية". Sedangkan secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang dakwah Islam dengan kesungguhan dan *qodrah khasanah*.⁷

⁵ Al-Jumanatul 'Ali, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung. CV Penerbit J-ART. 2004), h. 64

⁶ Ahmad Suyuti, *Amsilatu Tasrifiyah*, (Yogyakarta. Mitra Pustaka, 1997), h. 11

⁷ Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta, Mitra Pustaka, 2000), h. 23

Dalam proses serta pelaksanaannya, umat Islam perlu untuk mengetahui dan memahami makna, unsur, metode, dan semua hal yang terkait dengan faktor pendukung keberhasilan dakwah. Berkaitan dengan hal tersebut, pemahaman terhadap metode dakwah sebagai salah satu faktor pendukung dalam keberhasilan dakwah menjadi sesuatu yang *urgen*.

Cukup banyak, langkah-langkah atau metode yang ditempuh para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah, seperti ceramah dialogis, tanya jawab, teladan, dan diskusi. Sebenarnya masih banyak beberapa pembagian macam-macam metode dakwah yang lain. Hal ini tergantung sudut pandang masing-masing para ahli dalam memaparkan pembagian macam-macam metode dakwah.

Kegiatan yang digeluti oleh para *da'i* dan *da'iyah* secara tradisional adalah secara lisan, dalam bentuk ceramah dan pengajian. Para juru dakwah ini berpindah dari satu majlis ke majlis lain, dari satu mimbar ke mimbar lain. Bila dipanggil untuk berdakwah, yang terbesit dalam benak adalah ceramah agama. Maka dakwah muncul dengan makna sempit dan terbatas, yakni hanya ceramah melalui mimbar.

Tidak dapat dipungkiri perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan yang sudah semakin beragam, membuat dakwah tidak bisa lagi dilakukan secara tradisional. Dakwah sekarang berkembang menjadi satu profesi, yang menuntut *skill*, *Planning* dan manajemen yang handal. Untuk itu diperlukan sekelompok orang yang secara terus-menerus

mengkaji, meneliti dan meningkatkan aktifitas dakwah secara profesional tersebut.

Memahami esensi dari makna dakwah itu sendiri, kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, politik, *sains*, teknologi, dsb.

Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti konkret dan nyata, secara kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problem yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Oleh sebab itu, memilih cara dan metode yang tepat agar dakwah menjadi aktual, faktual dan kontekstual, menjadi bagian yang strategis dari kegiatan dakwah itu sendiri. Tanpa ketepatan metode dan keakuratan cara, kegiatan dakwah akan terjerumus ke dalam upaya “arang habis besi binasa”. Aktivitas dakwah akan berputar dalam pemecahan problem tanpa solusi dan tidak jelas ujung pangkal penyelesaiannya.⁸

Dengan demikian, apabila para *da'i* berpegang kepada tuntunan Al-Qur'an, sebagaimana dalam surat An-Nahl Ayat 125, diharapkan dakwah

⁸ Munir, dkk, *Metode Dakwah*, (Jakarta, Kencana, 2009), h. ix

akan mencapai sasaran. Yang perlu diperhatikan oleh *da'i* adalah bagaimana metode atau cara penyampaian pesan dakwah tersebut.

DR. KH. Lukman Hakim, M.A. adalah seorang *Da'i* juga sufiolog asal Kediri yang selalu memberikan ceramah tentang hakikat tasawwuf. Alumnus Pesantren Tebuireng Jombang ini memang banyak menggeluti dunia tasawuf serta mengisi pengajian-pengajian tasawuf di berbagai kalangan. Beliau selalu memberikan ceramah dan karya-karyanya disetiap kali mengisi ceramah. Cara berfikirnya mampu membuat orang selalu ingin mendengarkan ceramah-ceramah dan melihat karyanya.

Peneliti akan mengkaji seperti apakah metode komunikasi dakwah yang dilakukan DR. KH. Lukman Hakim MA. Ditengah kesibukan masyarakat perkotaan yang memiliki pola pikir, dan latar belakang berbeda-beda, tetapi masih meluangkan waktu dengan senang hati untuk mendengarkan ceramah beliau di masjid Al-Akbar Surabaya. sehingga dengan ceramahnya mampu memberikan dampak yang luar biasa sebagaimana mayoritas orang mengatakan, hal ini terbukti dari hasil interview dengan beberapa jama'ah yang hadir beberapa kali di Masjid Al-Akbar Surabaya setiap hari sabtu pada minggu terakhir (1bulan sekali) yang diisi oleh beliau.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Metode Komunikasi Dakwah DR. KH. Lukman Hakim, MA di Masjid Al-Akbar Surabaya?

C. Tujuan penelitian

Untuk Mengetahui Metode Komunikasi Dakwah DR. KH. Lukman Hakim, MA di Masjid Al-Akbar Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari Penelitian ini meliputi aspek teoritis dan aspek praktis.

a. Aspek Teoritis

Dari aspek teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam Metode Komunikasi Dakwah dan menambah bahan-bahan kajian teori metode-metode komunikasi dakwah.

b. Aspek Praktis

➤ Untuk peneliti

Penelitian ini dapat memberikan motivasi kepada peneliti dan menambah kajian teori terhadap cara pandang peneliti.

➤ Untuk masyarakat

Dari aspek praktis, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari beberapa karya Ilmiah yang berhubungan dengan Metode Komunikasi Dakwah, Serta dapat di jadikan bahan dalam penelitian selanjutnya.

E. Konseptualisasi

Sebelum memasuki metode komunikasi dakwah maka perlu di jelaskan pengertian dari metode, dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dengan demikian

kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.⁹

Sedangkan komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih sesuai ajaran islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.¹⁰

Jadi metode komunikasi dakwah ialah cara-cara yang dilakukan oleh seorang mubaligh (komunikator) untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Dengan kata lain, pendekatan komunikasi dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.¹¹

Setting penelitian skripsi ini adalah Masjid Nasional Al Akbar Surabaya (MAS) berlokasi di kawasan Pagesangan jalan Masjid Al Akbar Timur No. 1 Surabaya, karena Masjid Nasional Al Akbar Surabaya (MAS) diproyeksikan untuk mewujudkan konsep masjid dalam arti luas, sebagai Islamic Center dengan peran multidimensi dengan misi religius, cultural dan edukatif termasuk wisata religi, untuk membangun dunia Islam yang rahmatan al amien. Secara lahiriyahnya, Masjid Nasional Al Akbar Surabaya (MAS) akan menjadi Landmark kota Surabaya, dan secara

⁹ Munir, Dkk, *Metode Dakwah*, h. 6

¹⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26

¹¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, h. 43

simbolik memperkaya peta dunia Islam, yang tentunya mengangkat citra kota Surabaya di mancanegara.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini disusun menjadi empat bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pertama skripsi ini akan diuraikan alasan melakukan penelitian berupa Latar Belakang Masalah, selanjutnya Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Konseptualisasi, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN

Berisikan tentang kerangka teori yang membahas metode komunikasi dakwah. Selanjutnya tentang penelitian terdahulu yang relevan sebagai acuan serta perbandingan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat pendekatan dan jenis penelitian yang di pakai, Kehadiran peneliti, Sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, Teknik pengecekan keabsahan data, Tahapan penelitian.

BAB IV : PENYAJIAN DAN TEMUAN PENELITIAN

Berisi penjelasan peneliti tentang setting penelitian yakni gambaran umum Masjid Al-Akbar Surabaya, Penyajian data berupa Metode yang digunakan DR. KH. Lukman Hakim, MA. Dalam kajian tasawuf, dan Temuan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi, yang berisikan Kesimpulan dan saran.