BAB II

DAKWAH DALAM PERSPEKTIF TEORI

A. TINJAUAN TENTANG KOMUNIKASI

1. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi komunikasi berasal dari bahasa inggris: "*communication*" yang menurut Astrid S. Susanto Istilah communication berasal dari perkataan latin "communicare" yang artinya "*berpartisipasi*" ataupun "*memberitahukan*". [1]

Secara terminologi banyak yang mendefinisikan diantaranya adalah:

a. Menurut Carl I. Hovland, yang dikutip oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effend,MA, Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistemis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.[2]

b. Menurut Prof. H. Muhammad Daud Ali, SH dan H. Habibah Daud, SH, komunikasi adalah proses penyampaian lambang bahasa(oleh komunikator) untuk mengubah tingkah laku manusia.[3]

Beberapa definisi diatas dapat didisimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

---

[1] Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, hlm. 14

[2] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 10.

[3] Muhammad Daud Ali dan Habibah Daud, *Lembaga-Lembaga Islam di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995),hlm. 169.

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

2. Komponen-Komponen Komunikasi

Upaya memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, maka harus menunjukkan lima unsur komunikasi yaitu:

a. Komunikator (*comunicator, source, sender*) adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan. Dalam Penelitian ini yang menjadi komunikan adalah Da'i atau para anggota FPI Desa Paciran, Kec. Paciran
b. Pesan (*massage*) adalah suatu bentuk pernyataan yang didukung oleh lambang. Pesan ini berupa materi-materi dakwah yang disampaikan oleh Da'i.
c. Media adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya. Dimana dalam penelitian ini medianya melalui media lisan, tulisan, audio visual, akhlak,lukisan.
d. Komunikan adalah orang yang menerima pesan.
e. Efek adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan. Pesan yang disampaikan kepada audiens disini diharapkan dapat meningkatkan kondisi keagamaan yang semula rendah menjadi tinggi, setelah mereka menerima ajaran-ajaran apa yang diberikan dari FPI.

3. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunuikasi berdasarkan komunikan yang dihadapi komunikator, komunikasi tatap muka dapat diklasifikasikan

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

menjadi dua jenis, yaitu komunikasi antar persona dan komunikasi kelompok.

a. Komunikasi Antar Personal

Komunikasi antar personal (*personal communication*) adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan.[4] Komunikasi ini dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis atau percakapan. Arus balik bersifat langsung, sehingga komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga, komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak komunikator dapat meyakinkan komunikan ketika itu juga karena ia dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

b. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok (*Group Communication*) adalah komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat komunikasi kelompok menimbulkan arus balik langsung.[5]

Komunikasi kelompok diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

1) Komunikasi Kelompok Kecil

Suatu komunikasi dinilai komunikasi kelompok kecil (*Small group communication*) bila situasi komunikasi seperti itu dapat

---

[4] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 8.

[5] *Ibid*., hlm.14

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

diubah menjadi komunikasi antar persona dengan setiap komunikan. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar dan rapat dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Adapun prosesnya berlangsung secara dialogis dan sirkuler komunikan pada kelompok kecil ini bersifat homogen.

2) Komunikasi Kelompok Besar

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok besar (*large group communication*) jika antar komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi antar persona. Kecil kemungkinan untuk terjadi dialog seperti halnya komunikasi kelompok kecil. Pada komunikasi seperti itu para komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator lebih bersifat emosional, lebih-lebih apabila komunikannya bersifat heterogen atau beragam jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, usia dan pengalamannya.

Pesan yang disampaikan komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada hati atau perasaannya, misalnya kegiatan rapat raksasa. Komunikan pada kelompok besar ini bersifat heterogen.[6]

---

[6] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Aditya Bakti, 2000), hlm 72.

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

4. Komunikasi Dakwah

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 disampikan oleh pihak komunikator sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadi nya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam.

Harold D. Lasswell pernah mengungkapkan suatu pertanyaan untuk terpenuhinya suatu komunikasi melalui kata-kata bersayab, yaitu:*who says what to whom in what channel with what effect.*

Apabila pertanyaan tersebut diatas dapat kita jawab, maka komunikasi dapat kita jawab, komunikasi dakwahpun dapat memenuhi criteria tersebut:

Who : Setiap pribadi muslim

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

Says what : Kepada manusia pada umumnya (didalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengikuti kegiatan komunikasi dakwah yang diterapkan oleh FPI Kecamatan Paciran)

In what Channel : Memakai media atau saluran dakwah apa saja yang sah secara hukum, didalam penelitian ini media yang digunakan adalah FPI Kecamatan. Paciran.

With what Effect : Terjadinya perubahan dalam pengetahuan pemahaman dan tingkah laku atau perbuatan (amal shaleh) sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikasi.[7]

Dengan demikian unsur-unsur serta proses komunikasi dakwah hampir sama dengan unsur-unsur dan proses komunikasi pada umumnya.

5. Dasar dan Hukum Komunikasi Dakwah

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

[7] *Ibid*, hlm. 48-49.

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

ولتكن منكم امة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون (الامران : 104)

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)

من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع بقلبه وذلك أضعف الإيمان

Artinya: " *barang siapa diantara kamu melihat kemunkaran, maka hendaklah ia mengubahnya (mencegahnya) dengan tangannya, apabila ia tidak sanggup, maka dengan hatinya dan itulah selemah-lemahnya iman*" (H.R. Bukhari)[8]

6. Tujuan Komunikasi Dakwah

Islam adalah agama yang berorientasi kepada amal shaleh, dan menghindarkan pemeluknya maupun bukan pemeluknya dari perbuatan atau amal yang munkar. Amal shaleh yang dimaksudkan sudah barang tentu semua tingkah laku yang selaras sesuai dengan pedoman-pedoman dasar agama,yaitu al Qur'an dan Sunnah Rasulullah

Salah satu tugas Rasulullah Muhammad SAW adalah membawa amanah suci berupa menyempurnakan akhlak yang mulia kepada manusia. Dan akhlak yang mulia ini tidak lain adalah Al Qur'anul karim itu sendiri sebab hanya kepada Qur'an sajalah setiap pribadi muslim itu berpedoman

[8] H. Salim Bahreisy, *Terjemah Riadhus Shalihin II*, (Bandung: PT. Al Ma'arif, 1986), hlm. 201

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

tujuan dakwah dalam arti luas adalah menegakkan ajaran agama Islam pada setiap insan baik individu maupun masyarakat. Allah berfirman:

والله يدعو الى الجنة والمغفرة باذنه ويبين ايته للناس لعلهم يتذكرون (البقرة: 221)

Artinya: *"Dan Allah menyeru kepada jalan ke surga dan ampunan dengan izin-Nya, dan dia menerangkan ayat-ayatnya kepada manusia agar manusia memperoleh pelajaran."* (Q.S Al-Baqarah: 221)[9]

Firman Allah tersebut secara tegas mengajak manusia agar senantiasa beramal shaleh yang menyebabkannya dapat memasuki surga Allah. Disamping itu, Allah juga mengajak manusia menuju kepada ampunan-Nya, jangan menyekutukan-Nya serta jangan memenuhi hawa nafsu.

Terwujudnya Islam sebagai *Rahmatan lil 'alamin* bagi seluruh alam, tidak lepas dari usaha aktivitas dakwah itu sendiri dari segi hirarki, tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua macam yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dakwah adalah merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivatas dakwah. Sedangkan tujuan khususnya yaitu agar seluruh pelaksanaan komunikasi dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan kepada siapa berdakwah dengan cara bagaimana dan sebagainya secara terperinci sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru

[9] M. Said, *Terjamah Al Qur'anul Karim*, (Bandung : Al Ma'arif 1987), hlm. 32

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

dakwah yang satu dengan yang lain yang hanya disebabkan masih umumnya tujuan yang hendak dicapai.[10]

Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya sekedar berkhotbah di masjid, tetapi dakwah merupakan suatu aktivitas pribadi muslim dalam segala aspeknya. Dakwah dapat menyorot semua bidang.

Dengan demikian, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa tujuan dari komunikasi dakwah itu adalah:

1) Bagi setiap pribadi muslim: dengan melakukan dakwah berarti bertujuan untuk melaksanakan salah satu kewajiban agamanya, yaitu Islam
2) Tujuan daripada komunikasi dakwah ini, adalah terjadinya perubahan tingkah laku, sikap atau perbuatan yang sesuai dengan pesan-pesan (risalah) Alqur'an dan sunnah.

7. Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah

Kalau diperhatikan secara seksama dan mendalam, maka pengertian dari pada dakwah itu tidak lain adalah komunikasi. Hanya saja yang secara khas dibedakan dari bentuk komunikasi yang lainnya, terletak pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Untuk mencapai tujuan itu diperlukan adanya usaha agar tercapai tujuan tersebut yang meliputi unsur-unsur komunikasi dakwah yang telah dijelaskan diatas bahwa antara komunikasi dakwah dengan dakwah hampir sama oleh karena itu, unsur-

[10] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam,* (Surabaya: Al Ikhlas, 1983), hlm.51-54.

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

unsur komunikasi dakwah sama isinya dengan unsur-unsur komunikasi dakwah.

Unsur-unsur pelaksanaan kegiatan komunikasi dakwah adalah sesuatu yang harus ada, bagian-bagian yang terkait, yang membentuk satu kesatuan fungsi dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah:

1) Subyek Komunikasi Dakwah

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.[11]

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

[11] Ahmad Suyuti, *Amtsilatu Tasrifiyah*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 1997), hlm. 11

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

dari misinya dari sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah "بلغو عنى ولو آية". Sedangkan secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang dakwah Islam dengan kesungguhan dan *qodrah khasanah*.[12]

Dari beberapa definisi di atas penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Da'i adalah orang yang menyampaikan ajaran Islam atau risalah Allah kepada seseorang atau kelompok sebagai sasaran dakwahnya dengan cara lisan, tulisan, ataupun perbuatan yang nyata.

Syarat-syarat Da'i atau mubaligh

Adapun persyaratan yang harus dimiliki oleh seorang Da'i atau mubaligh, antara lain:

a) Meguasai tentang isi al-qur'an dan sunnah Rosul serta hal-hal yang berhubungan dengan agama Islam.
b) Mempunyai kepribadian yang taqwa kepada Allah
c) Mengetahui dan menguasai ilmu-ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan berdakwah, misalnya perbandingan agama, ilmu jiwa, ilmu sosial dan ilmu pengetahuan umum lainnya.
d) Bertaqwa sesuai dengan garis-garis Dinul Islam.[13]

---

[12] Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta :Mitra Pustaka, 2000), hlm. 23
[13] Masdar Helmi, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, (Semarang: Toha Putra, 1973), hlm 48

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

2) Obyek Komunikasi Dakwah

Obyek komunikasi dakwah adalah orang-orang yang dituju oleh kegiatan dakwah, Sebelum kita mempengaruhi seseorang yang menjadi sasaran dakwah kita, masyarakat atau orang yang bersangkutan hendaknya dipelajari betul-betul kondisi dan keadaannya. Untuk ini seorang Da'i atau mubaligh hendaknya memperlengkapi dirinya dengan pengetahuan ilmu jiwa, ilmu masyarakat, ilmu politik, ilmu sejarah, antropologi, dan lain-lain.

Untuk mengetahui keadaan seseorang atau masyarakat, dilakukan klasifikasi (pembagian) seseorang menurut derajat fikirannya:

a) Ummat yang berfikir kritis

Tergolong orang-orang yang berpendidikan dan orang-orang yang berpengalaman. Orang-orang yang hanya dapat dipangaruhi, jika fikirannya dapat menerima dengan baik. Golongan ini disebut ummat yang rational.

b) Ummat yang mudah dipengaruhi

Suatu masyarakat yang gampang dipengaruhi oleh faham baru tanpa menimbang-nimbang secara matang apa yang dikemukakan kepadanya. Golongan ini dapat dimasukkan dalam kategori ummat yang irrational.

c) Ummat yang bertaqlid

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

Golongan yang fanatik buta berpegang kepada tradisi dan kebiasaan turun temurun. Yang dipandangnya benar hanya kebiasaan yang diwarisi dari nenek moyangnya, tanpa menyelidiki salah atau benarnya, sebaliknya segala yang bertentangan dengan tradisi nenek moyangnya dianggapnya salah. Ada pula orang yang bertaqlid kepada suatu faham atau pendirian, suatu agama atau aliran, yakni orang yang mengikuti sesuatu tanpa dan fanatik kepada pendirian itu.[14]

3) Materi Komunikasi Dakwah

Secara garis besar materi komunikasi dakwah itu adalah semua yang ada pada ajaran agama Islam itu sendiri yang meliputi tiga hal pokok yaitu: Aqidah (keimanan), Syari'ah (keIslaman), Akhlak (Ihsan).[15]

Adapun ditinjau dari segi dan tujuan dakwahnya adalah:

a) Tujuan Aqidah : bertujuan menanamkan aqidah (keyakinan) yang mantap dalam hati setiap muslim sehingga keyakinan tentang ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan sikap keragu-raguan.

b) Tujuan Syariah : bertujuan menanamkan kepatuhan terhadap hukum-hukum yang disyari'atkan oleh Allah SWT.

---

[14] Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1981), hlm 32-33

[15] *Ibid*., hlm. 20

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

c) Tujuan Akhlak :bertujuan membentuk kepribadian muslim yang berbudi pekerti yang luhur, dan dihiasi dengan sifat-sifat terpuji dan bersih dari sifat-sifat tercela.[16]

Merujuk dari ketiga materi dakwah diatas akhlak merupakan manifestasi Iman, Islam, dan Ihsan sebagai refleksi sifat dan jiwa yang secara spontan dan terpola pada diri seorang sehingga melahirkan perilaku yang konsisten tergantung pada pertimbangan berdasarkan keinginan tertentu.[17]

Dalam artian, ketika semakin mantap dan kuat keimanan seseorang maka semakin taat beribadah dan semakin baik pula akhlaknya. Dengan demikian akhlak tidak dapat dipisahkan dari ibadah, juga tidak dapat dipisahkan dari akidah (keimanan) karena kualitas akidah akan sangat mempengaruhi pada kualitasa ibadah yang kemudian juga dapat berpengaruh pada kualitas akhlak.

Dalam ajaran Islam, akhlak merupakan salah satu ajaran inti dalam Islam, fenomena ini dikuatkan dengan hati yang disabdakan oleh hati Muhammad SAW:

---

[16] Mansur Amin, *Metode Dakwah Islam Dan Beberapa Keputusan Tentang Aktivitas Keagamaan*, (Yogyakarta: Sumbangsih, 1980), hlm. 24-25

[17] UII Press Yogyakarta (Anggota IKAPI*), Kemantapan Tauhid Dengan Ibadah dan Akhlakul Karimah*, (Yogyakarta: UII Press, 1991), hlm. 86

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

إنما بعثت لأتمم مكارم الاخلاق (رواه البخارى)

Artinya : *"Aku diutus hanyalah untuk menyempurnakan akhlak yang baik"*. (HR. Bukhori dan abu Hurairah r.a)[18]

Pada akhirnya tujuan pokok pelaksanaan komunikasi dakwah Islamiyah adakanlah mengajak umat manusia kejalan yang benar agar manusia menyembah kapada Allah SWT semata dan bertaqwa. Hal tersebut sesuai dengan perintah Allah SWT dalam sebuah firmannya:

ياايها الناس اعبدوا ربكم الذي خلقكم والذين من قبلكم لعلكم تتقون (البقرة: 17)

Artinya: *"Hai manusia sembahlah Allah yang telah menciptakan kamu dan orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa"*. (QS. Albaqarah :17).[19]

4) Metode komunikasi Dakwah

Metode komunikasi dakwah yaitu cara-cara yang dipergunakan seorang Da'i untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu al Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada prakteknya komunikasi dakwah pada mahasiswa ini dituntut agar para Da'i untuk bisa memililh metode yang tepat untuk memberikan pengarahan pada mahasisaw. Karena situasi dan kondisi mahasiswa yang berbeda-beda, maka sudah barang tentu penggunaan metode ini tergantung pada situasi dan kondisi mahasiswanya. Maka metode

---

[18] Muhammad Djalaluddin Al Qasimi, *Terjemah Mau'idhotul Mukminin*, (Semarang: CV. Asy Syifa'), hlm. 406

[19] *Ibid*., hlm. 5

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

yang digunakan, diantaranya adalah: ceramah, tanya jawab, diskusi dan demonstrasi atau peragaan.

a) Metode Ceramah

Metode ceramah sering disebut metode informasi, yakni penerangan secara lisan oleh mubaligh atau Da'i sebagai komunikator kapada kelompok mahasiswa sasaran sebagai komunikan. Metode ini sangat tepat apabila sasaran yang dihadapi merupakan kelompok yang berjumlah besar dan diperlukan secara sekaligus.

b) Metode Tanya Jawab

Metode ini dapat dikatakan lanjutan dari metode ceramah, yaitu proses tanya jawab antara mubaligh dengan peserta pengajian. Sifatnya memang sama dengan metode ceramah., dalam hal sama-sama menggunakan lisan.hanya bedanya, dalam metode ceramah peranan aktif berada pada mubaligh, sedangkan dalam metode tanya jawab peranannya bisa timbal balik.

c) Metode Diskusi

Metode diskusi adalah suatu bentuk komunikasi gagasan yang dilakukan dalam suasana demokratis. Dari suatu diskusi dapat diperoleh dari membaca atau mendengar suatu ceramah.

d) Metode Demonstrasi/ Peragaan

Metode Demonstrasi yaitu memberi contoh atau memperagakan atau mempertunjukkan. Metode ini lebih tepat

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

digunakan untuk materi yang menyangkut praktek ibadah, seperti cara berwudlu, praktek sholat, cara merawat jenazah dari mulai memandikan hingga menguburkan, dan lain sebagainya.

5) Media Komunikasi dakwah

Media komunikasi dakwah adalah sarana dan prasarana yang digunakan untuk menyampaikan materi komunikasi. Maka media komunikasi merupakan alat obyektif yang menjadikan saluran menghubungkan ide dengan sasaran komunikasi. Menurut bentuk penyampaiannya ada beberapa bentuk media yang dapat digunakan, antara lain:

a) Media Lisan:

Media lisan adalah media komunikasi dengan menggunakan potensi hati, lisan, dan pikiran. Materi dari metode ini berupa: debat, dialog, diskusi, ceramah, pengajian, seminar-seminar, serta pemberian nasihat secara pribadi.[20]

b) Media Tulisan

Media tulisan adalah metode yang digunakan dengan perantaraan tulisan, misalnya: buku-buku, majalah, buletin, brosur, surat kabar, kuliah-kuliah tertulis, spanduk, dan pamflet.[21]

---

[20] Amrullah Ahmad, *Metodologi Dakwah Islam; Sistem Metode dan Teknik Dakwah*, (Yogyakarta: Masitda, 1986), hlm. 34-36

[21] *Ibid.*, hlm., 47-48

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

c) Media Akhlak

Media akhlak adalah penyampaian dengan menggunakan perbuatan nyata atau dengan contoh-contoh, misalnya silaturrohmi, kebersihan dan lain-lain.

d) Media Lukisan

Media lukisan adalah media dengan menggunakn gambar-gambar hasil dari seni lukis, foto, cerita. Bentuk lukisan menarik perhatian orang, untuk dipakai menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain.

e) Media Audiovisual

Media audio visual adalah suatu media penyampaian untuk merangsang penglihatan dan pendengaran sasaran dakwah, bentuk media ini adalah: TV, sandiwara, radio.

Sedangkan masdar helmy membaginya empat macam:

(1). Media tercetak, yaitu segala brang cetakan seperti: surat kabar, majalah, dan buku.

(2). Media visual, yaitu media yang dilihat seperti: Tv, foto, lukisan.

(3). Media auditif, yaitu media yang didengar seperti: radio, tape, suara film

(4). Media pertemuan, yaitu segala macam pertemuan seperti: arisan, halal bihalal, rapat-rapat, konfrensi

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

B. DAKWAH DALAM TINJAUAN TEORI JARUM HIPODERMIK

Teori Jarum Hipodermik ini meyakinkan bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakkan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk ke dalam tubuh.[22]

Menurut Melvin DeFleur berpendapat bahwa pada teori ini, media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa. Stimuli yang membangkitkan desakan, emosi, atau proses lain yang hampir tidak terkontrol oleh individu. Setiap anggota massa memberikan respons yang sama pada stimuli yang datang dari media massa. Teori ini mengasumsikan massa yang tidak berdaya ditembakki oleh stimuli media massa maka diisebut dengan "teori peluru" (*bullet theory*) atau "model hipodermik" yang menganalogikan pesan komunikasi seperti obat yang disuntikkan dengan jarum ke bawah kulit pasien.[23]

Selain itu, dalam teori ini mencoba menjelaskan bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (*source*) kepada pihak yang menerima pesan atau komunikan (*receiver*). Secara singkat, media massa dalam teori ini bersifat sangat kuat dalam mempengaruhi penerima pesan. Teori S-R menggambarkan proses komunikasi yang sederhana yangg hanya melibatkan dua komponen yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media

---

[22] Morissan, *Teori Komunikasi : Individual Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), 504.
[23] Rackmat Kriyantono, *Public Relations Writing*, (Jakarta: Kencana, 2008), 197.

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

massa mengeluarkan stimulus dan penerima menanggapinya dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori stimulus-respon.[24]

Menurut Anwar Arifin, teori jarum hipodermik tersebut menghasilkan dua asumsi dasar. Pertama, penerima (komunikan) tidak berdaya ketika menerima pesan dari komunikator. Kedua, media massa sangat perkasa dan bahkan kekuatannya mendekati ghaib.[25] Maksud dari dua asumsi dasar diatas yaitu: Pertama, bahwa ketidak berdayanya komunikan ketika menerima pesan dari komunikator menunjukkan bahwa komunikator memiliki kemudahan dalam mempengaruhi komunikan. Dari teori ini dapat dipahami juga bahwa sifat dari komunikan sangatlah pasif dalam menerima pesan dari komunikator. Dan apapun yang disampaikan oleh komunikator, apalagi kalau melalui media massa, akan memiliki efek yang positif (baik berupa citra yang baik, penerimaan atau dukungan) dari komunikan. Kedua, semua pesan yang dikomunikasikan melalui media massa akan sangat mudah digunakan untuk mempengaruhi khalayak/*audience*.

Keberadaan teori jarum hipodermik, yang mengasumsikan komunikan adalah pihak yang pasif, ternyata tidaklah benar secara keseluruhan. Setelah kemunculannya teori tersebut selama 20 tahun, akhirnya oleh pencetusnya sendiri (Wilbur Schramm) disanggah atau direvisi. Karena berdasarkan dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh para pakar psikologi dan sosiologi, ditemukan bahwa ternyata komunikan itu tidaklah bersifat pasif melainkan aktif. Maksud dari komunikan aktif adalah bahwa setiap individu atau

---

[24] Morissan, *Teori Komunikasi : Individual Hingga Massa*, 505.
[25] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 68.

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

kelompok akan menyaring, menyeleksi dan mengolah secara internal semua pesan komunikasi (dalam dakwah berupa "*al khayr*, *amr maruf*, dan *nahy mungkar*") yang berasal dari luar dirinya. Dengan demikian, efek dari sebuah proses komunikasi sangat ditentukan oleh situasi dan kondisi dari komunikan, walaupun tanpa menafikan adanya daya tarik isi, dan kredibilitas komunikator.

C. DAKWAH DALAM TINJAUAN SURAT AN-NAHL : 125

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

"*Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik. Dan bantahlah mereka dengan cara yang terbaik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang medapat petunjuk.*"[26]

Nabi Muhammad saw. yang diperintahkan untuk mengikuti Nabi Ibrahim as., sebagaimana terbaca pada ayat yang lalu, kini diperintahkan lagi untuk mengajar siapapun agar mengikuti pula prinsip-prinsip ajaran bapak para nabi dan pengumandang Tauhid itu. Ayat ini menyatakan : Wahai Nabi Muhammad, serulah, yakni lanjutkan usahamu untuk menyeru semua yang engkau sanggup seru, kepada yang jalan yang ditunjukkan Tuhanmu, yakni ajaran Islam, dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan bantahlah mereka, yakni siapapun yang menolak atau meragukan ajaran Islam, dengan cara yang terbaik. Itulah tiga cara berdakwah yang hendaknya engkau tempuh

[26] Al-Qur'an dan terjemahan, Departemen Agama, 282.

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

menghadapi manusia yang beraneka ragam peringkat dan kecenderungannya; jangan hiraukan cemoohan, atau tuduhan-tuduhan tidak berdasar kaum musyrikin, dan serahkan urusannmu dan urusan mereka kepada Allah karena sesungguhnya Tuhanmu yang selalu membimbing dan berbuat baik kepadamu. Dia-lah sendiri yang lebih mengetahui dari siapapun yang menduga tahu tentang siapa yang bejat jiwanya sehingga tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah saja juga yang lebih mengetahui orang-orang yang sehat jiwanya sehingga mendapat petunjuk.

Ayat ini dipahami oleh sementara ulama sebagai menjelaskan tiga macam metode dakwah yang harus disesuaikan dengan sasaran dakwah. Terhadap cendekiawan yang memiliki pengetahuan tinggi diperintahkan menyampaikan dakwah dengan hikmah, yakni berdialog dengan kata-kata bijak sesuai dengan tingkat kepandaian mereka. Terhadap kaum awam diperintahkan untuk menerapkan mau'izhah, yakni memberi nasehat dan perumpamaan yang menyentuh jiwa sesuai dengan taraf pengetahuan mereka yang sederhana. Sedang, terhadap Ahl al-kitab dan penganut agama-agama lain yang diperintahkan adalah perdebatan dengan cara yang terbaik, yaitu dengan logika dan retorika yang halus, lepas dari kekerasan dan umpatan.

Kata hikmah antara lain berarti yang paling utama dari segala sesuatu, baik pengetahuan maupun perbuatan. Ia adalah pengetahuan atau sebagai sesuatu yang bila digunakan akan mendatangkan kemaslahatan dan kemudahan yang besar atau lebih besar serta menghalangi mudharat atau kesulitan yang besar atau yang lebih besar. Makna ini ditarik dari kata

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

hakama, yang berarti kendali, karena kendali menghalangi hewan atau kendaraan mengarah ke arah yang tidak diinginkan atau menjadi liar. Memilih perbuatan yang terbaik dan sesuai adalah perwujudan dari hikmah. Memilih yang terbaik dan sesuai dari dua hal yang buruk pun dinamai hikmah, dan pelakunya dinamai hakim (bijaksana). Siapa yang tepat dalam penilaiannya dan pegaturannya, dialah yang wajar menyandang sifat ini atau dengan kata lain dia yang hakim.

Al-Mau'izhah terambil dari kata *wa'azha* yang berarti nasehat. *Mau'izhah* adalah uraian yang menyentuh hati yang mengantar pada kebaikan. Sedang, kata *jadilhum* terambil dari kata *jidal* yang bermakna diskusi atau bukti-bukti yang mematahkan alasan atau dalil mitra diskusi dan menjadikannya tidak dapat bertahan, baik yang dipaparkan itu diterima oleh semua orang maupun hanya mitra bicara.

Ditemukan diatas bahwa *mau'izhah* hendaknya disampaikan dengan hasanah/baik, sedang perintah ber*jidal* disifati dengan kata *ahsan* atau lebih baik, bukan sekedar yang baik. Keduanya berbeda dengan hikmah yang tidak disifati oleh satu sifat pun . Ini berarti bahwa *mau'izhah* ada yang baik dan ada yang tidak baik, sedang *jidal* ada tiga macam, yang baik, yang terbaik, dan yang buruk.[27]

[27] M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur/an,* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), 714-716.

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