

## BAB II

### KAJIAN KONSEPTUAL

#### A. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah sangat erat kaitannya dengan masyarakat atau mad'u yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh penceramah atau da'i, seorang penceramah dan masyarakat saling membutuhkan dan terkait satu sama lain, karena pesan dakwah tidak mungkin bisa tersampaikan apabila penceramah atau da'i tidak mengenal dari masyarakat yang akan menerima pesan dakwah tersebut, Setiap masyarakat manusia adalah suatu usaha pembangunan dunia. Agama menempati suatu tempat tersendiri dalam usaha ini.<sup>5</sup>

Agar pesan dakwah bisa tersampaikan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari masyarakat atau mad'u, maka seorang penceramah atau da'i harus bisa mengenali masyarakat yang akan diberikan pesan dakwah atau ceramah, karena antara seorang penceramah atau da'i dan masyarakat saling terkait satu sama lain, seorang penceramah akan menjadi panutan ketika bisa mengambil hati dari masyarakat yang mendengarkan ceramah atau pesan dakwah yang disampaikan.

---

<sup>5</sup> Peter L. Berger, *Langit Suci Agama Sebagai realitas Sosial*, PT. Pustaka LP3ES Indonesia, 1994, h.

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, pernyataan dan keterangan dari sebuah sikap. Sedangkan pengertian dakwah adalah suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Maka pengertian pesan dakwah adalah materi atau isi pesan yang disampaikan dai kepada mad'u yang bersumber dari Al-quran dan Hadits.

Menurut Ahmad Mansyur Suryanegara seperti yang dikutip oleh Asep Muhyiddin dalam bukunya Metode Pengembangan Dakwah. Mendefinisikan dakwah adalah aktifitas menciptakan perubahan sosial dan pribadi yang didasarkan pada pada tingkahlaku pembaharuannya. Dan yang menjadi inti tindakan dakwah adalah perubahan kepribadian seseorang dan masyarakat secara kultural.<sup>6</sup>

Sedangkan pengertian dakwah menurut M. Ali Aziz adalah segala aktifitas penyampaian ajaran islam kepada orang lain dengan cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang bisa menghayati dan mengaplikasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari. Usaha dakwah juga bisa dilakukan melalui lisan maupun tulisan yakni yang bersifat

---

<sup>6</sup> Asep Muhyidin, Metode Pengembangan Dakwah . (Bandung: Pustaka Setia 2002), h. 25

mengajak, menyeru agar mentaati perintah Allah dan menjauhi larangannya.<sup>7</sup>

Pada hakikatnya dakwah adalah komunikasi hanya saja berbeda pada cara dan tujuan yang akan dicapainya. Dakwah juga mengharapkan komunikannya bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikatornya. Dakwah juga merupakan komunikasi yang khas yaitu pada cara pendekatannya dilakukan secara persuasif dan bertumpu pada human oriented (hikmah dan kasih sayang).

Pesan dakwah atau materi dakwah secara garis besarnya dapat dikelompokkan menjadi tiga:

1. Tentang Akidah

Kata akidah berasal dari bahasa arab yaitu aqidah yang berarti keyakinan atau kepercayaan, secara istilah akidah berarti keyakinan atau kepercayaan yakni mengikat hati seseorang kepada sesuatu yang diyakini atau diimaninya.

Menurut Mahmud Syaltut, akidah ialah sisi teoritis yang harus pertama kali diimani atau diyakini dengan keyakinan yang mantap tanpa keraguan sedikitpun. Dalam Al quran akidah disebutkan dengan istilah iman dan syari'ah dengan istilah amal shaleh, keduanya saling berhubungan dan bersamaan. Itu artinya keimanan atau kepercayaan harus

---

<sup>7</sup> Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 75

diikuti oleh amal shaleh, karena iman tidaklah sempurna tanpa disertai oleh amal shaleh.

Akidah atau kepercayaan dalam islam mempunyai rukun-rukun tertentu yakni hal yang harus dipercayai, adapun rukun iman ada enam:

a. Percaya kepada Allah

Yakni percaya dengan sepenuh hati akan ke-Esaan dan eksistensi Allah, meyakini kekuasaan bahwa Dia yang menciptakan semua makhluk, tidak menyekutukan-Nya dengan yang lain, semua hidup dan perbuatan manusia hanyalah dilakukan untuk mencari ridlo Allah.

b. Percaya kepada malaikat Allah

Yaitu percaya dengan adanya malaikat, makhluk yang menjadi perantara Allah kepada makhluk-Nya. Malaikat memiliki tugas masing-masing yang telah ditentukan, malaikat diciptakan dari cahaya yang bersifat immaterial being (bukan makhluk yang bersifat materi), maka wujud malaikat tidak terikat pada bentuk tertentu yakni dapat berubah-ubah atas izin-Nya.

c. Percaya kepada kitab Allah

Percaya pada kitabullah berarti percaya bahwa Allah menurunkan kitab kepada rasul yang berisi tentang ajaran-ajaran, dan aturanaturan islam. Kitab yang disebutkan dalam Al quran ada 4 macam, yakni Kitab Taurat diturunkan kepada Nabi Musa As, Kitab

Zabur kepada Nabi Daud As, Kitab Injil kepada Nabi Isa As dan yang terakhir adalah Al-Qur'an diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Pada dasarnya prinsip ajaran islam yang berada dalam kitab-kitabnya adalah sama, meskipun diturunkan dalam kurun waktu yang berbeda dan keadaan umat yang berbeda pula. Jika terdapat perbedaan prinsip ajaran agama islam, itu bukanlah ajaran asli dari Nabinya, yakni pemeluknyalah yang menyelewengkan dan merubah isi ajaran kitab yang ada didalamnya.

d. Percaya kepada utusan Allah

Yakni percaya bahwa Allah memilih beberapa diantara manusia untuk menjadi utusan dan menyampaikan ajaran-Nya. Nabi berbeda dengan rasul persamaannya hanya mereka sama-sama menerima wahyu. Wahyu yang diturunkan kepada nabi untuk dilaksanakan dirinya sendiri, sedangkan rasul menerima wahyu untuk disampaikan kepada umatnya. Rasul yang disebutkan dalam Al quran berjumlah 25 rasul.

e. Percaya kepada hari akhir (hari kiamat)

Yakni percaya tentang adanya hari kiamat dimana semua makhluk akan mati, kemudian dibangkitkan kembali dan diperhitungkan segala amalnya. Amal yang dilakukan semasa hidup akan mendapat balasan yang setimpal sesuai dengan perbuatannya.

f. Percaya kepada takdir

Rukun iman yang terakhir yakni percaya bahwa Allah menciptakan manusia kodrat (kekuasaan) dan iradat (kehendaknya). Sehingga segala hal yang menimpa manusia sudah sesuai dengan garis takdir yang telah ditentukan oleh penciptanya. Manusia hanya wajib berusaha melakukan yang terbaik dan selebihnya memasrahkan usaha yang telah dilakukan kepada yang menciptakan dan kehendak yang maha kuasa. Inilah yang disebut tawakkal.

Tawakkal bukan berarti menyerah begitu saja pada keadaan, namun tawakkal adalah mewakili (menyerahkan) segala nasib usaha yang telah dilakukan kepada Allah.

2. Tentang Syariah

Syariah secara bahasa berarti jalan tempat keluarnya air minum, secara istilah syariah adalah segala sesuatu yang disyariatkan Allah kepada hamba-hamba-Nya, termasuk peraturan-peraturan dan hukum segala hal yang telah ditetapkan oleh Allah. Syariah sangat erat hubungannya dengan akidah, kalau akidah adalah iman atau keyakinan. Maka syariah adalah hal yang perlu dilakukan sesudah keimanan, yakni amal shaleh atau perbuatan sehari-hari yang sesuai dengan syariat islam. Seperangkat aturan yang mengatur kehidupan manusia dari segala aspek.

Syariah merupakan aturan yang harus diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, karena syariah yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, dan hubungan manusia dengan manusia. Syariah meliputi:

a. Ibadah, dan ibadah meliputi:

- 1) Thaharah (bersuci)
- 2) Sholat
- 3) Zakat
- 4) Puasa
- 5) Haji

b. Muamalah yang meliputi:

- 1) Munakahat (hukum nikah)
- 2) Waratsah (hukum waris)
- 3) Muamalah (hukum jual beli)
- 4) Hinayah (hukum pidana)
- 5) Khilafah(hukum negara)
- 6) Jihad (hukum peperangan dan perdamaian)

3. Tentang Akhlak

Secara etimologis akhlak berarti budi pekerti, peringai, perilaku, atau tabiat. Secara terminologis ada beberapa definisi tentang akhlak: Menurut Ibrahim Anis, “Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengannya lahiriah perbuatan-perbuatan, baik atau buruknya tanpa membutuhkan pemikiran atau pertimbangan”.

Menurut Abdul Karim Zaidan, akhlak adalah kumpulan nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa yang dengan sorotan dan timbangan seseorang dapat menilai perbuatannya baik atau buruk, untuk kemudian memutuskan untuk terus melakukan atau meninggalkannya.

Sedangkan menurut Tutty Alawiyah, akhlak adalah sifat yang berurat-berakar pada diri seseorang yang terbit dari amal perbuatan dengan mudah, yang keluar dengan spontan dan tanpa pertimbangan yang matang.

Dari definisi diatas sama-sama menekankan makna akhlak yaitu sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, yang muncul dengan spontan tanpa dipertimbangkan dan tanpa memerlukan dorongan dari luar. Akhlak juga sangat erat hubungannya dengan syariah, karena sikap atau akhlak yang dilakukan haruslah sesuai dengan syariat islam. Akhlak meliputi:

- a. Akhlak terhadap Tuhan
- b. Akhlak terhadap makhluk.<sup>8</sup>

## **B. Cara Menyusun Pesan Dakwah**

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan oleh komponen lain, dapat berupa ide, fakta, makna, dan data.<sup>9</sup> Pandangan lain dikemukakan bahwa *massage* atau pesan pada dasarnya adalah hasil atau *output* dari

---

<sup>8</sup> Umar Thoha Yahya, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Wijaya, 1971) ,h. 27

<sup>9</sup> AECT, *Definisi teknologi Pendidikan* dikutip dari buku Dr. Hamzah B. uno, M. Pd. *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pembelajaran* (PT. Bumi Aksara, 2006), h. 152

*encoding*. Atau dengan kata lain, pesan bentuknya bias berupa kalimat pembicaraan lisan, tulisan, gambar, peta, ataupun tanda/impuls/sinyal dan sebagainya.<sup>10</sup> Selanjutnya untuk memudahkan pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan pesan dicontohkan sebagai berikut.

Anda berbicara → Isi pembicaraan adalah pesan

Anda menulis → Hasil Tulisan adalah Pesan

Anda melukis → Hasil lukisan adalah pesan

Dalam pandangan psikologi kognitif, seperti yang dikutip Fleming (1993) pesan disebutkan sebagai suatu tanda kata, gambar, isyarat yang timbul atau dihasilkan dengan tujuan dapat mengubah psikomotor, kesadaran, atau tingkah laku efektif dari seseorang atau lebih.<sup>11</sup>

Penyusunan pesan dakwah yang akan disampaikan oleh seorang pendakwah atau da'I mempunyai berbagai macam cara agar pesan tersebut mampu menghipnotis para mad'u dan bisa tersampaikan makna yang terkandung dalam pesan tersebut, dalam penyusunan sebuah pesan ada beberapa langkah yang harus dipahami, yaitu :

#### 1. Karakteristik Isi Pesan

---

<sup>10</sup> Chandra Resno & Anggradiredja Deddi, *manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* dikutip dari buku Dr. Hamzah B. uno, M. Pd. *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pembelajaran* (PT. Bumi Aksara, 2006),h. 152

<sup>11</sup> Angling, Towers, & Howard Levie, *Visual Message Design and Learning* dikutip dari buku Dr. Hamzah B. uno, M. Pd. *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pembelajaran* (PT. Bumi Aksara, 2006),h. 153

Pesan dalam media masa diupayakan agar khalayak akan tertarik apabila pesan mengandung unsure-unsur sebagai berikut :

- a. *Novelty* (sesuatu yang baru), dalam penerimaan pesan melalui audio visual seperti video, pendengan/pemirsa akan tertarik apabila yang disajikan sesuatu yang baru.
- b. Kedekatan atau *proximity*, dalam penerimaan pesan audio visual seperti TV, pendengar/pemirsa akan lebih tertarik apabila yang disajikan suatu peristiwa yang dekat secara fisik dengan pengalamannya dengan pendengan/pemirsa.
- c. Popularitas, pemberitaan seorang tokoh yang populer akan mempunyai daya tarik tersendiri bagi pendengar.
- d. Pertentangan (*conflict*), sesuatu yang mengungkapkan pertentangan, baik dalam bentuk kekerasan ataupun menyangkut perbedaaan pendapat atau nilai, biasanya disukai pendengar.
- e. Komedi (humor), hal-hal yang lucu dan menyenangkan akan lebih menarik untuk didengar sehingga tidak membosankan.
- f. Keindahan, menyenangi keindahan dan kecantikan adalah salah satu sifat manusia sehingga siaran yang mengandung keindahan akan sangat disenangi.
- g. Emosi, sesuatu yang membangkitkan emosi dan menyentuh perasaan memiliki daya tarik tersendiri dalam pengemasan suatu pesan.

- h. Nostalgia, yang dikasud nostalgia disini ialah hal-hal yang mengungkapkan pengalaman di masa lalu, atau peristiwa bersejarah.
- i. *Human interest*, pada dasarnya orang menyukai cerita-cerita yang menyangkut sejarah kehidupan orang lain.

Selain unsur isi pesan , struktur dan teknik penyajiannya sangat menentukan keberhasilan pesan tersebut untuk diterima pendengar. Selanjutnya Sendjaja (1993) menyimpulkan bahwa bentuk dan teknik penyajian merupakan factor yang memengaruhi keberhasilan upaya persuasi, secara umum ada dua yang perlu diperhatikan, yaitu pesan dan daya tarik pesan itu sendiri.<sup>12</sup>

## 2. Struktur Pesan

Struktur Pesan mengacu kepada bagaimana mengorganisasi elemen-elemen pokok dalam sebuah pesan, yaitu sisi pesan (*message sidedness*), urutan penyajian (*order of presentation*), dan penarikan kesimpulan (*drawing a conclusion*).

- a. Sisi pesan terdiri dari dua bentuk penyusunan, yaitu satu sisi (*one sided*) dan dua sisi (*two sided*). Penyusunan pesan lebih banyak menitikberatkan pada kepentingan pihak pengirim saja, biasanya

---

<sup>12</sup> Dr. Hamzah B. uno, M. Pd. *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pembelajaran* (PT. Bumi Aksara, 2006),h. 154

pesan yang ditonjolkan adalah aspek-aspek positif. Sedangkan dua sisi pesan disampaikan dengan segala kelemahan dan kekuatannya.

- b. Urutan penyajian berbentuk “*climax versus anticlimax order*” dan “*recency and primacy model*”. Hal ini berkaitan dengan satu sisi. Disebut *climax order*, apabila dalam penyusunan pesan argument terpenting diletakkan pada bagian akhir, sedangkan apabila disebutkan pada bagian awal disebut *anticlimax order*. dan apabila ditempatkan ditengah-tengah disebut *Pyramidal order*. *Primacy*, yaitu suatu model apabila dalam menyusun suatu pesan aspek positif dan negative ditempatkan pada bagian awal. Sedangkan *recency* apabila aspek positif dan negative ditempatkan pada bagian akhir.
- c. Penarikan kesimpulan. Membuat suatu kesimpulan dapat secara merata langsung dan jelas (eksplisit) atau secara tidak langsung (implisit).

### 3. Daya tarik Pesan

Daya tarik pesan berkaitan dengan teknik penampilan dalam penyusunan suatu pesan, ide yang meliputi *fear (threat) appeals*, *emotional appeals*, *rational appeals*, dan *humor appeals*. *Fear (threat) appeals* apabila dalam menyajikan suatu pesan yang ditonjolkan unsur-unsur ancaman bahaya sehingga menimbulkan rasa takut, dan *emotional appeals* apabila penekanan pesan dalam hal-hal seperti

keindahan, kesedihan, kesengsaraan, cinta, dan kasih sayang. *Rational appeals*, apabila pesan tersebut menekankan pada hal-hal yang logis, rasional, dan factual. *Humor Appeals* apabila penyajian pesan dikemas dalam bentuk humor, mbisa saja dalam bentuk kata, kalimat, gambar, symbol atau yang lainnya yang bisa menimbulkan kesan lucu.<sup>13</sup>

Prinsip komunikasi dakwah bisa disebut pula sebagai prinsip komunikasi Islam, yakni asar, dasar, atau kaidah dalam berkomunikasi menurut Islam, termasuk dalam berdakwah. Prinsip komunikasi dakwah meliputi dua hal, yakni dalam hal what to say (isi, konten, substansi, materi, pesan) dan how to say (cara, metode).

#### 1. Prinsip Isi

Dalam hal isi, komunikasi dakwah adalah pesan-pesan keislaman (ajaran Islam) bersumberkan Al-Quran dan Al-Hadits. Secara garis besar, ajaran Islam meliputi ajaran tentang sistem credo (tata keimanan atau tata keyakinan), sistem ritus (tata peribadatan), dan sistem norma (tata kidah atau tata aturan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lain dan hubungan manusia dengan alam lain), yang diklasifikasikan dalam ajaran tentang: akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (Ihsan). Selain itu, pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi dakwah juga harus mengandung:

---

<sup>13</sup> Dr. Hamzah B. uno, M. Pd. *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pembelajaran* (PT. Bumi Aksara, 2006),h. 155

a. Basyiran wa Nadziran

Kabar baik dan peringatan. Bisa disebut sebagai "reward and punishment", penghargaan dan hukuman.

*"Hai Nabi, sesungguhnya Kami mengutusmu untuk menjadi saksi, dan pembawa kabar gembira (basyira) dan pemberi peringatan (nadzira). Dan untuk menjadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk menjadi cahaya yang menerangi. Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang mukmin bahwa sesungguhnya bagi mereka adalah karunia yang besar dari Allah".* (QS. Al-Ahzab:45-47).

Basyira atau kabar gembira adalah informasi mengenai pahala, imbalan, berkah, manfaat, faidah, kebaikan, atau keuntungan bagi pelaku kebaikan atau yang menjalankan ajaran Islam (perintah Allah SWT). Simbol utama pahala bagi pelaku kebaikan itu adalah surga sebuah tempat di alam akhirat yang digambarkan penuh kenikmatan dan kesenangan.

Informasi berupa "reward" tersebut berfungsi sebagai dorongan, rangsangan (stimulus), atau motivasi agar komunikan (mad'u) tergerak untuk melaksanakannya. Nadzira atau peringatan adalah "kabar buruk" berupa informasi tentang ancaman atau balasan bagi pelaku keburukan, kejahatan, atau perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam pelanggaran atas larangan Allah SWT. Informasi

berupa "punishment" tersebut berisi pesan agar komunikan tidak melakukan keburukan atau melanggar ajaran Islam.

b. 'Amar Ma'ruf Nahyi Munkar

Ajakan kepada kebaikan (ma'rufat) atau menegakkan kebaikan sekaligus mencegah dan melenyapkan kemunkaran (munkarot) atau keburukan. Ma'rufat adalah kebaikan, yakni segala kebaikan atau sifat-sifat baik yang sepanjang masa telah diterima sebagai baik oleh hati nurani manusia. Munkarat sebaliknya, yaitu segala dosa dan kejahatan yang sepanjang masa telah dikutuk oleh watak manusia sebagai jahat (Abul A'la al-Maududi, Nizhamul Hayat fi al-Islam).

Dalam Islam, ma'rufat adalah hal-hal yang wajib, sunat, dan mubah dilakukan. Munkarat adalah hal-hal yang haram dan makruh dilakukan. 'Amar Ma'ruf Nahyi Munkar merupakan karakter. Prinsip Cara Dalam hal cara (how), prinsip komunikasi dakwah terkandung dalam QS. An-Nahl:125-127.

*"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah (bilhikmah) dan pelajaran yang baik (mauizhah hasanah) dan bantahlah mereka dengan cara yang baik (mujadalah). Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."*

Ada tiga cara dalam berdakwah menurut ayat tersebut, yakni bil-hikmah, mau'idzatul hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan. Pertama, Bil-hikmah dimaknai sebagai alasan, dalil (Al-Quran dan Al-Hadits), argumentasi, atau hujjah yang dapat diterima rasio atau akal. Ada pula ulama tafsir yang memaknainya sebagai "ucapan yang tepat dan benar". Cara demikian berlaku bagi kalangan intelektual atau cendekiawan yang berpikir kritis. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan hikmah sebagai "kebijaksanaan, kesaktian, dan makna yang dalam".

Secara bahasa, al-hikmah berarti ketepatan dalam ucapan dan amal. Pendapat lain menyebutkan al-hikmah berarti mengetahui perkara-perkara yang ada dan mengerjakan hal-hal yang baik, pemahaman, akal, dan kebenaran dalam ucapan selain kenabian. Ulama asal Arab Saudi, Abdul Aziz bin Baz bin Abdullah bin Baz, berdasarkan penelitiannya menyimpulkan bahwa hikmah mengandung arti sebagai berikut: "Petunjuk yang memuaskan, jelas, serta menemukan (mengungkapkan) kebenaran, dan membantah kebatilan. Oleh karena itu, telah berkata sebagian mufassir bahwa makna hikmah adalah Al-Qur'an, karena sesungguhnya Al-Qur'an adalah hikmah yang agung. Karena sesungguhnya di dalam Al Qur'an ada keterangan dan penjelasan tentang kebenaran dengan wajah yang sempurna (proporsional). Dan telah berkata sebagian yang lain bahwa makna hikmah adalah dengan petunjuk dari Al-Qur'an dan As-Sunnah."

Kedua, *Mau'idzatul hasanah* yakni dengan ajaran, nasihat, dan didikan yang baik-baik, lemah-lembut, dapat menyentuh akal dan hati (perasaan), dan mudah dipahami. Cara tersebut berlaku bagi golongan awam, orang kebanyakan yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam. Termasuk di dalamnya memberikan motivasi, pujian, dan peringatan.

Ketiga, *Mujadalah billati hiya ahsan*, yakni dengan bertukar pikiran, dialog, diskusi, atau debat guna mendorong supaya berpikir secara sehat dan menerima kebenaran (Islam) dengan cara mengemukakan argumentasi yang lebih baik untuk mengatasi argumentasi lawan debat. Cara demikian cocok buat golongan yang tingkat kecerdasannya di antara kedua golongan tersebut. Perdebatan disampaikan dengan cara yang lembut, bukan cara yang keras dan kasar. Cara dakwah juga dikemukakan Nabi Muhammad Saw, seperti dalam sebuah haditsnya:

*"Barangsiapa di antara kalian melihat suatu kemungkaran, maka ubahlah kemungkaran itu dengan tangannya. Jika tidak sanggup (mengubah dengan tangan), maka ubahlah dengan lisannya. Jika (dengan lisan) masih belum sanggup juga, maka ubahlah dengan hatinya dan ini adalah selemah-lemahnya iman."* (HR.Muslim).

Pertama, mengubah dengan tangan (*biyadiah*), yakni dengan otoritas atau kewenangan yang biasanya dimiliki seorang penguasa

atau pemimpin. Penguasa dapat mengubah kemunkaran dengan cara membentuk peraturan atau Undang Undang yang mengikat seluruh pengikutnya. Kedua, mengubah kemunkaran dengan lisan (bil lisan), yakni dengan ucapan, perkataan, atau ungkapan pemikiran yang mengajak atau mempengaruhi orang menuju kebenaran Islam. Ceramah di mimbar atau menulis di media massa dapat masuk dalam kategori ini. Aksi-aksi demonstrasi, orasi, pembuatan spanduk, poster, dan pamflet berisi seruan kebenaran (al-haq) pun termasuk dalam kategori ini. Ketiga, mengubah kemunkaran dengan hati (bil qolbi), yakni hati tidak menyetujui kemunkaran yang ada, namun tidak memiliki kekuatan untuk mengubahnya dengan tangan ataupun dengan lisan. Pilihan ketiga ini adalah kelemahan-lemahnya iman (adh'aful iman). Artinya, jika pilihan ketiga ini pun tidak dilakukan seorang Muslim, maka imannya harus dipertanyakan, karena orang beriman pasti menolak terjadinya kemunkaran.

Menurut Dr. Kuntowijoyo (1997), hadits tersebut merupakan ”strategi perubahan sosial-politik”. Pada kenyataannya, kata Kunto, selama ini terdapat tiga macam strategi yang diterapkan oleh umat Islam yang rujukannya hadits di atas : struktural, kultural, dan mobilitas sosial. Tangan, lidah, dan hati masing-masing menunjuk ke struktur, kultur, dan mobilitas sosial. Mengubah dengan tangan berarti perubahan struktural. Mengubah dengan lidah berarti perubahan

kultural. Mengubah dengan hati berarti perubahan sosial, tanpa usaha tertentu hanya menunggu waktu. Rumus strategi struktural ialah pemberdayaan (empowerment) masyarakat, melalui tahapan memunculkan kesadaran kritis dan solidaritas sosial di mana kelompok kritis bersatu dalam sebuah gerakan dan menularkan kesadaran itu pada masyarakat. Strategi yang menonjolkan syari'ah ini mementingkan perubahan perilaku kolektif dan struktur politik. Strategi kultural menekankan perubahan perilaku individual dan cara berpikir mementingkan perubahan di dalam. Strategi ini menonjolkan hikmah di mana berlaku rumusan umum mengenai dakwah (kaifiyah dakwah seperti tercantum dalam Q.S. An-Nahl:125).

Cara yang baik berarti cara-cara kultural, sama sekali tidak menggunakan pendekatan kekuasaan, paksaan, dan kekerasan. Mengenai strategi mobilitas sosial, Kunto merujuk kepada kelahiran Syarekat Islak (SI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) karena adanya perubahan struktur sosial kelahiran golongan terpelajar dan pedagang sebagai kelas menengah baru di kota-kota. Sepanjang abad ke-9 mereka melawan kolonialisme hanya "melawan dengan hati". Ketika "Islam Politik" dikucilkan sepanjang 1970-1990, mereka juga hanya mampu "mengubah dengan hati".

## 2. Gaya Bicara (Qaulan)

Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yakni (1) Qaulan Sadida, (2) Qaulan Baligha, (3) Qaulan Ma'rufa, (4) Qaulan Karima, (5) Qaulan Layinan, dan (6) Qaulan Maysura.

- a. Qaulan Sadida, yaitu perkataan yang benar, mengandung kebenaran semata, alias tidak dusta, tidak bohong. Dengan demikian, komunikasi manipulatif komunikasi yang memanipulasi fakta, data, atau mengandung kebohongan dilarang.

*“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Qaulan Sadida perkataan yang benar”* (QS. 4:9).

Qaulan Sadidan berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dengan demikian, komunikasi dakwah atau komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta.

- b. Qaulan Baligha, ucapan yang lugas, efektif, dan tidak berbelit-belit. Kata-kata yang digunakan langsung dapat dipahami dengan mudah. Kata baligh berarti tepat, lugas, fasih, dan jelas maknanya. Qaulan Baligha artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (straight to the point), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele. Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mereka.

Gaya bicara dan pilihan kata dalam berkomunikasi dengan orang awam tentu harus dibedakan dengan saat berkomunikasi dengan kalangan cendekiawan. Berbicara di depan anak TK tentu harus tidak sama dengan saat berbicara di depan mahasiswa. Dalam konteks akademis, kita dituntut menggunakan bahasa akademis. Saat berkomunikasi di media massa, gunakanlah bahasa jurnalistik sebagai bahasa komunikasi massa (language of mass communication).

- c. Qulan Ma'rufa, perkataan yang baik, santun, dan tidak kasar. Kata Qaulan Ma`rufan yang disebutkan dalam sejumlah ayat Al-Quran artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, menggunakan sindiran (tidak kasar), tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan, serta pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat).

- d. Qaulan Karima, kata-kata yang mulia dan penuh penghormatan. Qaulan Karima adalah perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama. Dalam ayat tersebut perkataan yang mulia wajib dilakukan saat berbicara dengan kedua orangtua. Kita dilarang membentak mereka atau mengucapkan kata-kata yang sekiranya menyakiti hati mereka.

Qaulan Karima harus digunakan khususnya saat berkomunikasi dengan kedua orangtua atau orang yang harus kita hormati. Dalam konteks jurnalistik dan penyiaran, Qaulan Karima bermakna menggunakan kata-kata yang santun, tidak kasar, tidak vulgar, dan menghindari “bad taste”, seperti jijik, muak, ngeri, dan sadis.

- e. Qaulan Layinan, ucapan yang lemah-lembut menyentuh hati. Qaulan Layina berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam Tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud layina ialah kata kata sindiran, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas, apalagi kasar. Ayat diatas adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar berbicara lemah-lembut, tidak kasar, kepada Fir'aun. Dengan Qaulan Layina, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita. Dengan demikian, dalam

komunikasi Islam, semaksimal mungkin dihindari kata-kata kasar dan suara (intonasi) yang bernada keras dan tinggi.

- f. Qaulan Maysura, ucapan yang menyenangkan dan tidak menyinggung perasaan. Qaulan Maysura bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan. Prinsip-prinsip komunikasi dakwah di atas secara praktis dilaksanakan sekaligus dicontohkan Nabi Muhammad Saw. Beliau menerapkan cara berbeda dalam komunikasi dakwahnya sesuai dengan objek dakwah yang dihadapinya.<sup>14</sup>

### **C. Keterlibatan Mad'u**

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

Masyarakat adalah suatu fenomena dialektik dalam pengertian bahwa masyarakat adalah suatu produk manusia, lain tidak, yang akan selalu member tindak balik kepada produsernya. Masyarakat adalah suatu produk dari manusia. Masyarakat tidak memiliki bentuk lain selain bentuk yang telah diberikan kepadanya oleh aktivitas dan kesadaran manusia . realitas social

---

<sup>14</sup> Asep syamsul M. Romli, Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis, 2013, h.45

tidak bisa terpisah dari manusia sehingga dapat dipastikan bahwa manusia adalah suatu produk masyarakat. Setiap biografi individu adalah suatu episode dalam sejarah masyarakat yang sudah ada sebelumnya serta akan terus berlanjut sesudahnya. Masyarakat sudah ada sebelum individu dilahirkan dan masih akan ada sesudah individu mati. Lebih dari itu, didalam masyarakatlah, dan sebagai hasil dari proses social, individu menjadi sebuah pribadi, ia memperoleh dan berpegang pada suatu identitas, dan ia melaksanakan berbagai proyek yang menjadi bagian kehidupannya. Manusia tidak bisa eksis terpisah dari masyarakat. Kedua pernyataan itu, bahwa masyarakat adalah produk manusia dan manusia adalah produk masyarakat, tidaklah berlawanan. Sebaliknya keduanya menggambarkan sifat dialektik inheren dari fenomena masyarakat. Hanya jika sifat ini diterima, maka masyarakat akan bisa dipahami dalam kerangka-kerangka yang memadai realitas empirisnya.

Proses dialektik fundamental dari masyarakat terdiri dari tiga momentum, atau langkah yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Pemahaman secara seksama dari tiga momentum ini akan diperoleh suatu pandangan atas masyarakat yang memadai secara empiris. *Eksternalisasi* adalah suatu pencurahan kedirian manusia secara terus menerus kedalam dunia, baik dalam aktivitas fisis maupun mentalnya. *Obyektivisasi* adalah disandangkan produk-produk aktivitas itu (baik fisis maupun mental), suatu realitas yang berhadapan dengan para produsennya semula, dalam bentuk

suatu kefaktaan (faktisitas) yang eksternal terhadap, dan lain dari, para produser itu sendiri. *Internalisasi* adalah peresapan kembali realitas tersebut oleh manusia, dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia obyektif kedalam struktur-struktur kesadaran subyektif. Melalui obyektivasi maka masyarakat menjadi suatu realita *sui generis*, unik. Melalui internalisasi maka manusia merupakan produk masyarakat.<sup>15</sup>

Ketika membahas tentang keterlibatan mad'u dalam sebuah cerama, maka kita akan membahas tentang manusia yang menerima pesan dakwah, dalam hal ini berkaitan dengan sikap penerima pesan atau mad'u dalam menerima pesan yang disampaikan oleh penceramah atau da'I. Sikap (*attitude*) merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penerimaan pesan dakwah, istilah ini pertama kali digunakan oleh Herbert Spencer dimana ia memandang sikap sebagai suatu status mental tertentu pada seseorang pada suatu obyek. Konsep ini sering digunakan oleh para ahli dalam bidang social dan erat kaitannya dengan psikologi social yang berhubungan dengan manusia atau mad'u dalam kehidupan bersosial.<sup>16</sup>

Krech dan Crutchfield mendefinisikan sikap sebagai gabungan dari motivasi, emosi, persepsi dan kognisi terhadap aspek-aspek dalam kehidupan individu. Dengan demikian komponen-komponen dalam sikap ada tiga yaitu

---

<sup>15</sup> Peter L. Berger, *Langit Suci Agama Sebagai realitas Sosial*, PT. Pustaka LP3ES Indonesia, 1994, h. 4-5

<sup>16</sup> Siti Mahmuda, M.Si, *Psikologi Sosial Teori & Model Penelitian*, UIN\_MALIKA PRESS, 2011, h. 21

komponen kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif itu berupa pengetahuan, kepercayaan, persepsi atau hal-hal lain yang dasarnya adalah hasil perkembangan piker, komponen afektif ini merupakan komponen psikologis yang berkaitan dengan evaluasi terhadap objek yang dikaitkan dengan menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek, komponen konatif merupakan komponen yang berkaitan dengan kecenderungan untuk bertindak termasuk didalamnya motivasi.<sup>17</sup>

Dari definisi tentang sikap diatas, jika seorang penceramah atau da'I tidak bisa mengenal sikap atau karakter dari masyarakat atau mad'u yang akan menerima pesan dakwah, maka pesan dakwah yang disampaikan tidak bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat atau mad'u, agar keterlibatan mad'u bisa maksimal dan antusias dalam menerima pesan dakwah, maka penceramah atau da'I bisa mempelajari terlebihdahulu masyarakat atau mad'u yang akan menerima pesan dakwahnya.

Setelah mempelajari sikap manusia atau mad'u selanjutnya keterlibatan mad'u lain berhubungan dengan interkasi soasial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat, apakah mad'u setelah mendengarkan pesan dakwah dan sebelum menedengarkan pesan dakwah mengalami perubahan ketika berinteraksi dalam kehidupan bermasyarakat. Interaksi merupakan hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan

---

<sup>17</sup> Siti Mahmuda, M.Si, Psikologi Sosial Teori & Model Penelitian, UIN\_MALIKI PRESS, 2011,h. 21

kelompok, ataupun suatu kelompok dengan kelompok lain dimana dalam hubungan tersebut dapat mengubah, mempengaruhi, memperbaiki antara individu dengan individu lainnya.<sup>18</sup>

Factor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya intraksi social dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Imitasi, Gabiel Tarde, sebagaimana dikutip Gerungan beranggapan bahwa seluruh kehidupan social itu sebenarnya berdasarkan factor imitasi, harus diakui dalam interaksi social peranan imitasi tidaklah kecil. Disamping mempunyai dampak positif, imitasi juga memberikan dampak negative dalam interaksi social, yaitu :
  - a. Mungkin yang diimitasi adalah sesuatu yang salah, sehingga menimbulkan kesalahan kolektif yang meliputi sejumlah kolektif manusia yang tidak kecil jumlahnya.
  - b. Kadang-kadang orang yang mengimitasi sesuatu dengan tanpa bersikap kritis, sehingga dapat menghambat perkembangan kebiasaan berpikir kritis.
2. Sugesti, dianggap sebagai pengaruh psikis, baik yang datang dari diri sendiri, maupun datang dari orang lain, yang pada ghalibnya diterima tanpa adanya kritik dari individu yang bersangkutan.

---

<sup>18</sup> Siti Mahmuda, M.Si, Psikologi Sosial Teori & Model Penelitian, UIN\_MALIKI PRESS, 2011,h. 43

3. Identifikasi, dalam psikologi diartikan sebagai dorongan untuk menjadi identik atau sama dengan orang lain, baik secara fisik maupun non fisik.
4. Simpati, adalah perasaan tertariknya orang yang satu terhadap orang yang lain, simpati muncul dalam diri seorang individu tidak atas dasar rasional, melainkan berdasarkan penilaian perasaan seperti juga pada proses identifikasi.<sup>19</sup>

Agar bisa memahami masyarakat atau mad'u dan pesan dakwah yang disampaikan bisa tersampaikan, maka kita bisa mengenal masyarakat atau mad'u da'ri golongannya, Muhammad Abduh membagi mad'u mejadi tiga golongan yaitu:

1. Golongan cerdas cemdekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
2. Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
3. Golongan yang berbeda dengan golongan diatas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tak sanggup mendalami benar.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Siti Mahmuda, M.Si, Psikologi Sosial Teori & Model Penelitian, UIN\_MALIKI PRESS, 2011,h. 46

<sup>20</sup>Wahyu Ilaihi , M.A., “ *Komunikasi Dakwah*”, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2010).

Salah satu tanda kebesaran Allah di alam ini adalah keragaman makhluk yang bernama manusia. Allah SWT. berfirman :

*“Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa keragaman jenis kelamin, suku, bangsa dan warna kulit dan bahasa sebagai tanda kebesaran Allah yang perlu diteliti dengan seksama untuk mengenal lebih dekat tipologi manusia untuk selanjutnya menentukan pola interaksi untuk masing-masing kelompok yang berbeda. Mengenal tipologi manusia adalah salah satu factor penentu suksesnya dakwah, dan merupakan salah satu fenomena alam yang hanya bias ditangkap oleh orang alim.

Menurut Fisher dan rekannya, suatu interaksi adalah tindakan oleh seseorang yang diikuti oleh tindakan orang lain, misalnya pertanyaan-jawaban, pernyataan-pernyataan, dan sapaan-sapaan. Disini unit analisis yang digunakan bukanlah suatu pesan individu, seperti mengemukakan saran,

tetapi sepasang tindakan yang berdekatan (*contiguous pair of acts*), seperti menyampaikan saran dan memberikan tanggapan terhadap saran itu.<sup>21</sup>

Menurut Fisher, suatu interksi dapat dilihat dalam dua dimensi, yaitu dimensi isi (*content dimension*) dan dimensi hubungan (*relation dimension*). Misalnya, jika seseorang mengajukan pertanyaan kepada anda, dan anda menjawabnya, tetapi cara anda menjawab member kesan kepada orang lain bahwa pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan bodoh, dalam hal ini dimensi anda adalah dimensi isi dan cara anda menjawab adalah dimensi hubungan.<sup>22</sup>

Fisher mengemukakan adanya empat tahap yang harus dilalui suatu kelompok atau mad'u dalam menerima atau merespon pesan yang disampaikan seorang penceramah. Fisher melihat perubahan dalam cara-cara mereka berinteraksi ketika keputusan kelompok mulai berkembang dan semakin menguat. Keempat tahap yang dimaksud Fisher adalah tahap orientasi, tahap konflik, tahap kemunculan, dan tahap penguatan.<sup>23</sup>

#### 1. Tahap Orientasi

Tahap orientasi mencakup tindakan seperti mengenai masalah, melakukan klarifikasi, dan mengemukakan pendapat awal. Suatu tingkat

---

<sup>21</sup> Stephen W. Littlejohn dan Keren A. Foss, *Theories of Human Communication*, dikutip dalam buku Morissan, M.A., *Teori Komunikasi Organisasi*, (Ghalia Indonesia 2009), h. 125

<sup>22</sup> Morissan, M.A., *Teori Komunikasi Organisasi*, (Ghalia Indonesia 2009), h. 125

<sup>23</sup> B. Aubrey Fisher, *Decision Emergence dalam Littlejohn dan Foss* dikutip dalam buku Morissan, M.A., *Teori Komunikasi Organisasi*, (Ghalia Indonesia 2009), h. 126

atau level persetujuan yang besar menjadi cirri dari tahapan ini, dalam hal tidak terdapat persetujuan yang besar maka segala pandangan adalah belum mantap atau belum pasti dan masu bersifat sementara. Komentar sering kali dirancang untuk menguji keberadaan kelompok, pada tahap ini, orang masi mencari arah dan pengertian.

## 2. Tahap Konflik

Tahap konflik juga melibatkan penolakan yang cukup tinggi. Pada tahap kedua ini, orang mulai memperkuat sikap mereka sehingga menghasilkan bnayak pengelompokkan atau polarisasi. Pada tahap ini interkasi yang terjadi mencakup ketidaksetujuan atau evaluasi negative yang lebih besar.

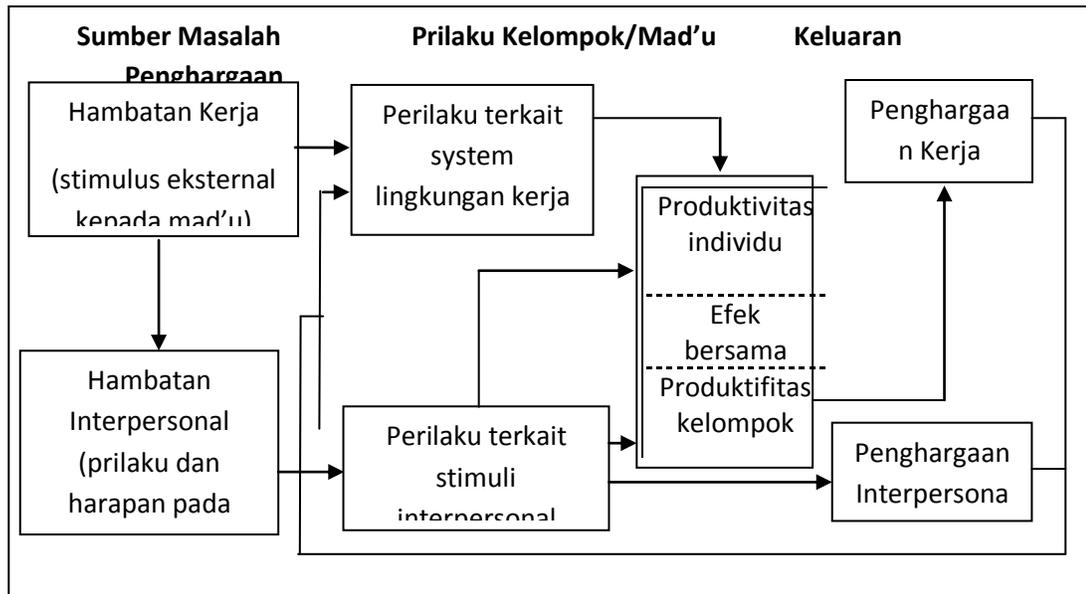
## 3. Tahap Kemunculan

Pada tahap ketiga, koalisi yang timbul pada tahap kedua cenderung mulai menghilang. Tahap ini disebut juga dengan nama tahap kemunculan (*emergence*). Disini tahap-tahap permulaan adanya kerja sama mulai terlihat, pendengar tidak lagi ngotot dalam mempertahankan gagasan, ketika mereka mulai melunak dan mengalami perubahan sikap, maka komentar dan pendapat mereka mulai tidak jelas dan mendua (*ambigu*),

## 4. Tahap penguatan

Tahap terakhir adalah tahap penguatan (*reinforcement*), keputusan kelompok menguat dan keputusan itu juga menerima penguatan dari

anggota kelompok lainnya. Anggota kelompok menyatu dan mendukung solusi atau keputusan yang sudah dibuat.<sup>24</sup>



Skema Gambar 1.1  
Model pengambilan keputusan dalam sebuah kelompok atau mad'u

Yang menjadi pertanyaan ialah mengapa mad'u mau meluangkan waktunya untuk mendengarkan seorang penceramah atau da'i menyampaikan pesan dakwah, penerima pesan dakwah atau mad'u memiliki banyak alasan untuk mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang penceramah. Realita yang ada dalam masyarakat tersebut cenderung lebih pada menolak dakwah dan pura – pura menerima dakwah, dan sedikit pada poin menerima dakwah. Penjelassannya menolak dakwah yaitu masyarakat lebih banyak memikirkan hal duniawai dan mengabaikan kepentingan agama.

<sup>24</sup> Morissan, M.A. , *Teori Komunikasi Organisasi*, (Ghalia Indonesia 2009),h. 126-127

Sedangkan pura-pura menerima dakwah mereka mengakui bahwa ceramah agama itu penting, akan tetapi mereka hanya menganggap sebagai formalitas agama dan tidak pernah ikut andil dilamnya.

Moh. Ali Aziz mengemukakan bahwa bagi orang yang menerima dakwah itu lebih tepat disebut mitra dakwah dari pada sebutan object dakwa, sebab sebutan object dakwah lebih mencerminkan kepasifan penerima dakwah; padahal sebenarnya dakwah adalah suatu tindakan menjadikan orang lain sebagai kawan berfikir tentang keimanan, syari'ah, dan akhlak kemudian untuk diupayakan dihayati dan diamalkan bersama-sama. Menurut hemat penulis baik sebutan object ataupun mitra dakwah itu sama saja, yang terpenting adalah bagaimana seorang dai mampu mengkomunikasikan dakwah secara baik dan tepat kepada mad'unya sehingga mad'u dapat memahami dan mengamalkan isi pesan yang disampaikan. M. Bahari Gazali, melihat object dakwah dari tinjauan segi psikologinya, yaitu :

1. Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari segi sosiologis berupa masyarakat terasing, pedesaan, kota besar dan kecil, serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar.
2. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari segi struktur kelembagaan berupa masyarakat, pemerintah dan keluarga.

3. Sasaran yang berupa kelompok-kelompok masyarakat dilihat dari segi sosial cultural berupa golongan priyayi, abangan dan santri. Klasifikasi ini terutama terdapat dalam masyarakat di Jawa.
4. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat usia berupa golongan anak-anak, remaja dan orang tua.
5. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari okupasinal (profesi, atau pekerjaan) berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri (administrator).
6. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat hidup sosial ekonomis berupa golongan orang kaya, menengah dan miskin.
7. Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari segi jenis kelamin berupa golongan wanita, pria dan sebagainya.
8. Sasaran berhubungan dengan golongan dilihat dari segikhusus berupa golongan masyarakat tunasusila, tunawisma, tuna karya, naarapidana dan sebagainya.

Dan jika disebutkan secara general, sasaran dakwah ini adalah meliputi semua golongan masyarakat. Walaupun masyarakat ini berbeda dan masing-masing memiliki ciri-ciri khusus dan tentunya juga memerlukan cara-cara yang berbeda-beda dalam berdakwah, perlu kita lihat dulu siapa

mad'unya, dari golongan mana agar apa yang akan kita dakwahkan dapat diterima dengan baik oleh mad'u.<sup>25</sup>

Objek dakwah, sasaran dakwah, atau mad'u adalah orang atau publik yang menerima pesan dakwah. Perannya adalah menerima, menerjemahkan, memahami, dan menyikapi atau mengamalkan pesan tersebut. Secara umum, mad'u adalah seluruh manusia sebagai makhluk yang harus tunduk kepada aturan Sang Pencipta (Khaliq), yakni Allah SWT. Pesan dakwah yang disampaikan kepada mereka adalah aturan Sang Khaliq tersebut, yakni ajaran agama Islam. Posisi atau status manusia di muka bumi ini adalah sebagai hamba Allah ( ' abid ), wakil Allah di muka bumi ( khalifah ), dan makhluk kepercayaan atau pengemban amanah-Nya. Pesan-pesan dakwah bertujuan menyeru manusia untuk mampu dan mau melaksanakan tugasnya di bumi sebagai abid, khalifah, dan pengemban amanah tersebut.<sup>26</sup>

Dapat disimpulkan bahwa banyak alasan yang mendasari seorang mad'u mau meluangkan waktunya untuk mendengarkan pesan dakwah, karena :

1. Keinginan mad'u yang mau mendapatkan informasi keagamaan dari seorang penceramah atau da'I, agar mendapatkan ilmu yang lebih banyak

---

<sup>25</sup> Arifin, M. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi* .(Bumi Aksara: Jakarta. 1990),h. 26

<sup>26</sup> Asep syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, 2013, h. 35

dan bisa mengamalkan dalam kehidupan baik untuk dirinya sendiri maupun kehidupan sosialnya.

2. Ketertarikan mad'u dikarenakan kharisma dari seorang da'I ketika menyampaikan pesan dakwah atau berceramah. Dengan kata lain mad'u tersebut hanya menyukai seorang penceramah atau da'I tersebut hanya dari parasnya saja atau dari charisma yang ada pada penceramah tersebut.
3. Sebagai formalitas keagamaan dalam kehidupan bersosialisasi. Menjadi suatu kebiasaan dalam sebuah kehidupan bermasyarakat dan pada akhirnya adanya ceramah menjadi sebuah budaya atau adat yang harus diikuti agar terlihat pantas dalam kehidupan bermasyarakatnya.

Penjelasan diatas berkaitan dengan perilaku social yang muncul dalam kehidupan bermasyarakat, perkembangan historis dari kebudayaan atau peradaban manusia, menurut pandangan ini, secara bertahap dan selektif masyarakat manusia mengembangkan keterampilan, keyakinan, dan teknologi yang menunjang kesejahteraan kelompok tersebut. Karena pada umumnya bermanfaat bagi masyarakat, perilaku proposial menjadi bagian atau aturan atau norma social yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>27</sup>

Keterkaitan dakwah dengan keterlibatan mad'u ketika seseorang berdakwah (da'i) maka ia perlu bahkan harus mengetahui kondisi psikologis

---

<sup>27</sup> Siti Mahmuda, M.Si, Psikologi Sosial Teori & Model Penelitian, (UIN\_MALIKI PRESS, 2011),h. 1

obyek yang didakwahi (mad'u) agar apa yang disampaikan nantinya dapat tersampaikan dengan baik. Karena dakwah itu sendiri merupakan suatu kegiatan yang mempengaruhi orang lain agar mau merubah tingkah lakunya dan mengikuti sesuai dengan yang disyari'atkan oleh agama (islam).

Lebih mudahnya untuk memahami pentingnya pengetahuan tentang mad'u, dapat berangkat dari memahami da'i ibarat seseorang yang menawarkan sesuatu kepada orang lain yang dida'wahnya. Agar yang ditawarkan dapat diterima oleh sasaran da'wahnya, da'i harus mengemas da'wahnya sesuai dengan keinginan dan minat mad'u.

Dalam mempengaruhi orang lain agar orang lain dapat mengikuti apa yang kita inginkan maka kita harus melakukan beberapa pendekatan, dan bisa dibilang pendekatan psikologis adalah pendekatan yang paling penting dan yang paling berpengaruh apakah nantinya orang lain (mad'u) itu dapat menerima apa yang disampaikan oleh Da'i dan menjalankannya.