

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Pustaka

1. Ceramah Agama

a. Pengertian tentang Ceramah

Sebelum melangkah lebih jauh mengenai pembahasan ceramah agama maka ada baiknya dikemukakan dulu tentang definisi ceramah agama.

Ceramah dalam kamus Bahasa Indonesia adalah pidato yang bertujuan memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk sementara ada audiensi yang bertindak sebagai pendengar. Audiensi yang dimaksud disini adalah keseluruhan untuk siapa saja, khlayak ramai, masyarakat luas, atau lazim. Jadi ceramah adalah pidato yang bertujuan untuk memberikan nasehat kepada khalayak umum atau masyarakat luas.

Sedangkan menurut A. G. Lugandi, ceramah agama adalah suatu penyampaian informasi yang bersifat searah, yakni dari penceramah kepada hadirin.¹⁴

Beda lagi dengan pendapat Abdul Kadir Munsyi, beliau berpendapat bahwa ceramah adalah metode yang dilakukan dengan

¹⁴ A. G. Lugandi, *Pendidikan Orang Dewasa (Sebuah Uraian Praktek, Untuk Pembimbing, Penatar, Pelatih dan Penyuluh Lapangan)*, (Jakarta: Gramedia, 1989), h. 29

maksud untuk menyampaikan keterangan petunjuk, pengertian, penjelasan tentang sesuatu masalah dihadapan orang banyak.¹⁵

Jadi yang dimaksud dengan ceramah agama yaitu suatu metode yang digunakan oleh seorang da'i atau muballigh dalam menyampaikan suatu pesan kepada audien serta mengajak audien kepada jalan yang benar, sesuai dengan ajaran agama guna meningkatkan ketaqwaan kepada Allah Swt demi kebahagiaan dunia dan akhirat.

b. Komponen-komponen Ceramah Agama

Komponen-komponen atau unsur-unsur ceramah sama saja dengan komponen-komponen dakwah, yaitu:

1) Da'i

Da'i disebut juga dengan juru dakwah atau lebih sering dikenal dengan komunikator dakwah, yaitu orang yang harus menyampaikan suatu pesan atau wasilah.¹⁶

Menurut Wahyu Ilaihi, M. A. dalam karyanya yang berjudul "*Komunikasi Dakwah*", untuk dikenal sebagai dai atau komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimah yang mukallaf (dewasa) dimana kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah "*Sampaikan walau satu ayat*".

¹⁵ Abdul Kadir Munsiy, *Metode Diskusi Dalam Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1981), h. 31

¹⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 77

b) Secara Khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhasis*) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.¹⁷

Dalam bukunya Superfikir yang berjudul “*Islamic Public Speaking A Powerful Secret for Powerful Muslim Public Speaker*” dijelaskan bahwa ada tiga kriteria pokok yang harus dipahami oleh para da’i yang berperan sebagai khatib dan mubaligh. Diantaranya yaitu:

- a) Memiliki kepribadian Islam yang tangguh sehingga pola pikir dan pola sikapnya bisa diteladani oleh kaum muslimin.
- b) Wawasan yang luas, baik yang terkait dengan ajaran Islam itu sendiri yang memang menjadi tema utama dalam dakwah maupun wawasan kekinian.
- c) Kemampuan atau keterampilan (*skill*) dakwah sehingga jika berdakwah dengan cara berkhotbah atau berceramah, khotbah dan ceramahnya itu menarik, enak didengar, dan jamaah antusias untuk mendengarkannya.¹⁸

2) Mad’u

Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Dalam bahasa komunikasi, mad’u

¹⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 77

¹⁸ Superfikir, *Islamic Public Speaking A Powerful Secret for Powerful Muslim Public Speaker*, (Solo: Tinta Medina, 2012), h. 24-26

bisa disebut dengan komunikan, penerima pesan, khalayak, audience, receiver.¹⁹

Dilihat dari segi sosiologis, kelompok mad'u itu terpancar atau terkumpul pada bentuk-bentuk kelompok manusia yang disebut:

a) Crowd

Kelompok orang yang terkumpul pada suatu tempat atau ruangan tertentu yang terlibat dalam suatu persoalan atau kepentingan bersama secara tatap muka (*direct communication*). Dalam hal ini, keanggotaannya biasanya bersifat permanen atau temporal. Mad'u dalam suatu pengajian dapat dikatakan sebagai *crowd*.

b) Publik

Kelompok yang abstrak dari orang-orang yang menaruh perhatian pada suatu persoalan atau kepentingan yang sama karena mereka terlibat dalam suatu pertukaran pemikiran melalui komunikasi tidak langsung untuk mencari penyelesaian atau kepuasan atas persoalan atau kepentingan mereka.

c) Massa

Adalah orang banyak yang sangat heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang,

¹⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 87

demikian masalah yang mereka hadapi masing-masing masih terpecah-pecah.²⁰

Sedangkan dalam buku *Types of Communication* berdasarkan jenis khalayaknya sifat *audience* dapat dikelompokkan menjadi:

- a) *Khalayak tak sadar*. Maksudnya kadang-kadang komunikan tidak menyadari adanya masalah atau tidak tahu pengambilan keputusan.
- b) *Khalayak apatis*, tipikal komunikan adalah tahu masalah, akan tetapi mereka acuh tak acuh.
- c) *Khalayak yang tertarik, tapi ragu*. Komunikan sadar akan adanya masalah, tahu bahwa akan mengambil keputusan, tetapi mereka masih meragukan keyakinan terhadap apa yang harus mereka ikuti atau sebuah tindakan yang harus mereka jalani.
- d) *Khalayak yang bermusuhan*. Komunikan sadar bahwa ada problem atau masalah yang harus diatasi, tetapi mereka menentang usulan dari komunikan.²¹

3) Materi

Yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam dapat dijadikan pesan dakwah. Dalam buku *Ilmu Dakwah*, secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi masalah pokok yaitu:

²⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 87-88

²¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 88

a) Pesan Akidah

- (1) Iman kepada Allah Swt
- (2) Iman kepada Malaikat-Nya
- (3) Iman kepada Kitab-kitab-Nya
- (4) Iman kepada Rasul-rasul-Nya
- (5) Iman kepada Hari Akhir
- (6) Iman kepada Qadha-Qadhar

b) Pesan Syariah

- (1) Ibadah: thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji.
- (2) Muamalah:
 - (a) Hukum Perdata meliputi: Hukum Niaga, Hukum Nikah dan Hukum Waris.
 - (b) Hukum Publik meliputi: Hukum Pidana, Hukum Negara, Hukum Perang dan Damai.

c) Pesan Akhlak

- (1) Akhlak terhadap Allah Swt.
- (2) Akhlak terhadap makhluk yang meliputi:
 - (a) Akhlak terhadap manusia: diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya.
 - (b) Akhlak terhadap bukan manusia: flora, fauna, dan sebagainya.²²

²² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, h. 101-102

4) Metode

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dengan demikian dapat diartikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.²³

Landasan umum mengenai metode dakwah adalah al-qur’an surah an-nahl ayat 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] 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.”(QS. An-Nahl:125)²⁴

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

²³ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 6

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur’anulkarim*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2010), h. 281

a) Bi al-Hikmah

Kata “hikmah” dalam al-qur’an disebutkan sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma’rifat. Bentuk masdarnya adalah “*hukman*” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.²⁵

Kata hikmah sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik, maupun rasa tertekan.

Menurut Sa’id bin Ali bin Wakif Al-Qahthani, bahwa al-hikmah mempunyai arti sebagai berikut:

(1) Menurut Etimologi (Bahasa)

- (a) Adil, ilmu, sabar, kenabian, al-qur’an, dan injil
- (b) Memperbaiki (membaut jadi baik atau pas) dan terhindar dari kerusakan
- (c) Ungkapan untuk mengetahui sesuatu yang utama dengan ilmu yang utama

²⁵ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 8

(d) Objek kebenaran (*al-haq*) yang didapat melalui ilmu dan akal

(e) Pengetahuan atau makrifat.

(2) Menurut Terminologi (Istilah)

Para ulama berbeda penafsiran mengenai kata *al-hikmah*, baik yang ada dalam al-qur'an maupun sunnah, antara lain:

(a) Valid (tepat) dalam (tepat) dalam perkataan dan perbuatan

(b) Mengetahui yang benar dan mengamalkannya (ilmu dan amal)

(c) Wara' dalam *din* (agama) Allah

(d) Meletakkan sesuatu pada tempatnya

(e) Menjawab dengan tegas dan tepat dan seterusnya.²⁶

Dengan demikian dapat diketahui bahwa hikmah mengajak manusia menuju jalan Allah tidak terbatas pada perkataan lembut, memberi semangat, sabar, ramah, dan lapang dada, tetapi juga tidak melakukan sesuatu melebihi ukurannya. Dengan kata lain yang harus menempatkan sesuatu pada tempatnya.²⁷

²⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 99

²⁷ Siti Muriyah, *Metode Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), h. 42-43

b) Mau'izhah Hasanah

Secara bahasa, *mau'izhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu mau'izhah dan hasanah. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dza-'idzatan* yang berarti nasehat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara *hasanah* merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan.²⁸

Jadi, *mau'izhah hasanah* adalah nasihat yang baik. Maksudnya yaitu memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak mencari atau menyebut kesalahan audiens sehingga pihak objek dakwah rela dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah.²⁹

c) Mujadalah

Dari segi etimologi (bahasa) lafazh mujadalah terambil dari kata '*jadala*' yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif pada huruf jim yang mengikuti wazan Faa ala,

²⁸ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 15

²⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 99-100

'*jaa dala*' dapat bermakna berdebat, dan "*mujadalah*" perdebatan.³⁰

Mujadalah adalah berdiskusi dengan cara yang baik dari cara-cara berdiskusi yang ada.³¹ Mujadalah merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah manakala kedua cara terakhir yang digunakan untuk orang-orang yang taraf berpikirnya cukup maju, dan kritis sebagai ahli kitab yang memang telah memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya. Oleh karena itu, al-qur'an juga telah memberikan perhatian khusus kepada ahli kitab, yaitu melarang berdebat dengan mereka kecuali dengan cara terbaik.

Firman Allah:

وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا

مِنْهُمْ وَقُولُوا ءَامَنَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأُنزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا

وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ ﴿٤٦﴾

Artinya: "Dan janganlah kamu berdebat dengan Ahli Kitab, melainkan dengan cara yang paling baik, kecuali dengan orang-orang zalim di antara mereka, dan Katakanlah: "Kami telah beriman kepada (kitab-kitab) yang diturunkan kepada Kami dan yang diturunkan kepadamu; Tuhan Kami dan Tuhanmu adalah

³⁰ M. Munir, *Metode Dakwah*, h. 17

³¹ Siti Muriyah, *Metode Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), h. 21

satu; dan Kami hanya kepada-Nya berserah diri.”(QS. Al-Ankabut(29): 46)³²

Dari ayat tersebut diatas, kaum muslimin (terutama juru dakwah) dianjurkan agar debat dengan ahli kitab cara yang baik, sopan santun dan lemah lembut kecuali jika mereka telah memperlihatkan keangkuhan dan kezaliman yang keluar dari batas kewajaran.³³

Apabila ditinjau dari sudut pandang yang lain, metode dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Metode-metode tersebut adalah sebagai berikut:

a) Metode Ceramah

Metode ceramah adalah metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan.

Metode ceramah merupakan suatu teknik dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri-ciri karakteristik bicara oleh seorang da'i pada suatu aktivitas dakwah. Metode ini harus diimbangi dengan kepandaian khusus tentang retorika, diskusi, dan faktor-faktor lain yang membuat pendengar merasa simpatik dengan ceramahnya.

³² Departemen Agama RI, *Al-Qur'anulkarim*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2010), h. 402

³³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 100-101

Metode ceramah ini, sebagai metode dakwah *bi al-lisan*, dapat berkembang menjadi metode-metode yang lain, seperti metode diskusi dan tanya jawab.³⁴

b) Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, disamping itu, juga untuk merangsang perhatian penerima dakwah.³⁵

c) Metode Diskusi

Diskusi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.

d) Metode Propaganda

Metode propaganda adalah suatu upaya untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massa secara massal, persuasive dan bersifat otoritatif (paksaan).

³⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 101

³⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 102

e) Metode Keteladanan

Dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung sehingga *mad'u* akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya.

f) Metode Drama

Dakwah dengan menggunakan metode drama adalah suatu cara menajajakan materi dakwah dengan pertunjukkan dan mempertontonkan kepada *mad'u* agar dawah dapat tercapai sesuai yang ditargetkan.

g) Metode Silaturahmi (*Home Visit*)

Dakwah dengan menggunakan metode *home visit* atau silaturahmi, yaitu dakwah yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada suatu objek tertentu dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada penerima dakwah.

5) Media

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (*indirect communication*), dan

sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan.³⁶

c. Sumber-sumber Ceramah Agama

Keseluruhan materi ceramah, pada dasarnya bersumber pada dua sumber pokok ajaran Islam. Kedua sumber ajaran Islam itu adalah:

1) Al-Qur'an

Agama Islam adalah agama yang menganut ajaran kitab Allah, yakni Al-Qur'an. Al-Qur'an merupakan sumber petunjuk sebagai landasan Islam. karena itu, sebagai materi utama dalam berdakwah, Al-Qur'an menjadi sumber utama dan pertama yang menjadi landasan untuk berakwah. Keseluruhan Al-Qur'an merupakan materi dakwah. Dalam hal ini, seorang da'i harus menguasai Al-Qur'an, baik dalam hal membacanya maupun penguasaan terhadap isi kandungan Al-Qur'an.³⁷

2) Hadis

Hadis merupakan sumber kedua dalam Islam. Hadis merupakan penjelasan-penjelasan dari Nabi dalam merealisasikan kehidupan berdasar Al-Qur'an. Dengan menguasai materi hadis maka seorang da'i telah memiliki bekal dalam menyampaikan tugas dakwah. Penguasaan terhadap materi dakwah hadis ini menjadi sangat urgen bagi juru dakwah, karena justru beberapa

³⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 104

³⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 88

ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an diinterpretasikan melalui sabda-sabda Nabi yang tertuang dalam Hadis.³⁸

d. Ceramah Agama dan Permasalahannya

Ceramah agama dipergunakan untuk memperbaiki suatu keadaan tertentu dengan mengemukakan dalil dan bukti serta menyertakan pandangan orang lain dalam masalah itu dan mengemukakan pandangan yang benar. Ceramah yang sukses adalah yang terarah kearah tujuan dan sasarannya jelas nyata, diikuti dengan keterangan yang cukup rasional.

Dalam ceramah ini pembicara mengemukakan uraiannya dengan dipergunakan kalimat-kalimat yang tepat, jadi bukan hanya berbicara saja tapi juga harus menjauhkan dari kalimat yang sulit dimengerti dan muluk-muluk. Baik dalam pidato maupun ceramah, pembicara dan pendengar sama-sama berusaha untuk mencapai suatu tujuan yang dikehendaki dengan mengemukakan bukti-bukti yang dapat dikemukakannya dalam pembahasannya. Maka apabila juru dakwah telah berhasil menyadarkan pendengarnya, berarti tujuannya telah tercapai.³⁹

Metode caramah sebagai salah satu metode atau tehnik dakwah tidak jarang digunakan oleh para da'i atau muballigh juga utusan Allah dalam usaha menyampaikan risalah-Nya. Hal ini terbukti dalam ayat

³⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 89

³⁹ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Madia Dakwah, 1984), h. 271

al-qur'an, bahwa Musa as hendak menyampaikan misi dakwahnya
beliau berdo'a:

قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي ﴿٢٥﴾ وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي ﴿٢٦﴾ وَأَحْلِلْ عُقْدَةَ
مِّنْ لِّسَانِي ﴿٢٧﴾ يَفْقَهُوا قَوْلِي ﴿٢٨﴾

Artinya: “Berkata Musa Ya Tuhanku, lapangkanlah untukku dadaku, dan mudahkanlah untukku urusanku, dan lepaskanlah kekakuanku dari lidahku, supaya mereka mengerti perkataanku”. (QS. At-Thaaha: 25-28)⁴⁰

Sekalipun metode ceramah adalah metode yang paling sering digunakan dalam aktifitas dakwah, namun bagaimanapun juga itu hanya merupakan suatu cara atau bentuk penyampaian pesan kepada pendengar. Tentang apa pesan itu dapat di terima atau tidak itu tergantung dari pendengar, dan bukan berarti metode ceramah tersebut adalah metode yang terbaik.

Mengetahui dan memahami penggunaan metode ceramah dalam dakwah dirasa belum cukup tanpa mempelajari karakteristik metode itu sendiri. Baik yang bersifat kelebihan atau kekurangannya. Oleh karena itu dibagian berikut Baik yang bersifat kelebihan atau kekurangannya. Oleh karena itu dibagian berikut dijelaskan beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dijelaskan beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh metode ceramah agama, antara lain sebagai berikut:

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'anulkarim*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2010), h. 313

1) Kelebihan metode ceramah agama

- a) Dalam waktu yang relatif singkat dapat disampaikan bahan atau materi dakwah sebanyak-banyaknya.
- b) Memungkinkan muballigh atau da'i menggunakan pengalamannya dan kebijaksanaannya sehingga audien atau objek dakwah mudah tertarik menerimanya.
- c) Muballigh atau da'i lebih mudah menguasai seluruh audien atau pendengar.
- d) Bila diberikan dengan baik dapat menstimuler audien untuk mempelajari materi atau isi kandungan yang telah diberikan.
- e) Biasanya dapat meningkatkan derajat atau status dan popularitas da'i atau muballigh.
- f) Metode ceramah ini lebih fleksibel artinya mudah disesuaikan dengan situasi dan kondisi serta waktu yang tersedia.

2) Kekurangan metode ceramah

Metode ceramah sebagai metode dakwah selain memiliki berbagai keistimewaan atau kelebihan juga memiliki beberapa kelemahan, antara lain:

- a) Da'i atau muballigh sukar untuk mengetahui pemahaman audien terhadap bahan-bahan yang disampaikan.
- b) Metode ceramah hanyalah bersifat komunikasi atau searah saja, maksudnya yang aktif hanya subjeknya sata atau muballighnya,

sedang audiennya pasif belaka (tidak faham, tidak ada waktu untuk bertanya atau menggugatnya).

- c) Sukar menjajaki pola berpikir pendengar atau pusat penelitiannya.
- d) Penceramah atau da'i cenderung bersifat otoriter.
- e) Apabila penceramah tidak memperhatikan psikologis (audien) dan tehnik edukatif maupun tehnik dakwah, maka ceramah dapat terlantur-lantur dan membosankan. Sebaliknya muballigh atau penceramah terlalu berlebih-lebihan berusaha menarik perhatian pendengar atau audien dengan jalan memberikan humor yang sebanyak-banyaknya, sehingga inti dan isi ceramahnya menjadi kabur dan dangkal.⁴¹

3) Ketrampilan atau *skill* yang diperlukan bagi penceramah

Seorang da'i atau muballigh agar ceramah baik dan mudah difahami oleh audiennya, menyenangkan apabila didengar, hendaknya memiliki ketrampilan-ketrampilan yang telah diperlukan oleh kriteria ceramah yang baik, diantaranya:

- a) Ketrampilan siasat membuka atau *set induction skill*.
- b) Ketrampilan menerangkan atau *eksplaining skill*.
- c) Ketrampilan menutup atau *clisure skill*.
- d) Menyiapkan rencana ceramah atau persiapan.⁴²

⁴¹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1981), h. 106-108

⁴² Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1981), h. 111

2. Akhlak

a. Pengertian Akhlak

Akhlak adalah tingkah laku seseorang yang didorong oleh suatu keinginan secara sadar untuk melakukan suatu perbuatan yang baik. Akhlak merupakan bentuk jamak dari kata *khuluk*, berasal dari bahasa Arab yang berarti perangai, tingkah laku, atau tabiat.

Tiga pakar dibidang akhlak, yaitu Ibnu Miskawaih, Al-Ghazali dan Ahmad Amin menyatakan bahwa akhlak adalah perangai yang melekat pada diri seseorang yang dapat memunculkan perbuatan baik tanpa pertimbangan pikiran terlebih dahulu.⁴³

Adapun tujuan akhlak adalah menciptakan manusia sebagai makhluk yang tinggi dan sempurna, dan membedakannya dari makhluk-makhluk lainnya. Akhlak hendak menjadikan orang berakhlak baik, bertindak tanduk yang baik terhadap manusia, terhadap sesama makhluk dan terhadap Tuhan.⁴⁴

b. Pembagian Akhlak

Secara garis besar akhlak dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut:⁴⁵

1) Akhlak yang terpuji (*al-Akhlak al-Karimah/al-Mahmudah*)

Yaitu akhlak yang senantiasa berada dalam kontrol Ilahiyah yang dapat membawa nilai-nilai positif dan kondusif bagi

⁴³ Ahmad Amin, *Kitab Akhlak Wasiat Terakhir Gusdur*, (Surabaya: Quantum Maedia, 2012), h. 4

⁴⁴ Anwar Masy'ari, *Akhlak Al Qur'an*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1990), h. 4

⁴⁵ Aminuddin, *Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi Umum*, (Bogor: Ghala Indonesia, 2002), h. 153

kemaslahatan umat. Seperti sabar, jujur, ikhlas, bersyukur, tawadlu (rendah hati), husnudzdzon (berprasangka baik), optimis, suka menolong orang lain, suka bekerja keras dan lain-lain.

2) Akhlak yang tercela (*al-Akhlak al-Madzmumah*)

Yaitu akhlak yang tidak dalam kontrol Ilahiyah, atau berasal dari hawa nafsu yang berada dalam lingkaran syaitahiyah dan dapat membawa suasana negatif serta destruktif bagi kepentingan umat manusia. Seperti takabbur (sombong), su'udzdzon (berprasangka buruk), tamak, pesimis, dusta, kufur, berkhianat, malas dan lain-lain.

c. Materi Akhlak

Materi akhlak ini diarahkan pada menentukan baik buruk, akal, kalbu berupaya untuk menemukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat. Karena ibadah dalam Islam sangat erat hubungannya dengan akhlak. Adapun ajaran islam tentang akhlak sebagai materi ceramah adalah sebagai berikut:

1) Akhlak kepada Allah (Khalik)

Diantaranya akhlak kepada Allah ialah beribadah kepada Allah, yaitu melaksanakan perintah Allah untuk menyembah-Nya sesuai dengan perintah-Nya; berzikir kepada Allah, yaitu mengingat Allah dalam berbagai situasi dan kondisi, baik diucapkan dengan mulut maupun dalam hati; berdoa kepada Allah, yaitu memohon apa saja kepada Allah.

2) Akhlak kepada makhluk

Akhlak kepada makhluk ini dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:⁴⁶

a) Akhlak terhadap manusia

Akhlak terhadap manusia dapat dirinci sebagai berikut:

- (1) Akhlak kepada Rasulullah, seperti mencintai Rasulullah secara tulus dengan mengikuti semua sunnhanya.
- (2) Akhlak kepada kedua orang tua, yaitu berbuat baik kepadanya (*birr al-walidain*) dengan ucapan dan perbuatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dalam bentuk-bentuk perbuatan antara lain: menyayangi dan mencintai mereka sebagai bentuk terima kasih dengan cara bertutur kata sopan dan lemah lembut, mentaati perintah, meringankan beban, serta menyantuni mereka jika sudah tua dan tidak mampu lagi berusaha.
- (3) Akhlak kepada diri sendiri, seperti sabar, adalah perilaku seseorang terhadap dirinya sendiri sebagai hasil dari pengendalian nafsu dan penerimaan terhadap apa yang menimpanya. Syukur adalah sikap berterima kasih atas pemberian nikmat Allah yang tidak bisa dihitung banyaknya. Tawadhu' adalah rendah hati, selalu menghargai siapa saja yang dihadapinya, orang tua, muda, kaya atau miskin.

⁴⁶ Aminuddin, *Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi Umum*, (Bogor: Ghala Indonesia, 2002), h. 154-155

- (4) Akhlak kepada keluarga, karib kerabat, seperti saling membina rasa cinta dan kasih sayang dalam kehidupan keluarga, saling menunaikan kewajiban untuk memperoleh hak, berbakti kepada ibu-bapak, mendidik anak-anak dengan kasih sayang, dan memelihara hubungan silaturrahi yang dibina orang tua yang telah meninggal dunia.
 - (5) Akhlak kepada tetangga, seperti saling mengunjungi, saling membantu di waktu senggang, lebih-lebih di waktu susah, saling memberi, saling menghormati dan saling menghindari pertengkaran dan permusuhan.
 - (6) Akhlak kepada masyarakat, seperti memuliakan tamu, menghormati nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat, saling menolong dalam melakukan kebajikan dan taqwa, menganjurkan anggota masyarakat, termasuk diri sendiri, untuk berbuat baik dan mencegah diri dari melakukan perbuatan dosa.
- b) Akhlak terhadap bukan manusia (lingkungan hidup), seperti sadar dan memelihara kelestarian lingkungan hidup, menjaga dan memanfaatkan alam, terutama hewani dan nabati, untuk kepentingan manusia dan makhluk lainnya, sayang pada sesama makhluk dan menggali potensi alam seoptimal mungkin demi kemaslahatan manusia dan alam sekitarnya.

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.⁴⁷ Pelayanan kesehatan adalah upaya yang diselenggarakan sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit, serta memulihkan perseorangan (pasien), keluarga, kelompok dan masyarakat.⁴⁸

Pada industri jasa, pelayanan merupakan kunci sukses dalam keberhasilan suatu organisasi bisnis atau perusahaan jasa. Seperti halnya yang terjadi pada industri atau organisasi jasa disektor kesehatan yakni Rumah Sakit. Pelayanan yang ada di Rumah Sakit merupakan produk jasa mereka. Adapun jenis pelayanan tersebut meliputi: pelayanan administrasi, pelayanan medis, pelayanan penunjang medis (lab, klinik, radiologi, farmasi, gizi, dan seterusnya) dan pelayanan keperawatan. Dan semua jenis pelayanan tersebut yang termasuk dalam pelayanan kesehatan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan Rumah Sakit alangkah baiknya jika diketahui terlebih dahulu mengenai kewajiban Pemberi Pelayanan Kesehatan (*Provider*), kewajiban adalah sesuatu yang harus

⁴⁷ As. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 17

⁴⁸ Azrul Azwar, *Menuju Pelayanan Kesehatan Yang Lebih Bermutu*, (Jakarta: IDI, 1996), h. 63

dilakukan. Jadi yang harus dilakukan oleh pelayan kesehatan di antaranya yaitu:

- 1) Wajib mematuhi perundangan dan aturan-aturan yang dikeluarkan pihak pemerintah.
- 2) Wajib memberikan pelayanan kepada pasien tanpa membedakan suku, ras, agama, sex dan status sosial pasien.
- 3) Wajib merawat pasien sebaik-baiknya dengan tidak membedakan kelas perawatan (*duty of care*).
- 4) Wajib menjaga mutu keperawatan dengan tidak membedakan kelas perawatan (*quality of care*).
- 5) Wajib memberikan pertolongan pengobatan di UGD tanpa meminta jaminan materi terlebih dahulu.
- 6) Wajib menyediakan sarana dan prasarana umum yang dibutuhkan.
- 7) Wajib menyediakan sarana peralatan medik sesuai dengan standar.
- 8) Menjaga agar semua sarana dan peralatan senantiasa dalam keadaan siap pakai (*ready for use*).
- 9) Wajib merujuk kepada rumah sakit yang lain jika rumah sakit tersebut tidak memiliki sarana dan prasarana yang lengkap.
- 10) Mengusahakan adanya sistem sarana dan prasarana pencegahan kecelakaan dan penanggulangan bencana.
- 11) Wajib melindungi dokter dan memberikan bantuan administrasi dan hukum jika dokter tersebut mendapatkan tuntutan hukum dari pasien atau keluarga.

- 12) Mengadakan perjanjian tertulis dengan para dokter.
- 13) Membuat standar dan prosedur tetap baik untuk pelayanan medik, penunjang medik dan non medik.

Konsumen pelayanan kesehatan tidak dapat dinilai secara teknis medis, oleh karena itu dapat di nilai dari sisi non teknis. Ada dua penilaian tentang pelayanan kesehatan yaitu kenyamanan dan nilai pelayanan yang diterima.

Menurut Robert bahwa penilaian dimensi mutu pelayanan kesehatan dapat ditinjau dari penyelenggara pelayanan, penyandang dana dan pemakai jasa pelayanan kesehatan. Bagi penyelenggara pelayanan kesehatan penilaian mutu lebih terkait dengan dimensi kesesuaian mutu pelayanan yang diselenggarakan dengan perkembangan ilmu dan teknologi mutakhir dan otonomi profesi dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan pasien. Bagi penyandang dana penilaian mutu lebih terkait dengan dimensi efisiensi pemakaian sumber dana, kewajiban pembiayaan kesehatan dan kemampuan pelayanan kesehatan, mengurangi kerugian penyandang dana pelayanan.

Adapun mutu pelayanan bagi pasien, penilaian jasa pelayanan kesehatan lebih terkait pada ketanggapan petugas memenuhi kebutuhan pasien, kelancaran komunikasi petugas dengan pasien, empati dan keramah tamahan petugas dalam melayani pasien dalam kesembuhan penyakit yang diderita oleh pasien. Untuk mengatasi

perbedaan dimensi nilai mutu pelayanan kesehatan telah disepakati bahwa penilaian mutu pelayanan seyogyanya berpedoman pada hakekat dasar diselenggarakannya pelayanan kesehatan yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan.

Penentuan kualitas suatu jasa pelayanan sangatlah kompleks, Zeithaml mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu :

- 1) Tangibles (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta fasilitas penunjang.
- 2) Reliability (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurat yang tinggi.
- 3) Responsiveness (ketanggapan), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

- 4) Assurance (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan keterampilan para pegawai dalam melayani pelanggan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- 5) Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman.⁴⁹

4. Pengaruh Ceramah Agama terhadap Akhlak Pelayanan

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁵⁰ Dalam hal ini, sebelum membahas tentang pengaruh ceramah agama terhadap akhlak, maka penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai pengertian komunikasi yang sangat erat kaitannya dengan pengaruh ceramah agama yang telah disebutkan diatas.

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian pernyataan seseorang kepada orang lain. Dari proses itu memerlukan sejumlah komponen atau unsur yang merupakan persyaratan terjadinya

⁴⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 148-149

⁵⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ed 3 Cet 3*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 849

komunikasi. Komponen itu ada adalah komunikator, komunikan, pesan, media dan efek.⁵¹ Menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*, yang dimaksud dengan komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.⁵²

Maksud dari pengaruh dakwah adalah usaha untuk mengadakan perubahan atau perbaikan kepada masyarakat yang menjadi obyek dakwah dengan jalan mengadakan beberapa kegiatan yang bersifat keagamaan.

Dengan mengadakan berbagai aktivitas dakwah baik dengan memberikan nasehat-nasehat lewat ceramah, khutbah, maka para da'i berusaha mengadakan perubahan dalam hal akhlaqul karimah. Sebagaimana yang dikatakan HM. Arifin dalam bukunya "*Psikologi Dakwah*" yaitu:

"Dalam proses kegiatan dakwah dimana sasarannya adalah manusia sebagai makhluk individu dan sosial, yang melibatkan sikap dan kepribadian para da'i dalam menggarap sasaran dakwah yang berupa manusia hidup yang punya sikap dan kepribadian pula. Disinilah akan terlihat adanya hubungan dan saling pengaruh mempengaruhi antara da'i dan sasaran dakwah."⁵³

Oleh karena pengajian dengan materi akhlak adalah merupakan bentuk dakwah Islamiyah, maka pengaruh yang diharapkan dari kegiatan

⁵¹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h. 9

⁵² Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h. 10

⁵³ HM. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), h. 17-18

tersebut tentu sesuai dengan apa yang diharapkan dari kegiatan dakwah yaitu adanya perubahan yang terjadi pada diri obyek setelah menerima pesan dakwah yang telah disampaikan.

Oleh karena dakwah sebagai agen pembentuk dan perubahan masyarakat, maka dakwah jelas mempunyai peranan dan pengaruh yang cukup luas dalam kehidupan masyarakat.

Dakwah itu tidak hanya sebagai sarana komunikasi massa yang hanya akan memberikan pesan apa adanya saja, baik maupun buruk, akan tetapi dakwah lebih dari itu, yakni akan berkomunikasi dengan masyarakat dengan ketegasan pandang, bahwa yang baik harus dimenangkan dan jelek harus dikalahkan (*amar ma'ruf nahi munkar*), maka dari itu harapan dari dakwah ialah membentuk masyarakat yang lebih baik dari sebelum dilaksanakannya dakwah.

Berbicara mengenai pengaruh dakwah, terlebih diketahui pengaruh komunikasi dalam arti yang luas sebagaimana dikemukakan oleh Drs. Jalaluddin Rahmat, bahwa diharapkan setelah komunikasi berlangsung terjadi efek sebagai berikut:

- a. Efek Kognitif, ini terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami atau dipersepsi khalayak, efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi.
- b. Efek Efektif, terjadi apabila ada perubahan pada yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau niali.

- c. Efek Behavioral, ini menunjukkan pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.⁵⁴

Berpijak dari uraian-uraian tersebut diatas dapatlah disimpulkan, bahwa yang diharapkan dari efektifitas dakwah adalah:

- a. Adanya perubahan pada pemahaman, pengetahuan dan pengertian (efek kognitif)
- b. Adanya perubahan pada sikap (efek efektif)
- c. Adanya perubahan pada pengamalan, tindakan, perbuatan atau tingkah laku (efek behavioral)

Untuk lebih jelasnya tiga efek dari perubahan yang ditimbulkan dari adanya kegiatan dakwah, akan diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengaruh dakwah terhadap perasaan

Pemahaman terhadap pesan dakwah terjadi pada obyek dakwah setelah adanya proses berfikir, dan dakwah dianggap berpengaruh terhadap pemahaman obyek dakwah, apabila onyek dakwah memahami dan mengerti terhadap pesan dakwah yang telah disampaikan oleh subyek dakwah (da'i) terlepas dari diamalkan atau tidak.

Memahami pesan dakwah, berarti mampu menginterpretasikan isi dari pesan dakwah tersebut di dalam tatacara berfikirnya. Dan untuk mempengaruhi pemahaman obyek terhadap pesan dakwah, diperlukan

⁵⁴ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali, 1984), h. 216

kemampuan seorang da'i didalam melaksanakan dakwahnya, misalnya kemampuan menggunakan metode, menggunakan bahasa yang baik dan mudah difahami, atau menggunakan tehnik lain yang mampu merangsang terhadap daya pemahaman obyek.

Sebagaimana dikemukakan oleh Toto Tasmara dalam bukunya ”*Komunikasi Dakwah*”, “Memang benar, bahwa tidak ada orang yang identik, baim dalam hal pengalaman, pengetahuan, emosi maupun cara berfikir. Tetapi dengan mengetahui semaksimal mungkin latar belakang dan kerangka pandangan seseorang, sedikit-tidaknya seorang komunikator dapat merencanakan suatu strategi tertentu di dalam melaksanakan melancarkan komunikasinya, agar tidak terlalu jauh dengan daya tanggap, atau kemampuan menginterpretasikan dari komunikasinya”.⁵⁵

b. Pengaruh dakwah terhadap sikap

Perubahan sikap seseorang dapat dilihat dari intensitas seseorang dalam melakukan interaksi sosial dengan lingkungannya, baik di luar maupun di dalam kelompoknya. Karena di dalam interaksi tersebut juga terjadi proses komunikasi, maka juga bisa dikatakan sejauhmana seseorang terlibat di dalam komunikasi, sehingga dari kegiatan komunikasi ini akan menambah pengalaman-pengalaman yang kemudian akan membentuk sikap seseorang.

⁵⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h.11

Begitu halnya dengan dakwah, karena dakwah adalah bentuk komunikasi yang menyampaikan pesan ajaran Islam, maka pengaruhnya terhadap sikap juga harus membentuk sikap obyek dakwah yang Islami pula.

Toto Tasmara mengatakan dalam bukunya “*Komunikasi Dakwah*”, faktor-faktor yang menunjang perubahan sikap adalah:

- 1) Situasi intern (daya selektifitas)
- 2) Faktor ekstern (interaksi sosial) hal ini meliputi:
 - a) Bagaimana isi pesan yang diterimanya
 - b) Siapa orang yang menyokong isi pesan tersebut
 - c) Bagaimanakah hubungan pesan yang diterima dengan norma-norma kelompoknya apakah cukup menguntungkan atau malah menimbulkan tantangan.
 - d) Dalam situasi bagaimanakah pesan itu disampaikan, atau bagaimana caranya.⁵⁶

Maka dari itu perubahan dan pembentukan sikap akan selalu dihubungkan dengan pengamalan dan pandangan seseorang khususnya dalam hubungannya dengan norma-norma kelompoknya. Mungkin sekali pesan itu dapat diterima, difahami oleh seseorang tetapi apabila dia memperhitungkan untung rugi, dan kemungkinan kurang acceptable dari ukuran norma kelompok, sering kali pesan itupun belum mampu merubah atau membentuk sikapnya.

⁵⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 22

Dalam hubungan inilah seorang komunikator harus mampu melihat indikasi total dari komunikannya, mengadakan pendataan dari latar belakang kelompoknya, termasuk di dalamnya norma-norma sosial, budaya dan juga yang bersifat ekonomis. Sehingga dalam proses komunikasi, sering kali kita lebih mudah untuk menyampaikan suatu pesan hanya pada tingkat memberi informasi saja.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa sikap itu bisa dirubah dan dibentuk, sedang perubahan tersebut terjadi melalui proses pengalaman yang lahir melalui komunikasi (interaksi), maka dakwah sebagai bentuk komunikasi yang memiliki berbagai perangkat pesan, metode, dan lainnya juga mampu merubah sikap seseorang sesuai dengan pesan yang disampaikan.

c. Pengaruh dakwah terhadap tingkah laku

Dakwah disamping berpengaruh terhadap pemahaman dan sikap juga berpengaruh terhadap tingkah laku obyek (pengalaman), dan ini sebagai realisasi dari apa yang difahami dan dimengerti dari pesan dakwah menjadi perbuatan nyata atau secara umum dakwah dikatakan berhasil atau berpengaruh terhadap tingkah laku, apabila obyek dakwah sudah mau menjalankan ajaran Islam dan mau menjadikan Islam sebagai tradisi kehidupannya.

Sebagaimana telah dijelaskan, bahwa tingkah laku atau pengamalan adalah sebagai bentuk realisasi dari pemahaman terhadap suatu bentuk pesan. Oleh karena itu pengamalan disini sangat erat

kaitannya dengan kesadaran individu (faktor psikologis) di samping faktor petunjuk atau hidayah.

Akan tetapi secara psikologis, apabila orang sudah memahami serta mengerti tentang sesuatu maka ia akan cenderung untuk mengamalkannya dalam bentuk riil (pengalaman) apalagi kalau hal tersebut dianggap baik dan menguntungkan bagi dirinya, dan apabila hal yang demikian ini terjadi dalam dakwah, maka dengan demikian berarti dakwah telah berpengaruh terhadap tingkah laku.

B. Kajian Teoritik

Penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam model jarum hipodermik (*Hypodermic Needle*). Penggunaan teori ini tidak dimaksudkan untuk mengujinya, melainkan sebagai dasar pijakan atau kerangka dalam mengkaji makna pesan dakwah dari ceramah agama yang dimaksudkan dalam pengajian. Teori jarum hipodermik (*Hypodermic Needle*) ini muncul selama dan setelah perang dunia I, dalam bentuk eksperimen. Penelitian dengan model ini dilakukan Novland dan kawan-kawan untuk meneliti pengaruh propaganda sekutu dalam mengubah sikap.

Boleh dikatakan inilah model penelitian komunikasi yang paling tua. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut jarum hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan pesan “disuntikkan” langsung kedalam jiwa komunikan. Model ini sering juga disebut “*bullet theory*” (teori peluru) yang memandang pesan-pesan

komunikasi bagaikan melesatnya peluru-peluru senapan yang mampu merobohkan tanpa ampun siapa saja yang terkena peluru.⁵⁷

Sebagaimana teori jarum suntik yang disampaikan diatas, ceramah agama yang disampaikan dalam pengajian diibaratkan jarum suntik yang besar yang menyuntikkan berbagai pesan-pesan, diantaranya adalah pesan-pesan yang terdapat nilai-nilai Islam ke dalam jiwa komunikannya, sehingga komunikannya mendapat pengetahuan dari yang disampaikan, diantaranya adalah pengetahuan mengenai akhlak.

C. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Pengaruh Pembinaan Agama Terhadap Akhlak Para Perawat Rumah Sakit Islam Fatimah Di Kabupaten Banyuwangi, oleh Imam Muklis IAIN Sunan Ampel Surabaya 1998. Dalam penelitiannya, yang diteliti adalah ada atau tidaknya pengaruh pembinaan agama terhadap akhlak para perawat rumah sakit Islam Fatimah di kabupaten Banyuwangi, sejauh mana pembinaan agama itu berpengaruh terhadap akhlak para perawat di rumah sakit tersebut.

Dalam menjawab permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan rumus statistik *chi kwadrat*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pembinaan agama terhadap akhlak para perawat Rumah Sakit Islam Fatimah di Kabupaten

⁵⁷ Jaluluddin Ahmad, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1997), h. 62

Banyuwangi itu sangat berpengaruh dengan tingkat pengaruh yaitu hubungan yang cukup berarti dengan prosentase 0,63.⁵⁸

Adapun perbedaan dari penelitian diatas yaitu pada penelitian diatas Imam Mukhlis selaku peneliti hanya fokus meneliti perawatnya saja. Akan tetapi pada penelitian ini, peneliti objek yang diteliti yaitu semua karyawan termasuk perawat di dalamnya jadi lebih luas.

2. Pengaruh Ceramah Agama Terhadap Keharmonisan Hubungan Kerja Para Karyawan Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan, oleh Khusnul Khotimah Fakultas Dakwah PPAI 1996. Dalam penelitiannya, yang diteliti adalah ada atau tidaknya pengaruh ceramah agama terhadap keharmonisan hubungan kerja para karyawan rumah sakit muhammadiyah Lamongan, sejauh mana ceramah agama itu berpengaruh terhadap keharmonisan hubungan kerja para karyawan di rumah sakit tersebut.

Dalam menjawab permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan rumus statistik *chi kwadrat*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas ceramah agama terhadap keharmonisan hubungan kerja para karyawan Rumah Sakit Islam Muhammadiyah Lamongan itu berpengaruh dengan tingkat pengaruh yaitu

⁵⁸ Imam Muklis, *Pengaruh "Pembinaan Agama Terhadap Akhlak Para Perawat Rumah Sakit Islam Fatimah Di Kabupaten Banyuwangi"*, (Skripsi, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, h. 7

berada diantara 76% - 100% yang berarti kategori pengaruhnya adalah baik.⁵⁹

Perbedaanya dengan peneliti yang sekarang tampak jelas bahwa kalau pada peneliti terdahulu ini mengkaji mengenai keharmonisan hubungan kerja dari para karyawan tersebut sedangkan untuk yang sekarang mengkaji tentang pelayanan para karyawan tersebut terhadap pasien khususnya pasien rawat inap.

3. Pengaruh Metode Ceramah (Dalam Aktivitas Dakwah Jama'ah Burdah "Al-Hidayah" Terhadap Perubahan Tingkah Laku Beragama Masyarakat Boto Putih Kelurahan Simolawang Kecamatan Simokerto Kodya Surabaya, oleh Achmad Fachrul Anam Dakwah PPAI 1995. Dalam penelitiannya, yang diteliti adalah ada atau tidaknya pengaruh metode ceramah terhadap perubahan tingkah laku beragama masyarakat Boto Putih Kelurahan Simolawang Kecamatan Simokerto Kodya Surabaya, sejauh mana ceramah agama itu berpengaruh terhadap tingkah laku masyarakat tersebut.

Dalam menjawab permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan rumus statistik *chi kwadrat*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode ceramah terhadap perubahan tingkah laku beragama masyarakat Boto Putih Kelurahan Simolawang Kecamatan Simokerto Kodya Surabaya itu sangat berpengaruh dengan

⁵⁹ Khusnul Khotimah, "Pengaruh Ceramah Agama Terhadap Keharmonisan Hubungan Kerja Para Karyawan Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan", (Skripsi, Fakultas Dakwah PPAI, 1996), h. 9

tingkat pengaruh yaitu hubungan yang cukup berarti dengan prosentase 0,48.⁶⁰

Mengenai persamaan dari peneliti diatas yaitu mengenai penggunaan metode ceramah dalam mempengaruhi tingkah laku seseorang. Dalam penelitian saat ini, peneliti juga mengkaji mengenai ceramah itu berpengaruh pada akhlak seseorang khususnya karyawan rumah sakit sebagaimana disesuaikan dengan objek yang peneliti pilih.

⁶⁰ Achmad Fachrul Anam, *“Pengaruh Metode Ceramah (Dalam Aktivitas Dakwah Jama’ah Burdah “Al-Hidayah” Terhadap Perubahan Tingkah Laku Beragama Masyarakat Boto Putih Kelurahan Simolawang Kecamatan Simokerto Kodya Surabaya”*, (Skripsi, Fakultas Dakwah PPAI, 1995), h. 9