tersebut menunjukkan metode yang harus dipahami dan dipelajari oleh setiap muslim. Karena Allah SWT tidak akan menceritakan sesuatu, melainkan agar dijadikan sebagai suri teladan yang baik dan dapat membantu dalam rangka menjalankan dakwah berdasarkan metode-metode tersurat dan tersirat dalam Al Quran .[42]

2) Sunnah Rasul

Di dalam sunnah rasul banyak kita temui hadis-hadis yang berkaitan dengan dakwah. Begitu juga dalam sejarah hidup dan perjuangannya dan cara-cara yang beliau pakai dalam menyiarkan dakwahnya baik ketika beliau berjuang di Makkah maupun di Madinah. Semua itu memberikan contoh dalam metode dakwahnya. Karena setidaknya kondisi yang dihadapi Rasulullah SAW ketika itu dialami juga oleh juru dakwah sekarang ini.

3) Sejarah Hidup Para Sahabat dan Fuqaha

Dalam sejarah hidup para sahabat besar dan para fuqaha cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah. Karena mereka adalah orang yang dalam *expert* bidang agama. Muadz bin Jabal dan para sahabat lainnya merupakan *figure* yang patut dicontoh sebagai kerangka acuan dalam mengembangkan misi dakwah.

[42]Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, hh 255

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Pengalaman

Experience Is The Best Teacher, itu adalah motto yang punya pengaruh besar bagi orang-orang yang suka bergaul dengan orang banyak. Pengalaman juru dakwah merupakan hasil pergaulannya dengan orang banyak yang kadangkala dijadikan reference ketika berdakwah.

Setelah kita mengetahui sumber-sumber metpde dakwah sudah sepantasnya kita menjadikannya sebagai pedoman dalam melaksanakan aktifitas dakwah yang harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang sedang terjadi.[43]

B. KAJIAN TEORITIK

1. Teori Jarum Suntik Hipodermik

Model ini muncul selama dan setelah Perang Dunia I. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model Jarum Suntik hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi " disuntikkan " langsung kedalam jiwa komunikan. Sebagaimana obat disimpan dan disebarkan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis.

[43]Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h 256

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Model ini sering juga disebut “ bullet theory “ (teori peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima berondongan pesanpesan komunikasi. Bila kita menggunakan komunikator yang tepat, pesan yang baik atau media yang benar, komunikan dapat diarahkan sekehendak kita, karena behaviorisme sangat mempengaruhi model ini.

Walaupun sejak tahun 1950 an model ini sudah ditinggalkan di kalangan peneliti komunikasi, pada masyarakat awam asumsi-asumsinya masih diyakini orang. Model jarum hipodermik telah diungkapkan terutama sekali dalam penelitian-penelitian persuasif. Pada umumnya, model ini bersifat linier dan satu arah. Kredibiltas terdiri dari dua unsur: keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dengan sejauh mana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang benar, sedangkan kejujuran dioperasionalisasikan sebagai persepsi komunikan tentang sejauh mana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya, daya tarik ukur dengan kesamaan, familiaritas dan kesukaan.[44]

2. Teori Komunikasi

Dalam proses berpikir yang merupakan inti dari kesadaran manusia, ia selalu dipengaruhi oleh klasifikasi kelas kelompok dan posisi sosialnya. Pikiran manusia dipengaruhi oleh berbagai

[44]Jalaluddin, Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1984), hh 62-63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kecenderungan dan emosi personalnya. Tak seorang pun dapat sama sekali menghindari dampak emosi terhadap daya pilihannya untuk menentukan sesuatu.

Salah satu cara kebiasaan manusia membebaskan diri dari sikap pribadi dan kelasnya dapat digambarkan melalui komunikasi, bahkan dengan komunikasi manusia mampu untuk mempengaruhi orang lain.

Namun, komunikasi mempunyai banyak makna dan definisi. Salah satu definisi komunikasi yang sangat klasikal yaitu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan bagaimana pengaruhnya atau dapat diringkas melalui rumus S-M-C-R-E (Sources, Massage, Channel, Receiver, Effect). Komunikasi ialah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna suatu respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

Dari definisi diatas diperoleh beberapa unsur dalam komunikasi : *pertama* sumber *(Source)* dan komunikator. Komunikator boleh jadi seorang, kelompok orang dan organisasi. Dalam penyampaian pikiran dan perasaannya, komunikator harus mengubah melalui seperangkat simbol, baik verbal maupun nonverbal yang dapat dipahami oleh penerima pesan. *Kedua*, pesan *(Massage*), yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada penerima. Pesan memiliki tiga komponen : makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makna dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata atau ucapan atau juga melalu luksan (nonverbal). *Ketiga*, saluran *(Medium*) yaitu alat atau wahana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran komunikator merujuk kepada bentuk pesan dan cara penyajian yang disampaikan, baik verbal maupun nonverbal, misalnya pesan dengan kata-kata, berarti salurannya adalah suara yang diterima oleh indra telinga. *Keempat*, *receiver* (Penerima) yaitu orang yang menerima pesan dari sumber atau proses penyandian balik, *receiver* menfsirkan segala gagasan, nilai dan perasaan sumber menjadi gagasan dan nilai yang dipahami. *Kelima*, efek, yaitu apa yang terjadi pada si penerima, setelah menerima pesan tersebut, seperti perubahan sikap dan perasaan.[45]

[45]Acep, Aripudin, Pengembangan Metode Dakwah, hh 13-15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id