

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan adalah sesuatu yang yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.

Sementara Astrid mengatakan bahwa pesan adalah ide, gagasan, informasi dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.⁶

Pesan adalah keseluruhan dari pada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.

Menurut Muhammad Fuad Abdul Baqi, kata *dakwah* dalam Alqur'an dan kata-kata yang terbentuk darinya tidak kurang dari 213 kali.⁷ Dengan

⁶ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, (Bandung : Bina Cipta, 1997), hal 7

⁷ Muhammad Abdul Baqi, *Al-Mu'jam Al-Mufahras li Alfazh Al-Qur'an*, (Cairo: Dar Al-Kutub Al'Arabiyah), hal 692-693

demikian, secara etimologi *dakwah* dan *tabligh* itu merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Sedangkan secara terminologis pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia dan akherat. Definisi mengenai dakwah, telah banyak dibuat oleh para ahli, di mana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi. Walaupun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikinya sama.

Di bawah ini akan penulis kemukakan beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli mengenai dakwah, antara lain :

- a. Prof. Toha Yahya Omar, M.A, “Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.”
- b. Prof. A. Hasjmy, “Dakwah Islamiyyah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.”
- c. Prof. H.M. Arifin, M.Ed, “Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul pada dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur pemaksaan.”

- d. Prof. Dr. Aboebakar Aceh, “Dakwah yang berasal dari *da'a*, berarti perintah mengadakan seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik. Kata-kata ini mempunyai arti yang luas sekali, tetapi tidak keluar daripada tujuan mengajak manusia hidup sepanjang agama dan hukum Allah.”
- e. Dr. M. Quraish Shihab, “Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekadar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.”⁸

Adapun menurut hemat penulis, dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dengan cara mengimani dan menjalankan dengan baik segala syariat Islam dalam kehidupan individual atau bermasyarakat untuk mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat nantinya. Proses dakwah dilakukan dengan media dan cara-cara metode dakwah tertentu.

Pemahaman-pemahaman tentang definisi dakwah sebagaimana disebutkan di atas, meskipun terdapat perbedaan-perbedaan dalam kalimat,

⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:AMZAH, 2009), hal 3-4

namun sebenarnya tidaklah terdapat perbedaan yang prinsipal. Dari berbagai pengertian dakwah yang dikemukakan oleh para ahli di atas, kiranya dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Dakwah menjadikan perilaku Muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatal lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur : *da'i* (subjek), *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.
- b. Dakwah juga dapat dipahami dengan proses internalisasi, transformasi, transmisi, dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat dengan *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar*.
- c. Dakwah mengandung arti panggilan dari Allah SWT dan Rasulullah SAW untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupannya.⁹

Kebebasan sangat dijamin dalam agama Islam termasuk kebebasan meyakini agama. Objek dakwah harus bebas sama sekali dari ancaman dan harus benar-benar yakin bahwa kebenaran ini hasil penilaiannya sendiri. Hal ini termaktub dalam Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 256 yang berbunyi :

⁹ Drs. Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal 2-3

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ۚ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ
 بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٥٦﴾

“Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sungguh dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar lagi Maha mengetahui”.¹⁰

Dengan demikian, dakwah adalah kegiatan orang yang beriman kepada Allah SWT dalam bidang kemasyarakatan yang diwujudkan dalam sistem kegiatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan berbuat baik sebagai individual maupun sosial dalam rangka mewujudkan ajaran Islam dalam kehidupan individual dan masyarakat adil makmur yang diridhai oleh Allah SWT dengan menggunakan cara-cara tertentu.

Dakwah sebagai suatu proses tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, dan *way of life* manusia sebagai sasaran dakwah ke arah kualitas kehidupan yang lebih baik. Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban kaum muslimin untuk menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain dengan cara melaksanakan kegiatan menyeru atau mengajak kepada agama Islam

¹⁰ Departemen agama RI. *Al Hidayah, Al Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta : Kalim, 2011), hal 43

mempunyai *khithtah* khusus menjadi garis landasannya, serta arah tujuannya yang hendak dicapai. Dalam hal ini Al-Qur'an sebagai rujukan utaman dalam berdakwah mempunyai watak atau karakteristik yang khas dengan berbagai isyarat pertanyaan-pertanyaan yang diekspresikan dalam Al-Qur'an.

Dalam berbagai ekspresi Al-Qur'an tersebut dapat diturunkan beberapa pesan moral Al-Qur'an tentang menyampaikan dakwah, antara lain bahwa dalam upaya penyebaran agama Islam perlu disampaikan dengan cara yang lebih baik. Dengan cara penuh kasih sayang, tidak muncul dari rasa kebencian. Bahkan, walaupun terjadi permusuhan, harus dianggap seolah-olah menjadi teman baik. Karena hakikat dakwah adalah bagaimana mengarahkan dan membimbing manusia dalam menemukan dan menyadari fitrahnya sehingga sasaran utamanya adalah jiwa nurani sebagai mata hatinya.¹¹

Dengan kata lain setiap muslim secara otomatis sebagai pengemban misi dakwah. Dengan demikian dakwah merupakan bagian yang sangat esensial dalam kehidupan seorang muslim, di mana esensinya berada pada ajakan dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama Islam dengan penuh kesadaran demi keuntungan dirinya dan bukan untuk kepentingan pengajaknya. Jadi berbeda dengan propaganda.

Dakwah juga mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan mengajak baik dalam bentuk lisan, tulisan dan tingkah laku secara sadar dan

¹¹ H. Asep Muhyidin, Agus Ahmad Syafe'I, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), hal 73-74

berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik individu atau kelompok. Berkaitan dengan hal itu, Allah SWT telah memberikan landasan berpijak bagi seorang *da'i* sebagaimana firman-Nya dalam surat An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.¹²

Dari firman Allah yang telah dijelaskan di atas, Allah SWT telah memerintahkan kepada seluruh umat Muslim untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bagaimana cara pelaksanaannya sesuai dengan ajaran agama Islam.

Jadi melakukan suatu kebaikan kepada yang *ma'ruf* merupakan kewajiban bagi setiap muslim, hakikat dakwah sendiri berdasarkan Al-Qur'an sebagai kitab dakwah, antara lain dapat dijumpai dalam surat *An-Nahl* 16 : 125 yang telah disebutkan di atas. Berdasarkan isyarat ayat tersebut, hakekat dakwah dapat dirumuskan sebagai suatu kewajiban mengajak manusia ke jalan

¹² Departemen agama RI. *Al Hidayah, Al Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta : Kalim, 2011), hal 282

Tuhan dengan cara *hikmah, mau'idhah hasanah, dan mujaddalah yang ahsan*. Adapun ajakan ke jalan Tuhan tersebut dapat positif atau sebaliknya negatif.¹³

Berdasarkan pandangan tersebut, maka pengertian dakwah menurut istilah adalah menyeru, memanggil, mengajak dan menjamu, dengan proses yang berkesinambungan dan ditangani oleh para pengembang dakwah. Hal ini dikarenakan Islam adalah dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Dakwah merupakan sebuah seruan kepada yang *ma'ruf* dan menjauhi yang *mungkar*, dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi kaum muslim untuk selalu memperingatkan orang yang menyimpang dari ajaran Islam.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Adapun yang dimaksud unsur-unsur dakwah dalam pembahasan ini adalah bagian-bagian yang terkait dan merupakan satu kesatuan dalam suatu pelaksanaan kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (Pelaku Dakwah), *mad'u* (Sasaran Dakwah), *maddah* (Materi Dakwah), *wasillah* (Media Dakwah), *Thariqah* (Metode Dakwah), dan *atsar* (Efek Dakwah).

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Kata *da'i* berasal dari bahasa Arab yang berarti orang yang mengajak. Dalam istilah ilmu komunikasi disebut komunikator. Di Indonesia, *da'i* juga dikenal dengan sebutan lain seperti mubaligh,

¹³ Asep Muhyidin. *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), hal 31

ustadz, kiai, ajengan, tuan guru, Syaikh dan lain sebagainya. Hal ini didasarkan atas tugas dan eksistensinya sama seperti *da'i*. Padahal hakikatnya tiap-tiap sebutan tersebut memiliki kadar kharisma dan keilmuan yang berbeda-beda dalam pemahaman masyarakat Islam di Indonesia.¹⁴

Dalam pengertian yang khusus (pengertian Islam), *da'i* adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku ke arah kondisi yang baik atau lebih baik menurut syariat Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam pengertian yang khusus tersebut *da'i* identik dengan orang yang melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*.

Secara garis besar juru dakwah atau *da'i* mengandung dua pengertian, yakni :

1. Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang berdakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah "*Ballighu 'anni walaw ayat*".
2. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhashshish-spesialis*) dalam bidang dakwah Islam, dengan kesungguhan luar biasa dan dengan *qudwah hasanah*.¹⁵

¹⁴ Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:AMZAH,2009), hal 68

¹⁵ Dra. Siti Muriah. *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), hal 27

Setiap orang yang menjalankan aktivitas dakwah, hendaklah memiliki kepribadian yang baik sebagai seorang da'i. Hal ini karena seorang da'i adalah figur yang dicontoh dalam segala tingkah laku dan gerakannya. Oleh karenanya, ia hendaklah menjadi *uswatun hasanah* bagi masyarakatnya.

Da'i diibaratkan seorang *guide* atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan hidup di dunia dan akhirat. Ia adalah petunjuk jalan yang harus mengerti dan memahami jalan yang boleh dilalui dan mana jalan yang tidak boleh dilalui oleh seorang muslim, sebelum ia memberi petunjuk jalan pada orang lain. Oleh karena itu, ia di tengah masyarakat memiliki kedudukan yang penting sebab ia adalah seorang pemuka (pelopor) yang selalu diteladani oleh masyarakat. Perbuatan dan tingkah lakunya selalu dijadikan tolak ukur oleh masyarakatnya. Ia adalah seorang pemimpin di tengah masyarakat walau tidak pernah dinobatkan resmi sebagai pemimpin. Kemunculan da'i sebagai pemimpin adalah atas pengakuan masyarakat yang tumbuh secara bertahap.

Seorang *da'i* juga harus mengetahui tentang cara menyampaikan dakwah tentang tauhid, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia. Termasuk juga metode-metode yang

dihadirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng dari ajaran agama Islam.¹⁶

Dari kedudukannya yang sangat penting di tengah masyarakat, seorang *da'i* harus mampu menciptakan jalinan komunikasi yang erat antara dirinya dan masyarakat. Ia harus mampu bertindak dan betingkah laku yang semestinya dilakukan oleh seorang pemimpin. Ia harus mampu berbicara dengan masyarakatnya dengan bahasa yang mudah dimengerti. Oleh karena itu, seorang *da'i* juga harus mengetahui dengan pasti tentang latar belakang dan kondisi masyarakat yang dihadapinya.

Setiap muslim yang hendak menyampaikan dakwah, khususnya *da'i* seyogyanya memiliki kepribadian yang baik untuk menunjang keberhasilan dakwah, baik kepribadian yang bersifat rohaniah (psikologis) atau kepribadian yang bersifat jasmaniah (fisik). Sosok *da'i* yang memiliki kepribadian sangat tinggi dan tidak pernah kering untuk digali dan diteladani adalah kepribadian Rasulullah SAW.

Sebagai seorang *da'i* harus mempunyai syarat tertentu, diantaranya :

- Menguasai isi kandungan Al-Qur'an dan sunnah Rasul serta hal-hal yang berhubungan dengan tugas-tugas dakwah.
- Menguasai ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan tugas-tugas dakwah.

¹⁶ M. Munir, Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal 22

- Bertakwa kepada Allah SWT.

Sehingga apa yang dimaksud da'i adalah seseorang yang mengerti hakikat Islam, dan dia tahu apa yang sedang berkembang dalam kehidupan sekitarnya serta problema yang ada. Seorang da'i adalah orang yang paham secara mendalam hukum-hukum syariah dan sunnah kauniyah. Dia adalah orang yang mengajarkan Islam kepada manusia dengan pengajaran yang sebenarnya.

b. *Mad'u* (Sasaran Dakwah)

Secara etimologi kata *mad'u* dari bahasa Arab, diambil dari bentuk isim *maf'ul* (kata yang menunjukkan objek atau sasaran). Menurut terminologi *mad'u* adalah orang atau kelompok yang lazim disebut dengan jamaah yang sedang menuntut ajaran agama dari seorang *da'i*, baik *mad'u* itu orang dekat atau jauh, Muslim atau Non-Muslim, laki-laki ataupun perempuan. Seorang *da'i* akan menjadikan *mad'u* sebagai objek bagi transformasi keilmuan yang dimilikinya.

Sasaran Dakwah (Objek Dakwah) meliputi masyarakat dilihat dari berbagai segi :

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 sudut struktur kelembagaan berupa masyarakat, pemerintahan dan keluarga.
3. Sasaran yang berupa kelompok dilihat dari segi social cultural berupa golongan priyayi, abangan dan santri. Klasifikasi terletak dalam masyarakat Jawa.
4. Sasaran yang berhubungan dengan masyarakat dilihat dari segi tingkat usia, berupa golongan anak-anak, remaja dan orang tua.
5. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi okupasional (profesi atau pekerjaan) berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri (administrator).
6. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat hidup sosial ekonomi berupa golongan orang kaya, menengah, dan miskin.
7. Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari jenis kelamin berupa golongan pria dan wanita.
8. Sasaran yang berhubungan dengan golongan dilihat dari segi khusus berupa golongan masyarakat tuna susila, tuna wisma, tuna karya, narapidana.¹⁷

Mad'u adalah objek dakwah bagi seorang da'i yang bersifat individual, kolektif atau masyarakat umum. Masyarakat sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah merupakan salah satu unsur yang penting

¹⁷ Wahidin Saputra, *Retorika Monologika: Kiat dan Tips Praktis Menjadi Mubalig*, (Bogor : Titian Nusa Press, 2010), hal 4

dalam sistem dakwah yang tidak kalah peranannya dibandingkan dengan unsur-unsur dakwah yang lain. Oleh sebab itu, masalah masyarakat ini seharusnya dipelajari dengan sebaik-baiknya sebelum melangkah ke aktivitas dakwah yang sebenarnya. Maka dari itu sebagai bekal dakwah dari seorang da'i/mubaligh hendaknya memperlengkapi dirinya dengan beberapa pengetahuan dan pengalaman yang erat hubungannya dengan masalah masyarakat.¹⁸

Mengingat keberadaan objek dakwah yang heterogen, baik pada tingkat pendidikan, ekonomi, usia, dan lain sebagainya. Maka keberagaman tersebut hendaknya dapat dijadikan pertimbangan dalam penentuan model penyelenggaraan dakwah. Sehingga benar-benar dapat secara efektif dan berhasil dalam menyentuh persoalan-persoalan kehidupan umat manusia sebagai objek dakwah.

c. *Maddah (Materi Dakwah)*

Materi dakwah (*Maddah Ad-Da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya.¹⁹ Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang

¹⁸ Ibid, hal 5-6

¹⁹ Drs. H. Hafi Anshari. *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993) hal 140

berisi ajaran Islam. Dalam istilah komunikasi, materi dakwah atau *Maddah Ad-Da'wah* disebut dengan istilah *message* (pesan).

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

1. Alqur'an

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

2. Hadits

Hadits merupakan sumber kedua dalam Islam. Hadits merupakan penjelasan-penjelasan dari Nabi dalam merealisasikan kehidupan berdasar Alqur'an. Dengan menguasai materi hadits maka seorang da'i telah memiliki bekal dalam menyampaikan tugas dakwah. Penguasaan terhadap materi dakwah hadits ini menjadi sangat urgen bagi juru dakwah, karena justru beberapa ajaran Islam yang bersumber dari Alqur'an diinterpretasikan melalui sabda-sabda Nabi yang tertuang dalam hadits.

Secara konseptual pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun, secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga pokok pokok, yaitu :

1. Masalah Keimanan (Aqidah)
2. Masalah Keislaman (Syariat)
3. Masalah Budi Pekerti (Akhlaqul Karimah).

Materi dakwah yang harus disampaikan tercantum dalam penggalan surat Al Ashr (103) : 3 yang berbunyi :

إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ
*“Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasehati untuk kebenaran dan saling menasehati untuk kesabaran”.*²⁰

Dalam arti lebih luas, kebenaran dan kesabaran mengandung makna nilai-nilai dan akhlak. Jadi, dakwah sebenarnya menyampaikan, mengundang, dan mendorong mad'u sebagai objek dakwah untuk memahami nilai-nilai yang memberikan makna pada kehidupan baik kehidupan dunia maupun akhirat. Dari sistem nilai ini dapat diturunkan aspek legal (syariat dan fiqh) yang merupakan rambu-rambu untuk kehidupan dunia maupun akhirat.²¹

²⁰ Departemen Agama RI. *Al Hidayah, Al Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta : Kalim, 2011), hal 602

²¹ M. Dawam Rahardjo, *Model Pembangunan Qaryah Thayyibah Suatu Pendekatan Pemerataan Pembangunan*, (Jakarta: Intermedia, 1997) hal 109

Secara umum materi dakwah Islam dapat disebutkan sebagai berikut :

1. Masalah Keimanan (Aqidah)

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Tauhid adalah suatu kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Dalam Islam, aqidah merupakan I'tiqad bathiniyyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukum iman. Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah aqidah Islamiyyah. Aspek aqidah ini yang akan membentuk moral manusia. Oleh karena itu, pertama kali yang dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah aqidah atau keimanan.

Dalam bidang aqidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

2. Masalah Keislaman (Syariat)

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia itu sendiri. Dalam Islam, syariat berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka

menaati semua peraturan atau hukum Allah, guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur antara sesama manusia.

Hukum atau syariah sering disebut juga sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dan hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah yang menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslimin.²²

Masalah-masalah yang berhubungan dengan syariah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antar sesama manusia juga diperlukan. Seperti hukum jual beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal shaleh lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti meminum minuman keras, mencuri, berzina, dan membunuh, serta masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam (*nahyi an al-munkar*). Pengertian syariah mempunyai dua aspek hubungan yaitu hubungan antara manusia dengan Tuhan (vertikal) yang disebut ibadah, dan hubungan antara manusia dengan sesama manusia (horizontal) yang disebut muamalat.

²² Ismail, *Menjelajah Atas Dunia Islam*, (Bandung : Mizan, 2000), hal 305

3. Masalah Budi Pekerti (Akhlaqul Karimah)

Kata Akhlak berasal dari bahasa Arab, *jamak* dari *khuluqun* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan *Khalqun*, yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *Khaliq* yang berarti pencipta, dan makhluk yang berarti yang diciptakan.

Akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi akhlak merupakan penyempurna keimanan dan keislaman seseorang.

Ajaran akhlak atau budi pekerti dalam Islam termasuk ke dalam materi dakwah yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat penerima dakwah. Islam menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan akhlak yang baik dan keyakinan agama yang kuat maka Islam membendung terjadinya kerusakan moral. Di samping materi dakwah yang telah disebutkan, materi dakwah lain yang menjadi tema pembahasan

dakwah Islam, dapat bersifat masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan pada umumnya.

Menurut Barmawi Umari, materi dakwah Islam antara lain :

1. *Aqidah*, menyebarkan dan menanamkan pengertian aqidah Islamiyyah berpangkal dari rukun iman yang prinsipal dan segala perinciannya.
2. *Akhlak*, menerangkan mengenai akhlaq mahmudah dan *akhlaq madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah pernah berlaku dalam sejarah.
3. *Ahkam*, menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal : ibadah, *al-ahwal as-syahsiyah*, muamalat yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.
4. *Ukhuwah*, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain.
5. *Pendidikan*, melukiskan sistem pendidikan model Islam yang telah dipraktikkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam di masa sekarang.
6. *Sosial*, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong-menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Alqur'an dan Hadits.
7. *Kebudayaan*, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat

pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu.

8. *Kemasyarakatan*, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemammuran bersama.
9. *Amar ma'ruf*, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh *sa'adah fi ad-darain* (kebahagiaan di dunia dan akhirat).
10. *Nahi munkar*, melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan akhirat.²³

Pada dasarnya materi dakwah dapat disesuaikan ketika seorang da'i menyampaikan materi dakwahnya kepada mad'u (objek). Pokok-pokok materi dakwah yang disampaikan, juga harus melihat situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima dakwah. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah yang berisi materi dakwah tersebut dapat diterima dengan baik oleh penerima dakwah. Dan pada akhirnya materi dakwah yang disampaikan tersebut, bisa diamalkan dan dipraktikkan oleh penerima dakwah dalam kehidupan sehari-hari.

²³ Drs. Barmawi Umar, *Azas-azas Ilmu Dakwah*, (Solo : CV Ramadhani, 1987) , hal 57-58

d. *Wasilah (Media Dakwah)*

Kata media, berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar.²⁴

Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.

Media dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Nonmedia Massa
 - a. Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain.
 - b. Benda; telepon, surat, dan lain-lain.
2. Media Massa
 - a. Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah, dan lain-lain.

²⁴ Dr. Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), hal

- b. Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain.
- c. Media massa periodik-cetak dan elektronik; visual, audio, dan lain-lain.²⁵
- d. Dengan banyaknya media yang ada maka da'i harus dapat memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut ini :

1. Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
2. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
3. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
4. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
5. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan da'i.
6. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.

²⁵ Darwanto Sastro Subroto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, (Yogyakarta : Duta Wacana University Press, 1995), hal 10

7. Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.

e. *Thariqah (Metode Dakwah)*

Secara etimologi, metode berasal dari bahasa Yunani *metodos* yang artinya cara atau jalan. Jadi, metode dakwah adalah jalan atau cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien.²⁶ Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian “Suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia”.²⁷ Sedangkan dalam metodologi pengajaran ajaran Islam disebutkan bahwa metode adalah “Suatu cara yang sistematis dan utama terutama dalam mencari kebenaran ilmiah”. Dalam kaitannya dengan pengajaran ajaran Islam, maka pembahasan selalu berkaitan dengan hakikat penyampaian materi kepada peserta didik agar dapat diterima dan dicerna dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Islam sebagai ajaran Ilahi, harus disebarkan melalui penyeruan secara damai, penuh kasih sayang, lembut, dan penuh kesejukan.

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting

²⁶ Drs. H. Masdar Helmy, *Dakwah dalam Alam Pembangunan, Jilid I*, (Semarang : CV Toha Putra, 1973), hal 21

²⁷ M. Syafaat Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, (Jakarta : Wijaya, 1992), hal 160

peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Dalam rangka dakwah Islamiyyah agar masyarakat dapat menerima dakwah dengan lapang dada, tulus, dan ikhlas maka penyampaian dakwah harus melihat situasi dan kondisi masyarakat objek dakwah. Kalau tidak, maka dakwah tidak dapat berhasil dan tidak tepat guna. Di sini diperlukan metode yang efektif dan efisien untuk diterapkan dalam tugas dakwah.

Menurut K.H. Ahmad Siddiq, mantan Rais ‘Am Nahdlatul Ulama, bahwa “Berbagai macam sarana dapat diperlukan untuk dakwah ini, mulai dari harta benda, tenaga, ilmu teknologi, wibawa, lembaga sosial dan lain-lain. Negara sebagai salah satu wujud persekutuan sosial dan kekuasaan yang di dalamnya juga merupakan salah satu sarana untuk menciptakan tata kehidupan yang diridhai oleh Allah SWT dan perjuangan dakwah harus dilakukan dengan cara-cara yang diridhai oleh Allah pula, menuju *rahmatan li al-alam*.”²⁸

Prinsip-prinsip dakwah Islam tidaklah mewujudkan kekakuan, akan tetapi menunjukkan fleksibilitas yang tinggi. Ajakan dakwah tidak mengharuskan cepatnya keberhasilan dengan satu metode saja, melainkan dapat menggunakan bermacam-macam cara yang sesuai dengan kondisi dan situasi *mad’u* sebagai objek dakwah. Dalam hal ini kemampuan masing-masing *da’i* sebagai subjek dakwah dalam

²⁸ KH. Ahmad Siddiq, *Islam, Pancasila, dan Ukhuwah Islamiyyah*, (Jakarta : Lajnah Ta’lif wan Nasr PBNU, 1985), hal 9

menentukan penggunaan metode dakwah amat berpengaruh bagi suatu keberhasilan aktivitas dakwah.

Dengan mengetahui prinsip-prinsip metode atau pedoman dasar suatu metode, seorang da'i akan memperhatikan pula faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan dan penggunaan suatu metode, agar metode yang dipilih dan digunakan benar-benar fungsional.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan metode adalah :

1. Tujuan, dengan berbagai jenis dan fungsinya.
2. Sasaran dakwah, baik masyarakat atau individual dengan segala kebijakan/politik pemerintah, tingkat usia, pendidikan, peradaban (kebudayaan) dan lain sebagainya.
3. Situasi dan kondisi yang beraneka ragam dengan keadaannya.
4. Media dan fasilitas (logistik) yang tersedia, dengan berbagai macam kuantitas dan kualitasnya.
5. Kepribadian dan kemampuan seorang da'i atau mubaligh.²⁹

f. Atsar (Efek Dakwah)

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah. Dengan bahasa lain, efek merupakan

²⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al-Ikhlash, 1983), hal 103

perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.³⁰

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respons dan efek pada penerima pesan dakwah (*mad'u*). Efek dakwah sering juga disebut sebagai *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah selesai disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (*corrective action*).

Evaluasi dan koreksi terhadap *atsar* dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak secara parsial atau setengah-setengah. Seluruh komponen sistem (unsur-unsur) dakwah harus dievaluasi secara komprehensif. Para *da'i* harus memiliki jiwa terbuka untuk melakukan pembaharuan dan perubahan, disamping bekerja dengan menggunakan ilmu. Jika proses evaluasi ini telah

³⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal 117

menghasilkan beberapa konklusi dan keputusan, maka segera diikuti dengan tindakan korektif. Jika proses ini dapat terlaksana dengan baik, maka terciptalah suatu mekanisme perjuangan dalam bidang dakwah.³¹

Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa *efek kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. *Efek efektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan *efek behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.³²

3. Strategi Dakwah

Strategi dakwah artinya metode, siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.³³ Untuk mencapai keberhasilan dakwah Islam secara maksimal, maka diperlukan berbagai faktor penunjang, diantaranya adalah strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah Islam mengena tepat pada sasaran.

Strategi yang digunakan dalam usaha dakwah haruslah memperhatikan beberapa asas dakwah, diantaranya adalah :

³¹ M. Munir, Wahyi Ilaihi, *Menejemen Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2009), hal 35

³² Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teoritik dan Praktik Berpidato*, (Bandung : Akademika, 1982), hal 269

³³ Asmuni syukir, *Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1983), hal 32

1. Asas filosofis : Asas ini membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah.
2. Asas kemampuan dan keahlian *da'i (Achievement and professionalis)* : Asas ini menyangkut pembahasan mengenai kemampuan dan profesionalisme *da'i* sebagai subjek dakwah.
3. Asas sosiologis : Asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di suatu daerah, filosofis sasaran dakwah, sosiokultural sasaran dakwah dan sebagainya.
4. Aspek psikologis : Asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seseorang *da'i* adalah manusia, begitu pula sasaran dakwahnya yang memiliki karakter unik dan berbeda satu sama lain. Pertimbangan-pertimbangan masalah psikologis harus diperhatikan dalam proses pelaksanaan dakwah.
5. Asas efektivitas dan efisiensi : Maksud asas ini adalah di dalam aktivitas dakwah harus diusahakan keseimbangan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. Sehingga hasilnya dapat maksimal.³⁴

Dengan mempertimbangkan asas-asas di atas, seorang *da'i* hanya akan butuh memformulasikan dan menerapkan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi *mad'u* sebagai objek dakwah. Menurut Ali

³⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal 107

Musthafa Yakub, strategi pendekatan dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW setidaknya-tidaknya ada enam, yaitu :

1. Pendekatan personal (*Manhaj As-Sirri*)
2. Pendekatan pendidikan (*Manhaj At-Ta'lim*)
3. Pendekatan penawaran (*Manhaj Al-'ardh*)
4. Pendekatan misi (*Manhaj Al-Bi'tsah*)
5. Pendekatan korespondensi (*Manhaj Al-Mukatabah*)
6. Pendekatan diskusi (*Manhaj Al-Mujadalah*)³⁵

Sementara dua strategi pendekatan dakwah lain yang dapat dilakukan, yaitu :

1. Pendekatan Struktural

Yaitu pengembangan dakwah dapat melalui jalur struktural formal misalnya melalui pemerintahan. Hal ini yang pernah ditempuh oleh Prof. Dr. H. Amien Rais, dengan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia.³⁶

2. Pendekatan Kultural

Yaitu pengembangan dakwah melalui jalur kultural nonformal, misalnya melalui pengembangan masyarakat, kebudayaan, sosial, dan bentuk nonformal lainnya. Hal ini pernah dikembangkan oleh KH. Abdurrahman Wahid dengan Nahdlatul Ulama (NU).

³⁵ Ali Musthafa Yakub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, (Jakarta : Pustaka Firdaus, 1997), hal 124

³⁶ Lebih lanjut lihat Arief Afandi (Ed), *Islam Demokrasi Atas Bawah Polemik Strategi Perjuangan Umat Model Gus Dur dan Amien Rais*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997)

Masa depan dakwah tergantung pada para penganjur dakwah itu sendiri dalam menerapkan strategi bagaimana melakukan aktivitas dakwah kepada masyarakat. Adapun untuk menghadapi era dakwah ke depan, ada tiga hal utama yang harus dilakukan.

Pertama, pembinaan kader harus dilakukan dengan baik, harus ditanamkan keimanan yang mendalam, pemahaman yang juga baik dan cermat tentang keislaman, lingkungan, konsep-konsep apa saja yang perlu diketahui dan sebagainya. Kemudian mempunyai amal yang berkesinambungan serta keterikatan dalam tim kerja yang baik. Pembinaan kader ini tidak dapat ditawar-tawar, karena mereka para *da'i* mempunyai tugas *qiyadah al-ummah* (memimpin umat), menerapi dan mengobati penyakit masyarakat.

Kedua, pemerataan dakwah ke masyarakat dan penumbuhan basis-basis sosial. Apa saja yang dapat menyentuh masyarakat akan berhadapan dengan kekuatan masyarakat itu. Terbentuknya basis sosial, akan menjadi teman utama bagi kader dakwah nantinya. Sebab kader-kader itu sendiri dibesarkan dari mereka dan harus kembali kepada mereka.

Basis sosial tadi akan menopang para *da'i* dengan simpati, dukungan, dan pengorbanannya. Minimal mereka memahami secara umum garis perjalanan dakwah dan arahnya. Mereka tahu para kader dakwah ini mempunyai cita-cita dan tujuan yang baik.

Tidak adanya basis sosial ini menyebabkan masalah besar, yaitu banyak gagasan-gagasan kader yang tidak dipahami masyarakat, dan

sebaliknya banyak masyarakat yang justru mendukung sesuatu yang tidak patut didukung hanya karena simbol-simbol, pengaruh-pengaruh, dan opini-opini yang berhasil dibuat oleh kelompok yang ingin memanipulasi, memanfaatkan, dan mengeksploitasi suara mayoritas.

Ketiga, berjalannya proses pencetakan dan penyebaran opini umum, apa yang disebut *siyarah al-amal al-Islami*. Suatu pembentukan opini umum yang Islami diarahkan tepat kepada penerimaan dengan sadar akan institusi umat sebab umat ini baru menjadi wacana ‘kata’ belum menjadi *sense* bagi masyarakat. Dakwah harus diarahkan pada bagaimana mengenal dakwah dan dakwah memahami umat, kemauan untuk saling memahami (*Tafahum Al-Ummat Al-Islamiyyah*). Bahkan tidak hanya memahami, tetapi juga *taqabbul* (menerima) institusinya. Walaupun institusi belum terbangun, tetapi keberadaan apa yang disebut umat itu mereka pahami.³⁷

Penerapan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi *mad'u* sebagai objek dakwah, akan menghasilkan dakwah yang tepat. Di mana nantinya akan dengan mudah dapat diterima oleh masyarakat sebagai objek dakwah. Para Walisongo di Jawa misalnya. Karena dakwah sifatnya kompleks dan multidimensi maka diperlukan pengamatan yang jeli oleh pelaku dakwah untuk dapat menerapkan strategi yang sesuai dengan

³⁷ KH. Rahmat Abdullah, Dakwah Masyarakat Fokus Dakwah di Era Baru...” dalam Nasrullah dkk (editor), *Geliat Da'wah di Era Baru Kumpulan Wawancara Da'wah*, (Jakarta: Izzah Press, 2001), hal 22-24

kondisi *mad'u*. Dengan demikian, aktualisasi dan elaborasi nilai-nilai Islam ke dalam masyarakat akan berhasil dengan baik.

Tugas kewajiban dakwah Islam dalam Sejarah Islam, bukan suatu yang dipikirkan sambil lalu saja, melainkan sesuatu yang sejak semula diwajibkan bagi pengikut-pengikut Islam. Kewajiban yang dibebankan kepada setiap muslim sesuai dengan kadar kemampuannya. Di samping itu, para pejuang Islam telah mengembangkan dakwah Islam kepada masyarakat dengan bijaksana dan dengan ketekunan yang tinggi. Oleh karena itu, jejak para juru dakwah yang telah menerapkan strategi dakwah dengan tepat itu, patut ditiru oleh para pengemban dakwah Islam sehingga tugas dakwah yang mulia ini dapat dilaksanakan dengan baik.

Dalam era globalisasi dan era reformasi seperti sekarang ini, diperlukan penerapan dakwah yang dapat menjangkau dan mengimbangi kemajuan-kemajuan tersebut. Dengan demikian dakwah harus dikembangkan melalui berbagai strategi pendekatan. Bahwa tugas dakwah adalah tugas suci yang terpuji dan ini harus dikembangkan oleh setiap yang mengaku dirinya sebagai seorang muslim.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ

الْمُسْلِمِينَ ﴿٣١﴾

“Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata:

"*Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?*." (QS. Fushshilat (41) : 33)³⁸

B. Kajian Pustaka Tentang Jurnalistik dan Dakwah

1. Jurnalistik dan Dakwah

Di tengah-tengah perkembangan dan pembangunan sektor komunikasi yang menggembirakan saat ini, ajakan atau pemikiran untuk mengembangkan dakwah melalui aktivitas jurnalistik adalah suatu keniscayaan yang harus dilaksanakan. Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda *journalistiek*. Seperti halnya dengan istilah bahasa Inggris *journalism* yang bersumber pada perkataan *journal*, ini merupakan terjemahan dari bahasa Latin *diurna* yang berarti "harian" atau "setiap hari".

Menurut Prof. Drs. Onong Uchyana Effendi, M.A. bahwa Jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat.³⁹ Sedangkan menurut Drs. Djafar H. Assegaf, bahwa Jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan kegiatan pesan/berita kepada khalayak ramai (massa) melalui saluran media baik media cetak maupun media elektronik.⁴⁰

³⁸ Departemen Agama RI, *Al Hidayah, Alqur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Kalim, 2011), hal 481

³⁹ Prof. Drs. Onong Effendi, M.A., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1990), hal 151

⁴⁰ Drs. Djafar Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), hal 9

Sebagaimana diketahui, bahwa perkembangan teknologi informasi banyak memberikan harapan dan tantangan serta masalah-masalah baru terhadap perkembangan di bidang penerapan dakwah, demikian pula melalui surat kabar. Tantangan-tantangan informasi yang baru ini harus dihadapi. Surat kabar sebagai sarana pengantar informasi tidak boleh pula diabaikan, yang jelas penggunaan surat kabar telah memberikan informasi secara serentak di seluruh masyarakat Indonesia.

Tidak dapat dipungkiri, dalam kaitannya dengan penyebaran dan penyiaran agama Islam kepada seluruh umat, maka seorang da'i dapat menggunakan surat kabar sebagai media dakwah. Sebab dalam arus informasi dan komunikasi modern dewasa ini, peran media massa seperti surat kabar sangat dibutuhkan masyarakat, khususnya yang mengetahui baca dan tulis sehingga masyarakat dapat menerima pesan-pesan dari surat kabar tersebut, dan mereka mulai mengubah cara hidup dengan menerima apa yang disampaikan oleh media massa.

Menurut Ziauddin Sardar dalam bukunya *Tantangan Dunia Islam Abad 21 Menjangkau Informasi* bahwa informasi adalah komponen-komponen yang absolut dan objektif. Sebagaimana juga subjektif dari kultural yang disaring secara deduktif maupun induktif, dari kata yang mentah yang dihimpun diselektif dan diorganisasikan, berdasarkan suatu pandangan dunia, kebutuhan nasional, tuntutan kelembagaan atau filsafat

pribadi, untuk memperbesar kemanfaatannya dalam mengambil keputusan, perencanaan, dan pencapaian tujuan.⁴¹

Era informasi adalah era di mana manusia disadarkan kepada berbagai informasi yang komplit dan multidimensional, dan perkembangannya akhir-akhir ini sangat pesat, baik itu informasi lisan maupun informasi yang terekam kesemuanya, ini diwujudkan oleh teknologi informasi yang canggih.

Para juru dakwah dapat memanfaatkan berbagai media yang ada untuk mengembangkan informasi dakwah. Kita melihat kemampuan yang dimiliki oleh media massa dalam dunia komunikasi menuntut juru dakwah yang mengerti dan memahami bidang media agar menggunakan kesempatan ini dengan kemampuan (*skill*) yang dimiliki untuk mentransformasikan ajaran Islam kepada segenap umat manusia. Sejalan dengan zaman era informasi ini maka dalam penerangan komunikasi merupakan salah satu cara merealisasikan dan menginformasikan ajaran Islam kepada segenap manusia, supaya manusia mengerti dan tahu serta mengamalkan Islam.

Surat kabar merupakan salah satu media massa dalam bidang pers diterbitkan untuk umum atau semua golongan yang memuat beraneka ragam berita, hiburan, pengetahuan, dan sebagainya. Jadi akan lebih efisien jika dakwah dapat menggunakan secara optimal dengan media

⁴¹ Ziauddin Sardar, *Tantangan Dunia Islam Abad 21 Menjangkau Informasi*, (Bandung: Mizan, 1989), hal 26

surat kabar tersebut karena dengan harganya yang terjangkau, dakwah melalui surat kabar akan dapat sampai pada masyarakat yang sangat luas.

Dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan bagi kehidupan manusia. Dan bila umat Islam dapat menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi maka dakwah Islam untuk masa depan dan sekarang akan memperoleh kemudahan. Masyarakat sekarang dan yang akan datang tidak dapat terlepas dari keduanya. Dari hasil teknologi tersebut ada beberapa media yang ada, seperti media *auditif* (kaset dan radio), audio visual dan lain-lain yang dapat dimanfaatkan sebagai media surat kabar para *da'i*.

Media *dakwah bi al-qalam* atau dengan tulisan, mempunyai beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan *dakwah bi al-lisan*. Karena dengan tulisan, surat kabar, majalah atau media cetak lainnya, pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca kembali setiap saat.

Surat kabar dengan segala fungsinya akan mampu memenuhi harapan dakwah secara optimal. Fakta yang kita sajikan melalui media cetak, dapat membentuk pendapat umum (*public opinion*) mengarahkan pembacanya kepada pemahaman Islam dan memacu umat untuk beraktivitas lebih dalam beragama, sehingga pesan dakwah secara efisien. Dalam hal ini tentunya tidak terlepas dari kebijakan pendekatan untuk lebih meningkatkan dakwah melalui media surat kabar.

a. Pengertian Surat Kabar, Media, dan Dakwah

Sebelum menguraikan pengertian surat kabar terlebih dahulu mengetahui pengertian pers. Dalam hal ini, pers dibatasi menjadi pengertian sempit dan pengertian luas. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan bahkan termasuk media massa elektronik, radio siaran, dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah, buletin, dan kantor berita.⁴²

Dari definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa surat kabar merupakan bagian dari pers. Meskipun pers mempunyai dua pengertian seperti di atas, tetapi pada umumnya orang menganggap pers itu media surat kabar dan majalah. Anggapan umum seperti ini disebabkan oleh karena ciri khas yang terdapat pada media itu tidak dijumpai pada media lain.

Adapun secara umum surat kabar adalah suatu penerbitan yang mempunyai ciri sebagai berikut :

1. Publisitas

Pengertian Publisitas adalah surat kabar ditujukan untuk umum karenanya berita, tajuk rencana, artikel, dan lain-lain harus mengangkat kepentingan umum.

2. Universalitas

⁴² Samsul Munir Amin, *Publisistik Dasar-Dasar dan Teori Pers*, (Wonosobo: Fakultas Dakwah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jawa Tengah di Wonosobo, 1992), hal 21

Universalitas sebagai ciri lain dari surat kabar menunjukkan bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia tentang segala aspek kehidupan manusia.

3. Aktualitas

Yang dimaksud dengan aktualitas ialah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak.

4. Periodisitas

Suatu penerbitan disebut surat kabar jika terbitnya secara periodik, teratur.⁴³

Jadi, pengertian surat kabar adalah suatu penerbitan yang mempunyai ciri publisitas, universalitas, aktualitas, dan perioditas.

Media secara bahasa berasal dari bahasa Latin yaitu “median” yang berarti alat perantara. Sedangkan secara istilah media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁴⁴

Ditinjau dari segi etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti “panggilan, ajakan, seruan”. Sedangkan menurut terminologi adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Adapun pengertian media dakwah adalah sesuatu yang dapat dipergunakan untuk tercapainya tujuan dakwah yang telah ditentukan.

⁴³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal 256-257

⁴⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al ikhlas, 1986), hal

Dan pengertian penggunaan adalah pemanfaatan pemakaian surat kabar yang ditujukan pada khalayak dalam bentuk tulisan sebagai alat (perantara) dalam rangka dakwah Islamiyyah.

Surat kabar merupakan salah dari media komunikasi massa, yang mempunyai program penyajian yaitu terdiri dari beberapa materi penyajian, program penyajian yang dapat digolongkan berdasarkan maksud dan tujuannya. Fungsi surat kabar atau pers adalah sebagai berikut :

1. Menyiarkan Informasi (*to Information*)

Maksud penyiaran informasi merupakan fungsi pers yang pertama dan utama, khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di dunia ini.

2. Pendidikan (*to Educate*)

Sebagai sarana pendidikan massa (massa education) bahwa surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca akan bertambah pengetahuannya.

3. Fungsi Menghibur (*to Entertain*)

Surat kabar juga bersifat hiburan, hal ini sering dimuat oleh majalah untuk mengimbangi berita-berita berat (hard news) dan artikel yang berbobot.

4. Fungsi Mempengaruhi Massa (*to Influence*)

Penyebab pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat adalah sebab pers mempunyai fungsi mempengaruhi, surat kabar secara implisit terdapat pada tajuk rencana atau artikel.⁴⁵

Sedang karakteristik majalah dakwah adalah sesuai dengan namanya dengan mengedepankan misi utamanya sebagai wadah penyampaian pesan dakwah. Jadi semua rubrik atau ruang pemberitaan termasuk opini, analisis, informasi, berita-berita lokal, nasional, regional, hingga internasional semuanya harus mencerminkan misi dakwah dengan tujuan utama sebagai penyampai pesan terhadap sasaran dakwah (para pembaca) sebagai hamba Allah sekaligus sebagai *khalifah* di muka bumi.

Sebagai majalah pada umumnya, pengelola majalah dakwah harus pandai-pandai memilih penampilan memikat dan sekaligus menarik untuk para pembacanya. Di sini diperlukan nuansa hiburan dengan memanfaatkan segi-segi keindahan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Namun perlu diingat bahwa keindahan dan nilai hiburan dalam majalah dakwah tidaklah selalu sama dengan nuansa keindahan dan nilai-nilai hiburan dalam kesenian pada lainnya.

Kalau keindahan dan seni yang ditampilkan oleh majalah hiburan pada umumnya terletak pada prinsip “*seni untuk seni*”, maka majalah dakwah lebih menonjolkan keindahan yang bernuansa Islami

⁴⁵ Prof. Dr. Onong Effendy M.A., *Ilmu Komunikasi Dalam Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1990), hal 149

yang berpijak pada “*seni untuk moral dan akhlaqul karimah*”. Jurnalistik dakwah tentunya menuntut penyajian kata-kata yang selektif dan mudah dipahami oleh para pembaca. Kalimat yang bertele-tele dan ada kesan melantur hanya akan membuat pembaca meninggalkan apa yang seharusnya dibaca. Teknik penulisan dakwah yang ilmiah populer tanpa melupakan hakekat dan ciri-ciri dakwah, tentunya pula merupakan sesuatu yang paling tepat untuk digunakan.

Dewasa ini memilih atau menjadikan pers sebagai sarana dakwah yang efektif merupakan pilihan tepat dan positif. Meskipun masih ada yang meragukan seberapa jauh daya jangkau pers, namun setidak-tidaknya bagi masyarakat kota peranan dan kemampuan pers dalam menciptakan terjadinya perubahan atau perombakan tata kehidupan masyarakat tidak perlu diragukan lagi. Sebab perlu diingat, dakwah merupakan perjuangan untuk memenangkan yang *makruf* atas yang *munkar*, yaitu perjuangan menegakkan yang haq dan menghancurkan kebathilan serta kesewenang-wenangan.

2. Kajian Teoritik

Pesan (materi dakwah) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang terdapat dalam Alqur’an dan Sunnah Rasul. Pesan ini mempunyai inti pesan yang sebenarnya menjadi pengarah di

dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku objek dakwah sesuai ajaran Islam.

Pesan-pesan dari komunikasi ini secara khas adalah bersumber dari Alqur'an dalam surat Al-Ahzab ayat 39 yang berbunyi sebagai berikut :

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَخَشَوْنَهُ وَلَا تَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَىٰ
بِاللَّهِ حَسِيبًا

“(yaitu) orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah, mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorang(pun) selain kepada Allah dan cukuplah Allah sebagai Pembuat perhitungan”.⁴⁶

Mengenai risalah-risalah Allah SWT ini. Moch Natsir membaginya dalam tiga pokok, yaitu :

- a. Menyempurnakan hubungan antara manusia dengan Tuhan-Nya
(*Hablumminallah*)
- b. Menyempurnakan hubungan antara manusia dengan sesama manusia
(*Hablumminan-nas*)
- c. Mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara keduanya dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Apa yang disampaikan oleh Moch. Natsir itu sebenarnya adalah termasuk dalam tujuan komunikasi dakwah dimana pesan-pesan dakwah hendaknya dapat mencapai sasaran utama kesempurnaan hubungan antara manusia dengan penciptanya dan mengatur keseimbangan diantara kedua

⁴⁶ Departemen Agama RI, *AlHidayah, Alqur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Kalim, 2011), hal 100

hubungan tersebut. Sedangkan yang dimaksud pesan-pesan dakwah itu sendiri sebagaimana yang digariskan dalam Alqur'an adalah berbentuk pernyataan atau pesan Alqur'an dan Sunnah. Karena diyakini keduanya merupakan sebagai pedoman hidup bagi setiap tindakan dan perilaku umat Muslim. Maka pesan dakwah juga meliputi hamper semua bidang tata kehidupan manusia.

Dengan demikian yang dimaksud atas pesan-pesan dakwah itu ialah : Semua pernyataan yang bersumber pada Alqur'an dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan dakwah tersebut.⁴⁷ Pesan dakwah secara panjang lebar mengupas berbagai segi, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu. Inti dari pesan mempunyai beberapa poin penting untuk memberikan penjelasan secara luas dan bagaimana cara penyampaian pesan yang baik. Dalam hal ini akan diungkapkan sebagai berikut :

1. Penyampaian Pesan

Melalui lisan, tatap muka, langsung, atau menggunakan media

2. Bentuk Pesan

- a. Informatif

Bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta-fakta) kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informative justru lebih berhasil dari pada pesan persuasive.

⁴⁷ Drs. H. Toto Asmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Media Pratama, 1997), hal 42

b. Persuasif

Berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini adalah atas kehendak sendiri (bukan dipaksakan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran diri sendiri.

c. Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dijalankan. Bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik. Koersif dapat berbentuk perintah-perintah, instruksi dan lain sebagainya.⁴⁸

1. Pesan yang mengena terhadap pembaca

Pesan yang disampaikan harus tepat, ibarat kita membidik dan menembak maka peluru yang keluar haruslah cocok dengan sasaran. Pesan yang mengena harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Umum
- b. Jelas
- c. Positif
- d. Sesuai dengan keinginan komunikan

⁴⁸ Aw. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Study*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hal

Keseluruhan pesan yang lengkap dan luas akan menimbulkan tugas bagi *da'i* untuk memilih dan menentukan tema pesan dakwah. Sehingga nantinya dapat disesuaikan dengan memperhatikan situasi dan kondisi serta waktu yang ketika pesan tersebut disampaikan kepada *mad'u*. Adapun pesan itu dikelompokkan menjadi tiga tema, yaitu :

- a. Aqidah
- b. Syariah
- c. Muamalah

Melalui tema pesan ini, harapannya adalah supaya objek dakwah atau *mad'u* dapat menyerap pesan dakwah sesuai dengan hal-hal yang menjadi kebutuhan dan menjadikan seseorang menjadi lebih percaya dan menguatkan iman yang ada dalam diri seseorang muslim yang sejati.

Adapun jenis-jenis dakwah dapat berupa :

- a. Ayat-ayat Al-Qur'an
- b. Hadits Nabi
- c. Pendapat para sahabat
- d. Pendapat para ulama
- e. Hasil penelitian ilmiah kisah dan pengalaman
- f. Berita atau peristiwa yang pernah dipahami

Sebuah kegiatan dakwah yang sangat luas. Dakwah tidak hanya bias disampaikan melalui ceramah, pidato, khutbah dan lain

sebagainya. Namun, dakwah bisa dilakukan dengan cara apapun dan dimanapun. Asal tetap dalam bingkai mengajak, menyeru sesama umat manusia untuk menuju kebaikan. Berbuat baik, berperilaku baik adalah hakekat dakwah yang sebenarnya. Itulah yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, beliau mengajak kebaikan mulai dari seruan hingga amal perbuatan yang bisa ditiru orang lain.

2. Hambatan-hambatan terhadap pesan

Setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Dengan berkomunikasi pula manusia mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan sosial, dan mengembangkan kepribadiannya. Terlebih dalam aktivitas dakwah, orang harus memahami ilmu komunikasi dan hambatan-hambatan apa yang akan menjadi rintangan dalam berkomunikasi. Berkomunikasi dengan orang lain tidaklah semudah apa yang dibayangkan, terlebih untuk mengubah pandangan, sikap, dan perilaku orang lain terkait dengan dakwah yang disampaikan.

Untuk dapat mengkomunikasikan materi dakwah yang baik tentu harus pula mengetahui siapa yang menjadi sasaran dakwah. Dengan demikian mereka akan mampu memprediksi tentang keefektifan terhadap dakwah yang dilakukannya.

Sebagaimana hambatan-hambatan dalam komunikasi dakwah diantaranya meliputi :

a. Noice factor

Hambatan yang berupa suara, baik disengaja ataupun tidak ketika dakwah berlangsung. Seorang yang sedang ceramah, kemudian lewat pasukan drum band atau mungkin pesawat terbang. Diakui atau tidak hal ini sangat mengganggu keberhasilan tidaknya proses komunikasi dakwah

b. Semantic factor

Hambatan ini berupa pemakaian kosakata yang tidak dipahami oleh mad'u. Di sinilah pentingnya seorang da'i dalam memahami frame of referensi dan objek dakwah. Karunia terbesar yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia dan yang membedakan dengan hewan adalah kemampuan untuk mempelajari bahasa. Bahasa merupakan sarana utama manusia dalam berpikir dan memperoleh ilmu pengetahuan. Bahasa dalam kedudukannya sebagai simbol-simbol konsep telah memungkinkan manusia untuk membahas semua konsepsi dalam pemikiran dengan cara simbolis dan dengan demikian membantunya untuk merealisasikan kemajuan ilmu pengetahuan yang ada.

c. Interest

Dakwah harus mampu menyodorkan message yang mampu membangkitkan interest mad'u yang berbeda. Sebab pada dasarnya setiap manusia memiliki interest yang berbeda. Bagaimana keahlian seorang da'i mengepak materi dakwah sehingga mad'u tertarik untuk menyimaknya. Kalaupun pada awalnya saja mad'u sudah tidak interest, niscaya feed back dalam dakwah akan bersifat negatif.

d. Motivasi

Motivasi ini terlihat dari sudut mad'u, bukan dari da'i artinya motivasi dapat dikatakan sebagai penghambat dalam komunikasi dakwah, jika motivasi mad'u mendatangi dakwah bersifat negatif. Motivasi itu sendiri sesungguhnya bukan merupakan hambatan, akan tetapi apabila isi komunikasi bertentangan dengan motivasi komunikasi maka komunikasi akan mengalami hambatan.

e. Prasangka

Prasangka adalah hambatan yang paling berat terhadap kegiatan komunikasi dakwah. Dalam prasangka emosi memaksa seseorang untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan logika.⁴⁹

⁴⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal 114-115

3. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Kajian kepustakaan adalah suatu proses yang didahului untuk mendapatkan teori terdahulu dengan cara mencari kepustakaan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Persamaan peneliti dalam mengambil penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu adalah tentang jenis penelitian yang diambil, yakni penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana van Dijk yang menganalisis sebuah tulisan. Sedangkan, perbedaan terletak pada telaah kepustakaan digunakan untuk menelusuri penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah penelitian, sehingga dapat mengetahui masalah mana yang belum diteliti secara mendalam oleh peneliti terdahulu. Selain itu, juga sebagai perbandingan antara fenomena yang hendak diteliti dengan hasil studi terdahulu yang serupa. Penelitian yang saya ambil tentang masalah keimanan (aqidah), keislaman (syariat) dan budi pekerti (akhlaqul karimah).

Dari penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, dimana masing-masing peneliti mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam penelitian mereka.

1. Pesan dakwah tabloid kisah hikmah (Analisis wacana rubrik silaturrahim) Edisi 88-91 Oktober-Desember 2010, oleh Muchammad Al Hadad, Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bidang Media Cetak Dakwah.

2. Pesan dakwah dalam majalah (Analisis pesan dakwah rubrik tafakur pada majalah Asia) edisi bulan April-Agustus 2008, oleh Rosidatul Ummah, Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bidang Media Cetak Dakwah.
3. Pesan dakwah tabloid hikmah (Analisis wacana rubrik silaturrahim) edisi 59-62 2009, oleh Machfut Hidayat, Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bidang Media Cetak Dakwah.