

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KYAI AMINOTO DI KECAMATAN**

**NGEBEL KABUPATEN PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Totok Eko Nur Halim**

**211013012**

Pembimbing :

**Drs. H. Moch. Saichu, M.SI**

**195409031981021002**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PONOROGO**

**2017**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah, bahkan maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukan, karena itu Al-Qur'an menyebut kegiatan dakwah dengan sebaik-baiknya ucapan. Dengan kata lain dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam.<sup>1</sup>

Pada hakikatnya dakwah adalah menyeru kepada umat manusia untuk menuju kepada jalan kebaikan, memerintahkan yang ma'ruf dan mencegah yang munkar dalam rangka memperoleh kebahagiaan di dunia dan kesejahteraan di akhirat yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunah.<sup>2</sup> Jika diteliti dari segi bahasa (*etimologi*), maka dakwah dapat berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong ataupun memohon. Dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah merupakan bentuk *maṣḍar* dari kata kerja *da'ā*, *yad'ū*, *da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Khusniati Rofiah, *Dakwah Jamaah Tabligh & Eksistensinya Dimata Masyarakat* (Ponorogo: Stain Press Ponorogo, 2010), 1.

<sup>2</sup> Rafi'udin dan Maman Abdul Djalie, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), 11-12.

<sup>3</sup>Ibid., 17.

Pendapat Bakhial Khauli, dakwah adalah satu proses menghidupkan peraturan-peraturan Islam dengan maksud memindahkan umat dari satu keadaan kepada keadaan lainnya.<sup>4</sup>

Prof. H.M. Thoha Yahya Omar, dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>5</sup>

Di dalam ilmu dakwah ada yang disebut subyek dakwah yaitu *ulamā', dā'ī*, atau *mubaligh*. Tugas<sup>1</sup> mereka adalah menyampaikan materi dakwah dengan cara dan keunikan-keunikan yang mereka miliki. Salah satu pendakwah lokal yang masih exsist saat ini adalah Kyai Aminoto, walaupun beliau hanya berdakwah di lokal, umumnya di Ponoroga dan khususnya di daerah Ngebel.

Kyai Aminoto dalam menyampaikan materi ceramah, beliau menyampaikan dengan serius karena beliau merasa bahwa beliau adalah penerus risalah Rasulullah SAW, menyeru yang ma'ruf dan mecegah yang munkar. Kyai Aminoto memiliki perbedaan dengan penceramah yang lainnya adalah:

Pertama, dalam penyampain ceramahnya beliau menggunakan tembang-tembang Jawa yang disitu mempunyai makna yang sangat mendalam, diantara tembang yang selalu digunakan beliau adalah:

---

<sup>4</sup>M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 7.

<sup>5</sup>Rafi'udin dan Djalie, *Prinsip dan Strategi*, 25.

1. *Maskumambang* adalah simbol fase ruh/kandungan dimana kita masih “*mengapung*” atau “*kumambang*” di alam ruh dan kemudian di dalam kandungan yang gelap.
2. *Mijil* artinya keluar, ini adalah fase bayi, dimana kita mulai mengenal kehidupan dunia. Kita belajar di alam baru.
3. *Sinom* adalah masa muda, masa dimana kita tumbuh berkembang mengenal hal-hal baru.
4. *Kinanthi* ini adalah masa pencarian jati diri, pencarian cita-cita dan makna diri.
5. *Asmaradhana* adalah fase paling dinamik dan berapi-api dalam pencarian cinta dan teman hidup.
6. *Gambuh* adalah fase dimulainya kehidupan keluarga dengan ikatan pernikahan suci (*gambuh*). Menyatukan visi dan cinta kasih.
7. *Dhandang gula* ini adalah fase puncak kesuksesan secara fisik dan materi (*dhandang = bejana*). Namun selain kenikmatan gula (*manisnya*) hidup, semestinya diimbangi pula dengan kenikmatan rohani dan spiritual.
8. *Dhurma* adalah fase di mana kehidupan harus lebih banyak didermakan untuk orang lain, bukan mencari kenikmatan hidup lagi (*gula*). Ini adalah fase bertindak sosial. Dan berkumpul dengan teman-teman seperjuangan, bersosialisasi.

9. *Pangkur* ini adalah fase uzlah (*pangkur = menghindar*), fase menyepi, fase kontemplasi, mendekatkan diri kepada Allah SWT. Menjauhkan diri dari gemerlapnya hidup.
10. *Megatruh* ini adalah fase penutup kehidupan dunia, di mana ruh (*roh*) meninggalkan badan (*megat = memisahkan*). Fase awal dari perjalanan menuju keabadian.
11. *Pucung* adalah fase kembali kepada Allah, *sang murheng dumadi, sangkan paraning dumadi*. Diawali menjadi pocong (*jenajah*), ditanya seperti lagu pucung yang berisi pertanyaan. Fase menuju kebahagiaan sejati, bertemu dengan yang Maha Suci.<sup>6</sup>

Kedua, Kyai Aminoto dalam ceramahnya yang begitu menarik, apalagi dikolaborasikan dengan aksi anak-anak hadroh yang handal dan lincah, menjadikan suasana pengajian menjadi lebih bersemangat dan tidak membuat jenuh para pengunjung pengajian. Aksi anak-anak hadroh yang mengiringi pengajian Kyai Aminoto terkesan begitu menambah bobot isi ceramah kyai aminoto, karena dalam solawat dan tembang-tembang Jawa yang dilantunkan oleh Kyai Aminoto mengandung makna yang begitu dalam. Dengan jumlah yang tidak sedikit yaitu 10 anak, pengiring sholawat Kyai Aminoto yang masih duduk di bangku kelas 2-5 SD, dapat membuat heran para pengunjung pengajian karena aksi yang lucu dan lincah.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Hasil Wawancara Kyai Aminoto, Kamis, 23/02/2017, DiRumah Kyai Aminoto, Jam 14:00-15:10.

<sup>7</sup>Hasil Wawancara Kyai Aminoto, Rabu, 19/04/2017, DiRumah Kyai Aminoto, Jam 16:30-17:45.

Ketiga, Kyai Aminoto selain handalberceramah, Kyai Aminoto juga tergolong orang yang multi talenta yaitu, beliau juga bisa menjadi pembawa acara manten, pembawa acara berbagai macam acara, melantunkan ayat-ayat suci Al-Qur'an, sambutan, memfoto, mengoperasikan *sound system*, bahkan sampai memasak untuk acara-acara hajatan. Kyai Aminoto dalam menyampaikan materi ceramahnyayang jelas dan menarik,dapatmembuat semua yang mengunjungi pengajian secara langsung tertarik untuk memperhatikan ceramahnya. Bahkan beliau juga sering lupa dalam bersholawat, maka dalam mengatasi hal tersebut beliau menyanyikan kata-kata *aku lali aku lali lali lali lali aku yo lali*.<sup>8</sup>Jadi dalam ceramah beliau tidak cenderung monoton karena adanya kolaborasi antara ceramah dan sholawat, anak-anak yang mengiringi sholawatnya Kyai yang membuat pengunjung pengajian tidak merasa bosan.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan sebuah penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul: STRATEGI KOMUNIKASIDAKWAH KYAI AMINOTODI KECAMATAN NGBEL KABUPATEN PONOROGO.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk memudahkan pembahasan selanjutnya, akan penulis spesifikasikan ke dalam beberapa sub pertanyaan dibawah ini:

1. Bagaimana praktik dakwah yang dilaksanakan Kyai Aminoto di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo ?

---

<sup>8</sup>*Aku lali aku lali lali lali lali aku yo lali* merupakan bahasa jawa ngoko bahasa sehari-hari yang tidak asing lagi bagi orang jawa khususnya Ponorogo yang artinya: *aku lupa aku lupa lupa lupa lupa aku ya lupa*.

2. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto dalam di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui praktik dakwah yang digunakan Kyai Aminoto di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Harapan penulis, penelitian yang sederhana ini dapat bermanfaat dan berguna terutama bagi penulis dan kalangan umum, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah dan pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi suri tauladan di masa depan. Khususnya di bidang ilmu dakwah yang berkaitan dengan strategi komunikasi dakwah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk memperbaiki strategi komunikasi dakwah yang telah ada supaya menjadi lebih baik dan sebagai sumber ilmu pengetahuan dibidang ilmu dakwah dan retorika.



- b. Bagi pendakwah, diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara tertulis, bagi para da'i ataupun calon da'i dalam pengembangan kualitas keilmuwan dakwah.
- c. Bagi peneliti, untuk menambah pengalaman dan pengetahuan dalam bidang retorika dan strategi komunikasi dakwah.

#### **E. Telaah Pustaka**

Bayak orang yang melakukan penelitian tentang metode dakwah maupun strategi dakwah, tapi yang meneliti tentang dakwahnya Kyai Aminoto belum pernah ada, penelitian milik penulis dengan milik peneliti lain mempunyai perbedaan. Skripsi pertama karya Ahmad Arif Khakim yang berjudul *Retorika Dakwah Ust. Felix Y. Siauw (Studi Pada Program Acara Pengajian Inspirasi Iman Di TVRI)*.<sup>9</sup> Hasil penelitian ini adalah pada aplikasi penggunaan retorika dapat diambil kesimpulan sebagai berikut, hampir semua ceramah Ust. Felix Y. Siauw memiliki kesatuan pesan. Akan tetapi ada beberapa ceramah yang dalam penguraianya ada hal-hal yang kurang diperhatikan oleh Ust. Felix Y. Siauw yaitu terlalu melebarnya pemaparan-pemaparan dengan penjelasan serta bukti-bukti serta cerita sehingga gagasan utamanya kabur. Selain itu ada juga ceramah yang memunculkan gagasan lain yang dimunculkan sebagai penjelas bukan sebagai gagasan utama yang memunculkan gagasan baru akan tetapi dalam penyampaian mendapat porsi yang sama maka yang terjadi bukannya

---

<sup>9</sup>Ahmad Arif Khakim, *Retorika Dakwah Ust. Felix Y. Siauw(Studi Pada Program Acara Pengajian Inspiasi Iman di TVRI)*,(Skripsi: Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014), 85.



menambah jelas gagasan pokok melainkan pesan yang disampaikan terkesan timpang tindih. Selanjutnya dilihat dari langgam bahasa dalam menyampaikan ceramah Ust. Felix Y. Siauw selalu bervariasi, tidak hanya menggunakan langgam bahasa yang sama apalagi jika jamaahnya orang hampir sama. Dalam penyampaian pesan Ust. Felix Y. Siauw menggunakan selingan humor, ini bertujuan agar pesan dapat menarik untuk disimak. Terakhir pada penggunaan sikap persuasif pada ceramah yang dilakukan Ust. Felix Y. Siauw cukup bervariasi untuk menanamkan pemahaman terhadap jamaah, tidak cukup hanya memanggil pikirannya saja, akan tetapi harus memanggil hatinya juga. Jika hatinya sudah bergerak maka pikirannya akan ikut tunduk pada hati dan jiwanya.

Skripsi Ahmad Arif Khakim yang berjudul *Retorika Dakwah Ust. Felix Y. Siauw (Studi Pada Program Acara Pengajian Inspirasi Iman Di TVRI)*”, memiliki perbedaan dengan milik penulis, yaitu lebih menjelaskan tentang strategi komunikasi dakwah yang digunakan Kyai Aminoto yang gunanya untuk memberikan kemudahan dan keserasian, baik bagi pembawa dakwah itu sendiri maupun bagi penerima dakwah. Karena metode yang kurang tepat sering kali mengakibatkan gagalnya aktifitas dakwah, dan apabila diramu dengan metode yang tepat, dengan gaya penyampaian yang baik, ditambah dengan aksi retorika yang mumpuni, maka respon yang didapat pun cukup memuaskan. Sedangkan skripsi milik Ahmad Arif Khakim lebih menekankan aksi retorika yang kurang efektif. Karena, hampir semua ceramah Ust. Felix Y. Siauw memiliki kesatuan pesan. Akan tetapi ada beberapa ceramah yang

dalam penguraianya ada hal-hal yang kurang diperhatikan oleh Ust. Felix Y. Siauw yaitu terlalu melebarnya pemaparan-pemaparan dengan penjelasan serta bukti-bukti serta cerita sehingga gagasan utamanya kabur.

Penelitian selanjutnya yang terkait strategi dakwah diantaranya yaitu tulisan Eka Rahayuningsih, *Tindak Tutur Representatif Dalam Ceramah KH Anwar Zahid*.<sup>10</sup> Dalam tulisannya tersebut Eka Rahayuningsih memaparkan tindak tutur representatif yang digunakan oleh KH Anwar Zahid yaitu tindak tutur representatif menjelaskan, menyatakan sesuatu membanggakan, menyarankan, mengeluh, melaporkan, dan menunjukkan, yang isinya mencakup tentang akhlak manusia, kewajiban manusia, hak hidup manusia, amal kebaikan, kekuasaan Tuhan, penghargaan, kebanggan, ketaqwaan kepada Tuhan, kedudukan manusia, dan ketidak berdayaan manusia.

Sedangkan perbedaan milik peneliti berfokus pada strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan di kecamatan Ngebel kabupaten Ponorogo, jadi pada intinya skripsi yang ditulis oleh Eka Rahayuningsih lebih menjelaskan pada pola perilaku yang dilakukan oleh KH Anwar Zahid.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga peneliti akan menjabarkan dan mendeskripsikan hasil temuan (data) dengan menggunakan kata-kata dengan melihat lokasi penelitian.

---

<sup>10</sup>Eka Rahayu Ningsih, *Tindak Tutur Representati Dalam Ceramah Kh Anwar Zahid* (Skripsi: Universitas Jember, 2013), vii.

Penelitian ini termasuk *field research* (penelitian lapangan). Artinya akan dilakukan pada suatu tempat terjadinya masalah di lapangan sehingga peneliti akan berperan langsung dalam lapangan.

Dalam hal ini peneliti akan mencari dan menggali informasi tentang strategi komunikasidakwah Kyai Aminoto. Dengan cara bertemu langsung dan melakukan wawancara dengan orang-orang yang terkait dengan kegiatan dakwah Kyai Aminoto. Orang-orang tersebut diantaranya adalah: tuan rumah (orang yang mengundang Kyai Aminoto), anak-anak pemain musik sholawat dan pengunjung pengajian.

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo. Kecamatan Ngebel adalah berada sekitar 23 km di sebelah timur laut dari pusat kota Ponorogo. Tepatnya disebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Pulung, di sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Jenangan, di sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Madiun dan di sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Nganjuk.

## 3. Data Penelitian

Adapun data penelitian yang diperlukan yaitu:

- a. Data tentang kegiatan pengajian Kyai Aminoto.
- b. Data tentang proses kegiatan dakwah Kyai Aminoto.
- c. Data tentang sarana penunjang kegiatan dakwah Kyai Aminoto.

#### 4. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan yaitu:

##### a. Sumber Data Primer

Diperoleh dari informan, yaitu Kyai Aminoto.

##### b. Sumber Data Sekunder

Diperoleh dari responden, yaitu orang-orang yang terlibat dengan kegiatan dakwah Kyai Aminoto. Diantaranya adalah orang yang mengundang Kyai Aminoto untuk berceramah, anak-anak pemain musik sholawat, dan pengunjung pengajian.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti berupaya mencari data dari lapangan yang berkaitan dengan metode dakwah Kyai Aminoto yaitu:

##### a. Interview (wawancara)

Yaitu percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh pewawancara (interviewer) dengan mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai memberi jawaban atas pertanyaan. Peneliti akan melakukan wawancara atau mengajukan pertanyaan kepada Kyai Aminoto.

##### b. Observasi (pengamatan)

Yaitu diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena-fenomena yang sedang diteliti.

Dalam hal ini adalah strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), 151.

c. Dokumentasi

Adalah dokumen yang digunakan peneliti sebagai sumber data, karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji bahan untuk meramalkan. Fakta-fakta yang terjadi di lapangan tentang metode dakwah Kyai Aminoto tersebut. Akan didokumentasikan baik itu dalam bentuk foto maupun yang lainnya, dokumen digunakan sebagai bukti fisik dalam kegiatan penelitian.

6. Teknik Pengolahan Data

Agar dapat memberikan data sesuai dengan yang dibutuhkan maka diperlukan adanya teknik pengolahan data. Semua data yang telah diperoleh akan diolah dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Editing

Yaitu memeriksa kembali data yang telah diperoleh terutama dari segi kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian serta keseragaman antara masing-masing data penelitian.

b. Organizing

Yaitu menyusun dan membuat sistematika paparan yang diperoleh dengan kerangka yang sudah direncanakan sebelumnya, kerangka tersebut dibuat berdasarkan sistematika pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah.

c. Penemuan hasil

Yaitu melakukan analisa terhadap semua data yang telah terkumpul dalam praktik dakwah Kyai Aminoto.<sup>12</sup>

7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode induktif, yaitu suatu cara atau jalan berfikir dengan mengambil suatu kesimpulan dari data-data yang bersifat khusus. Atau sebuah fakta yang kongkrit itu ditarik sebuah generalisasi-generalisasi yang bersifat umum. Dalam hal ini diimplikasikan dalam strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto.

Dari teori tersebut penulis ingin menyelami lebih dalam tentang strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto, bentuk strategi komunikasi dakwah yang bagaimana sehingga beliau selalu exsist dan disenangi oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya di daerah Ngebel.

8. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian, setiap hal harus dicek keabsahannya agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya dan dapat dibuktikan keabsahannya. Untuk pengecekan keabsahan temuan ini penulis menggunakan tiga pengamatan yaitu:

a. Data

Yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, data hasil wawancara dengan dokumentasi dan

---

<sup>12</sup>Restu Kartiko, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 85.



data hasil pengamatan dengan dokumentasi. Hasil perbandingan ini diharapkan dapat menyatukan persepsi atas data yang diperoleh.

b. Metode

Yaitu dengan cara mencari data lain tentang sebuah fenomena yang diperoleh dengan menggunakan metode yang berbeda, observasi dan dokumentasi. Kemudian hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode ini dibandingkan dan disimpulkan sehingga memperoleh data yang bisa dipercaya.

c. Sumber

Yaitu dengan cara membandingkan kebenaran suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, baik dilihat dari waktu maupun sumber yang lain.

## G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini, maka pembahasannya dikelompokkan dalam 5 bab:

**Bab I : Pendahuluan** terdiri dari penjelasan secara umum dan gambaran tentang skripsi ini, penyusunan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Bab II : Strategi Komunikasi Dakwah.** Merupakan landasan teori yang nantinya akan dijadikan sebagai analisa dimana bab ini berisi penjabaran metode dakwah yang terdiri dari definisi strategi, definisi komunikasi,



definisi dakwah, kode etik dan rambu-rambu etis dakwah, macam-macam strategi komunikasi dan Prinsip-prinsip dakwah yang menyejukkan.

**BabIII : Profil Dan Aktifitas Dakwah Kyai Aminoto.**Merupakan objek pembahasan yang di dalamnya dibahas tentang biografi Kyai Aminoto, visi misinya dalam berdakwah,tahap persiapan strategi dakwah kyai aminoto, aktifitas pelaksanaan dakwah kyai aminoto, dan tahap evaluasi strategi dakwah kyai aminoto.

**BabIV :Analisa Strategi Komunikasi Dakwak Kyai Aminoto.** Merupakan analisa terhadap metode dakwah Kyai Aminoto, analisa terhadap evektif tidaknya metode dakwah Kyai Aminoto, dan bagaimana beliau dapat menarik antusias masyarakat untuk datang menyaksikan pengajian beliau.

**Bab V : Penutup** Merupakan bab yang berisi kesimpulan dan dengan dilengkapi saran sebagai bahan rekomendasi dari hasil penelitian penulis.



## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH

#### A. STRATEGI

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani: *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *again* (memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi dan dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat dan hal ini telah berlangsung lebih dari seribu tahun lamanya.<sup>13</sup>

Istilah strategi pada awalnya digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Sekarang, istilah strategi banyak digunakan dalam berbagai bidang kegiatan yang bertujuan memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai tujuan. Misalnya seorang manajer atau pimpinan perusahaan yang menginginkan keuntungan dan kesuksesan yang besar akan menerapkan suatu strategi dalam mencapai tujuannya, seorang pelatih tim basket akan menentukan strategi yang dianggapnya tepat untuk dapat memenangkan suatu pertandingan. Begitu juga seorang guru yang mengharapkan hasil baik dalam proses

---

<sup>13</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2011), 227-228.

pembelajaran akan menerapkan suatu strategi agar hasil belajar siswanya mendapat prestasi yang baik.<sup>14</sup>

Dari perspektif psikologi, strategi dianggap sebagai metode pengumpulan informasi dan pengorganisasiannya, sehingga bisa menaksir suatu hipotesis. Dalam proses penentuannya, strategi merupakan proses yang mencakup apa yang disebut *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Maksudnya, strategi dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara terpusat dan hati-hati, sehingga bisa memilih dan memilah tindakan-tindakan yang lebih efektif untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, istilah strategi antara lain menunjuk pada upaya berfikir kearah efisiensi, guna menentukan pilihan yang lebih memuaskan. Dengan kata lain, strategi merupakan upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Karena itu pula Liilejohn menyatakan strategi dengan “rencana suatu tindakan”.<sup>15</sup>

Strategi yang disusun, dikonsentrasikan, dan dikonsepsasikan dengan baik dapat membuat pelaksanaan yang disebut *strategis*. Menurut Drs. H. Hisyam Alie, untuk mencapai strategi yang strategis harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. *Strategi* (kekuatan), yaitu memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya, dan beberapa piranti yang dimiliki.

---

<sup>14</sup> Abdul Majid, *Strategi Pembelajaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 3.

<sup>15</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 81.

- b. *Weakness* (kelemahan), yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki sebagai kekuatan, misalnya kualitas manusianya, dananya, dan sebagainya.
- c. *Opportunity* (peluang), yakni seberapa besar peluang yang mungkin tersedia diluar, sehingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat ditrobos.
- d. *Threats* (ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.<sup>16</sup>

## B. KOMUNIKASI

### 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latinyaitu *communicatio*, yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Jadi secara garis besar, dalam proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna antara komunikator kepada komunikan.<sup>17</sup>

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing :

- a. Berelson dan Steiner, komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainnya.
- b. Menurut Harold D Laswel, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *who say what in which chanel to whom with what effect?* siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana.

<sup>16</sup>Rafi'udin dan Maman Abdul Djalie, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), 77.

<sup>17</sup>Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004),31.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan, strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.<sup>18</sup>

Onong mengingatkan bahwa komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka penyusunan strateginya diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor yang ada pada setiap komponen tersebut. Komponen-komponen yang dimaksud adalah:

- a. Sasaran komunikasi, yang mencakup faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi.
- b. Media komunikasi.
- c. Tujuan pesan komunikasi, yang pada hakikatnya disampaikan melalui isi serta simbolnya.
- d. Peran komunikator dalam komunikasi, yang meliputi daya tarik serta kredibilitasnya.

Dengan demikian komunikasi mencerminkan kebijaksanaan dalam merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah itu, sedangkan manajemen komunikasi menata dan mengatur tindakan-tindakan yang akan diambil dari sumberdaya yang

---

<sup>18</sup>Ngainun Naim, *Dasar-Dasar Komunikasi Pendidikan* (Jakarta: Ar-Ruzz Media 2011), 27.

tersedia guna melaksanakan strategi komunikasi tadi. Dengan kata lain, strategi menyangkut apa yang akan dilakukan (*what to do*), dan manajemen menyangkut bagaimana membuat hal itu bisa terjadi (*how to make it happen*). Secara singkat Ahmad menyusun strategi komunikasi melalui enam tahapan, yaitu:

a. Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan

Menurutnya, informasi yang bersifat data dasar (*base-line data*) dan perkiraan kebutuhan (*need assessment*) adalah faktor-faktor yang penting untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi, dalam mendesain strategi komunikasi dan mengevaluasi keefektifan usaha komunikasi. Sasaran-sasaran komunikasi biasanya dirumuskan atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayak yang diamati. Strategi komunikasi yang acapkali terdiri dari analisis dan segmentasi khalayak, seleksi dan atau kombinasi antara media dan komunikator, serta perancangan dan penyusunan pesan, didesain atas landasan data dasar yang relevan dan kecenderungan-kecenderungan atau indikator-indikator yang memadai, bukan berdasar asumsi-asumsi atau institusi-institusi. Demikian pula prosedur terhadap kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakannya, baik secara formatif maupun sumatif, sangat tergantung pada data dasar, terutama untuk bahan perbandingan.

Dalam hal tersebut dikemukakan tiga komponen utama yang memerlukan koleksi data, yaitu:

1. Khalayak sasaran (*target audience*) mencakup:



- a. Jumlah dan lokasi khalayak sasaran yang hendak dicapai.
  - b. Profil sosio-ekonominya, seperti kelompok umur, penghasilan, pekerjaan, jumlah anak dan lain-lain.
  - c. Profil sosio-kulturalnya, seperti agama, bahasa, pendidikan, pola-pola hidup keluarga, system kepercayaan tradisional atau adat kebiasaan, norma-norma, nilai-nilai, dan lain-lain.
  - d. Sumber-sumber informasinya.
  - e. Pola-pola adat kebiasaan media.
2. Pengetahuan, sikap, dan praktik, meliputi:
- a. Tingkat pengetahuan, sikap, dan praktik khalayaksasaran bertalian dengan gagasan yang akan disampaikan.
  - b. Bagaimana preskripsi-preskripsi sikap (seperti kesukaan-kesukaan dan ketidak sukaan-ketidak sukaan).
3. Investarisasi media dan dampak, meliputi:
- a. Pengadaan (*availabilitas*) dan perolehan (*aksebilitas*) dari media atau saluran-saluran komunikasi yang berbeda-beda.
  - b. Inventarisasi perangkat keras dan perangkat lunak.
  - c. Profil media, seperti *readership*, *listenership*, tingkat kejenuhan media, dan lain-lain.
  - d. Persepsi-persepsi visual, auditif, audio-visual, dan sebagainya.
- b. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi



Pada tingkat ini, ada empat persoalan pokok yang perlu dipertanyakan guna menentukan arah sasaran dan tujuan komunikasi yang direncanakan:

1. Siapa yang menjadi khalayak sasaran tertentu yang harus dicapai? Khalayak sasaran ini diusahakan sehusus mungkin, dan bisa terdiri dari beberapa kelompok sasaran prioritas.
2. Dimana kelompok khusus atau tertentu itu berlokasi?
3. Mengapa kelompok tertentu itu dipilih sebagai kelompok sasaran?
4. Dengan alasan apa (mengapa) harus dicapai, maka jenis pesan apa yang harus disampaikan kepada kelompok sasaran tertentu itu? Tahap kedua ini sebenarnya tidak bisa dipisahkan dari tahap pertama, sebab kedua tahap tersebut bekerja secara timbal balik, sehingga harus dilakukan secara simultan, terutama dalam menjawab persoalan “siapa” dan “di mana”.

c. Analisis perencanaan dan penyusunan strategi

Setelah menentukan sasaran-sasaran komunikasi tertentu (spesifik) untuk dicapai dan jenis kebutuhan pada level analisis yang umum, maka langkah berikutnya ialah menerjemahkan sasaran-sasaran dan pernyataan-pernyataan kebutuhan tersebut ke dalam suatu strategi komunikasi yang bisa dikerjakan. Ada dua aspek yang saling berhubungan dari penyusunan strategi komunikasinya, yaitu pemilihan pendekatan-pendekatan komunikatif, dan penentuan jenis-jenis pesan yang akan disampaikan.

d. Analisis khalayak dan segmentasinya

Analisis khalayak sasaran adalah salah satu faktor yang paling penting dalam mendesain strategi komunikasi yang aktif. Segmentasi khalayak biasanya perlu, karena adanya ciri-ciri maupun kebutuhan-kebutuhan yang berbeda-beda dari khalayak sasaran.

e. Seleksi media.

Dalam menyeleksi media atau saluran untuk digunakan, harus didaftarkan saluran-saluran komunikasi yang bisa mencapai khalayak sasaran. Kemudian setiap medium dievaluasi di dalam batasan-batasan aplikabilitasnya untuk melaksanakan pencapaian tujuan komunikasi yang spesifik itu.

f. Desain dan penyusunan pesan.

Dalam tahap ini tema pesan, tuturan, dan penyajiannya, harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dari tahapan ini adalah mendesain prototipe bahkan komunikasi yang juga memerlukan evaluasi formatif, seperti pretesting bahan-bahan prototipe pada khalayak sasaran. Hasil pretesting bisa menuntun kegiatan revisi yang perlu terhadap bahan prototipe sebelum memasuki proses produksi yang berskala luas dan final.

Khusus mengenai efek-efek yang perlu dipikirkan dalam menyusun strategi komunikasi, terutama dalam rangka pencapaian tujuan yang spesifik, Eric N. Berkowitz bersama Roger A. Kerin mengingatkan pendapat Lavidge akan perlunya penentuan tujuan yang didasarkan pada hierarki efek, yang merupakan rangkaian tingkat kesiapan komunikasi dalam menerima pesan

komunikasi yang disampaikan kepadanya. Hierarki efek dimaksud terdiri dari lima tahap berikut ini:

1. *Awareness* (mengetahui/menyadari)

Tahap di mana komunikasi mampu mengenal atau mengingat pesan yang disampaikan kepadanya.

2. *Interest* (perhatian/minat)

Tahap di mana terjadi peningkatan keinginan komunikasi untuk mempelajari beberapa keistimewaan dari pesan atau stimulus yang datang kepadanya.

3. *Evaluasi* (penilaian)

Tahap di mana komunikasi menilai pesan atau stimulus yang diterimanya serta dikonfirmasi dengan perasaan dan harapannya.

4. *Trial* (percobaan)

Tahap di mana timbul kesungguhan komunikasi untuk mencoba melaksanakan atau menggunakan pesan (gagasan/barang).

5. *Adoption* (pengadopsian)

Tahap di mana komunikasi menerima (menyetujui) atau pun memanfaatkan dan melaksanakan pesan setelah memperoleh pengalaman yang menyenangkan pada awal percobaan tadi. Maksudnya, dalam proses persuasi ataupun komunikasi, komunikasi tidak selalu mengubah dirinya secara tiba-tiba dari insan yang tidak tertarik pada pesan komunikasi langsung menjadi yang berkeyakinan akan manfaat pesan yang diterimanya itu. Dalam banyak hal mereka melakukan

langkah-langkah tertentu sebelum mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan yang dikehendaki komunikatornya. Umumnya mereka bergerak dari tidak tahu tentang pesan itu menjadi tahu dan kemudian mengenalinya, menyukainya, memilihnya, memilih atau menyakininya, sehingga mau dan mampu mengubah sikap, sifat, dan perilakunya sesuai dengan yang diinginkan komunikatornya.<sup>19</sup>

## 2. Metode Strategi Komunikasi

Dalam dunia komunikasi pada teknik penyampaian atau mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedang yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Oleh karena itu yang pertama menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu redundancy (repetition) dan Canalizing. Sedang yang kedua menurut bentuk isinya dikenal teknik-teknik: informatif, persuasif, edukatif, dan koersif.<sup>20</sup>

### a. Redundancy (Repetition)

Redundancy atau *repetition*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.

<sup>19</sup>Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 86-89.

<sup>20</sup>Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Amrico 1984), 58.

b. *Canalizing*

Canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur merubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang samasekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

c. Informatif

Informatif artinya memberi pengertian, pengetahuan. Tetapi juga harus formatif artinya memberi *form*, member *bilding*, jadi mendidik. Teknik Informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Atau seperti ditulis oleh Jawoto.<sup>21</sup>

- a. Memberikan informasi tentang fakta semata-mata, juga fakta bersifat kontropersial, atau
- b. Memberikan informasi dan menuntun umum ke arah pendapat.

---

<sup>21</sup>Sudiarja, *Karya Lengkap Driyarkara* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2006), 435.

Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

d. Persuasif

Persuasif berarti, mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya maupun perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh: kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (*suggestivitas*), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*suggestibilitas*). Jadi di pihak menyugesti khalayak, dan menciptakan situasi bagaimana khalayak supaya mudah terkena sugesti, adalah proses kental sebagai hasil penerimaan yang tidak kritis dan di realisasikan dalam perbuatan kepercayaan atau cita-cita yang dipengaruhi orang lain.

e. Edukatif

Teknik edukatif, sebagai salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi: pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.



f. Koersif

Koersif berarti mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya biasanya dibelakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh. Koersif atau bersifat memaksa, yaitu dengan cara memaksa dan memberi hukuman.<sup>22</sup>

### 3. Prinsip-Prinsip Komunikasi

a. Komunikasi adalah paket isyarat

Prilaku komunikasi, apakah ini melibatkan pesan verbal, isyarat tubuh, atau kombinasi keduanya, biasanya terjadi dalam “paket”. Biasanya, prilaku verbal dan nonverbal saling memperkuat dan mendukung. Semua bagian dari system pesan biasanya berkerja bersama-sama untuk mengkomunikasikan makna tertentu. Kita tidak mengutarakan rasa takut dengan kata-kata sementara seluruh tubuh kita bersikap santai. Kita tidak mengungkapkan rasa marah sambil tersenyum. Seluruh tubuh baik secara verbal maupun nonverbal bekerja bersama-sama untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan kita.<sup>23</sup>

b. Setiap prilaku mempunyai potensi komunikasi

Seluruh makhluk hidup berpotensi untuk melakukan komunikasi, hanya saja pembahasannya diklasifikasikan pada manusia sebagai makhluk sosial. Salah satu karakteristik yang paling mendasar dari komunikasi adalah pengaitannya atau hubungannya dengan prilaku (behavior). Behavior ini dikaitkan dengan hubungan antar dua orang manusia atau lebih. Dengan

---

<sup>22</sup>Wahjudi Nugroho, *Komunikasi Dalam Keperawatan Gerontik* (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC 2006), 31.

<sup>23</sup>Hetty Ismainar, *Manajemen Unit Kerja* (Yogyakarta: Deepublish 2015), 159.



demikian perilaku akan terlihat apabila timbul kontak sosial tanpa itu maka perilaku tidak tampak atau menampilkan diri, tidak timbul pada permukaan. Kalau terjadi kontak sosial tidak dapat tidak ada hubungannya dengan perilaku.<sup>24</sup> Semua perilaku memiliki potensi sebagai pesan yaitu bahwa perilaku memiliki potensi yang dapat melekatkan arti kepada persepsi orang lain.

c. Komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan.

Dalam komunikasi massa pada titik bahasan ini, ada suatu dimensi isi yang di bahas merujuk isi pada suatu pesan yang disampaikan komunikator. Disini kita melihat bahwa pesan yang disampaikan bisa dipersepsikan berbeda terhadap masing-masing orang, jadi bisa dikatakan isi pesan itu diartikan secara subyektif. Sedangkan pada dimensi hubungan merujuk kepada bahasan mengenai unsur-unsur lain yang lebih menitik beratkan jenis dan tipe saluran yang dipergunakan untuk menyampaikan suatu pesan dari komunikator kepada komunikannya. Pada dimensi isi setiap pesan yang disampaikan menimbulkan pengaruh dan persepsi yang berbeda-beda baik dilihat dari (komunikator) yang menyampaikan maupun dari penerima pesan sendiri (komunikan), sebagai contoh pengaruh interpretasi yang ditimbulkan dari tayangan televisi lebih besar pengaruh yang ditimbulkan apabila dibandingkan penyajian cerita yang sama melalui media lain semisal radio atau majalah.<sup>25</sup>

d. Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan.

---

<sup>24</sup>Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Dan Praktik* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2004), 34.

<sup>25</sup> Ibid.

Komunikasi yang dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari yang tidak disengaja. Ketika kita sedang menghela nafas dan ada orang yang sedang memperhatikan kita dan komunikasi yang disengaja atau kita rencanakan ketika kita melakukan presentasi di perusahaan kita. Meskipun kita tidak bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain akan tetapi perilaku dan tingkah laku kita ini mengundang orang lain untuk menafsirkannya.

e. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.

Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik atau ruang waktu, sosial, dan psikologis, bahan pembicaraan tertentu yang kita bahas belum tentu sesuai dan cocok dibahas ditempat lain.<sup>26</sup>

#### 4. Unsur-Unsur Komunikasi

##### 1. Pengirim Pesan (Komunikator)

Pihak yang mengawali mengirim pesan, karena itu, kita sebut pengirim (*sender*) atau (*komunikator*). Pengirim ini menjadi asal atau pengirim pesan. Maka, dalam bahasa Inggris disebut *source* (sumber). Pengirim adalah orang yang masuk dalam hubungan, intrapersonal dengan diri sendiri, interpersonal dengan orang lain, dalam kelompok kecil, atau dalam kelompok besar.<sup>27</sup>

Komunikator ketika mengirimkan pesan tentunya memiliki motif dan tujuan yang sering disebut dengan motif komunikasi, ada yang menyebut pengiriman pesan atau komunikator dengan istilah pengirim saja atau disebut juga sumber. Pengamat dan ilmuwan komunikasi lain ada yang menyebut dengan *ecoder*. Istilah *ecoder* dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandi.

<sup>26</sup>Ibid., 35.

<sup>27</sup>Agus M Harjana, *Komunikasi Intrapersonal Dan Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Kanisius 2007), 13.

*Encoding* adalah proses penyandian, yang disandikan adalah pesan. Komunikator bisa terdiri dari satu orang, banyak orang atau lebih dari satu orang tersebut relatif saling kenal sehingga terdapat ikatan emosional yang kuat dalam kelompoknya, mereka disebut kelompok kecil. Apabila mereka relative tidak saling kenal secara pribadi sehingga ikatan emosional lemah, mereka disebut sebagai kelompok besar atau publik.

Komunikator atau orang yang menyampaikan pesan harus berusaha merumuskan isi pesan yang disampaikan. Sikap dari komunikator harus empati dan menempatkan pada diri komunikan atau penerima pesan.<sup>28</sup> Ketika berkomunikasi, kita memiliki persepsi tertentu pada pendengar begitu pula sebaliknya. Kekeliruan yang sering terjadi dalam komunikasi adalah ketika seseorang menyampaikan informasi dengan ukurannya sendiri. Ini harus dihindari karena komunikasi senantiasa melibatkan orang lain. Ahli komunikasi berpesan jika akan berhasil, maka rumusan kunci yang harus dipegang adalah “*know your audience*” ketahuilah siapa yang anda ajak bicara. Seorang komunikator yang dialogis harus mengenali atau memperkecil kecenderungannya terhadap manipulasi, keegoisan dan obyektivasi orang lain.

Dengan demikian, karena menjadi pencipta pesan, maka pengirim dapat mengendalikan macam pesan yang mau disampaikan, bentuk kemasan yang digunakan, dan acap kali media yang akan dipakai untuk menyampaikan pesan itu agar dapat melakukan *encoding* dengan baik, pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dapat membantu.

---

<sup>28</sup>Yupi Supartini, *Konsep Dasar Keperawatan Anak* (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC 2002), 75.

- a. Pesan apa yang hendak disampaikan?
- b. Kepada siapa pesan itu hendak disampaikan?
- c. Dalam bentuk apa pesan itu akan disampaikan?
- d. Media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan itu?
- e. Akibat-akibat negatif apa yang akan terjadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk dan melalui media itu bagi urusan yang terkandung dalam pesan dan hubungan pribadi dengan penerima, apa yang dapat dibuat untuk mencegah akibat-akibat negatif itu?

## 2. Penerima Pesan (Komunikan)

Penerima pesan komunikasi adalah orang yang diajak bicara (lawan bicara) kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Komunikan atau receiver yakni seorang atau sekelompok orang atau organisasi institusi yang menjadi sasaran penerima pesan.<sup>29</sup> Ada ahli lain yang menyebut penerima pesan atau komunikan sebagai *decoder* dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antar pribadi peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis dapat saling berganti. Sebagai komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang atau lebih (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi) dan massa.

## 3. Pesan yang dikomunikasikan

Pesan yang dikomunikasikan adalah pesan yang berarti dan informatif. Artinya dapat bersifat material seperti bahan bangunan, ekonomis seperti produk jasa, estetis seperti barang seni, etis seperti perbuatan amal kasih, atau relegius

---

<sup>29</sup>Tahrún, *Keterampilan Pers Dan Jurnalistik* (Yogyakarta: Deepublish 2016), 17.

seperti do'a. Informatif bila pesan itu mengandung peristiwa, data, fakta, atau penjelasannya.

Pesan itu disampaikan untuk menghibur, memberi inspirasi, memberi informasi, meyakinkan atau mengajak untuk berbuat sesuatu. Agar dapat diterima dengan baik dan mendatangkan hasil yang diinginkan, entah secara verbal atau nonverbal pesan itu dirumuskan dalam bentuk yang tepat, disesuaikan, dipertimbangkan berdasarkan keadaan penerima, hubungan pengirim dan penerima, dan dengan situasi waktu komunikasi dilakukan.

Pesan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Pesan adalah sesuatu gagasan yang diterjemahkan dalam bentuk yang nyata yaitu melalui kode-kode yang disepakati dan dimengerti bersama antara komunikan dan komunikator.<sup>30</sup> Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak akan tetapi, ketika disampaikan dari komunikator kepada komunikan menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk symbol atau lambang berupa bahasa baik lisan maupun tulisan suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak gerik, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan yakni wujud konkret dari pesan berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret. Secara teoritis komunikasi dibagi menjadi dua verbal dan nonverbal, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi itu jalin menjalin dalam komunikasi tatap muka sehari-hari.

#### 4. Media (*chanel*)

---

<sup>30</sup>Wiwit Wahyuning, *Mengkomunikasikan Moral Kepada Anak* (Jakarta: PT Media Komputindo 2003), 74.

Setelah dikemas, pesan dapat disampaikan melalui saluran (*channel*) atau media. Pengirim dapat memilih media lisan, tertulis, atau elektronik. Unsur ini menyangkut peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Tanpa saluran ini pesan-pesan tidak dapat menyebar secara cepat, luas, dan simultan. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, film, televisi, internet dan lain-lain.<sup>31</sup>

a. Media Lisan

Pesan yang disampaikan media lisan dapat dilaksanakan dengan menyampaikan sendiri *in person*, melalui telepon, mesin dikte atau bisa juga melalui videotape atau recorder. Penerima bisa seorang diri, kelompok kecil, kelompok besar, atau massa.

b. Media tertulis

Pesan yang disampaikan secara tertulis dapat disampaikan melalui surat, memo, laporan, selebaran, catatan, poster, gambar, dan lain-lain.

c. Media elektronik

Pesan yang disampaikan secara elektronik dapat dilakukan melalui faksimili, e-mail, radio, televisi. Keuntungan dari media elektronik antara lain:

1. Prosesnya cepat
2. Data dapat disimpan

Jadi pesan dapat dikirim melalui berbagai media dan media itu dapat dikombinasikan. Misalnya, pesan tertulis dijelaskan secara lisan. Pesan elektronik

---

<sup>31</sup> Wiryanto, *Teori Komunikasi Masa* (Jakarta: Grasindo 2000), 6.



disusul dengan pesan tertulis. Karena itu, pesan dapat diterima dengan semua indra kita.

#### 5. Umpan balik

Ada dua umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi, yakni umpan balik langsung (*immadiated*) dan tidak langsung (*delayed feedback*). Umpan balik langsung terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau kemungkinan bisa juga berbicara langsung. Misalnya, dalam komunikasi antarpersonal yang melibatkan dua orang atau komunikasi kelompok umpan balik secara tidak langsung. Misalnya bisa ditunjukkan dalam *letter to the editor* (surat pembaca). Dalam rubik ini biasanya sering kita lihat koreksi pembaca atas berita atau gambar yang ditampilkan media cetak. Tidak terkecuali dengan kritikan yang ditujukan pada media yang bersangkutan.<sup>32</sup>

#### 6. Efek

Efek diartikan sebagai perubahan atau penguatan suatu keyakinan pada pengetahuan, sikap, tindakan seseorang akibat dari penerimaan pesan. Efek komunikasi tersebut di klarifikasikan menjadi tiga. Pertama, *efek kognitif* yang berkaitan dengan cara berpikir dan bernalar, sehingga individu atau kelompok yang semula tidak memahami apa-apa menjadi paham. Kedua, *efek afektif* yaitu pengaruh yang berkaitan dengan perasaan. Missal seseorang bisa merasa tenang, marah, sedih, kecewa, bahkan tertawa berbahak-bahak apabila telah diterpa oleh media massa maka orang tersebut telah terkena *efek afektif* komunikasi. Ketiga,

---

<sup>32</sup>Aden Hasan Solehudin, *Strategi Komunikasi Dakwah Progam Tausiyah Radio Republika* (Yogyakarta: UIN Sunan Kali Jaga 2013), 21.



*efek konatif* cenderung berupa kegiatan atau tindakan *efek kognitif* timbul secara tidak langsung melainkan didahului oleh *efek konatif* dan *afektif*. *Efek konatif* disebut sebagai *efek behavioral* karena berbentuk perilaku seseorang.

## 5. Bentuk-Bentuk Komunikasi

### 1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok (*Group Communication*) adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan sejumlah orang komunikan yang berkumpul bersama dalam bentuk kelompok. Kelompok yang dimaksud dapat berupa kelompok kecil dan kelompok besar.

Namun demikian jumlah orang dalam kelompok-kelompok itu tidak bisa ditentukan secara acak. Hanya saja paling tidak bisa diketahui dari ciri dua kelompok tersebut dengan kriteria bisa tidaknya seorang komunikator berkomunikasi secara pribadi dengan salah seorang komunikan anggota kelompok. Pada kelompok kecil hal yang demikian dapat dilakukan seperti diskusi, rapat, kuliah, ceramah, seminar, dan lain-lain. Sedangkan pada kelompok besar hal itu tidak dapat dilakukan, misalnya pada rapat akbar kampanye partai dan sejenisnya. Komunikasi kelompok bersifat lebih formal dan lebih melembaga daripada komunikasi antar personal.<sup>33</sup>

### 2. Komunikasi Massa

---

<sup>33</sup>Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relation* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarna 2002), 88.

Komunikasi massa adalah komunikasi antar manusia yang menggunakan media massa sebagai alat komunikasi. Dalam tataran komunikasi ini, komunikator dan komunikan serta antar komunikan relatif tidak saling kenal secara pribadi komunikator dapat berbentuk organisasi (misal tim redaksi media atau lembaga swadaya masyarakat atau LSM yang menyatakan protes terhadap sesuatu) Pesan-pesanya yang disampaikan bersifat umum disampaikan secara serentak dan sangat terstruktur.

Dalam komunikasi massa, umpan balik relatif tidak ada atau bersifat tertunda. Hal ini terjadi karena banyak jumlah massa dan media komunikasi yang membutuhkan proses persiapan dan teknik penyiapan pesan. Komunikator cenderung sulit mengetahui umpan balik komunikan dengan segera. Untuk mengetahuinya biasanya harus dilakukan survei atau penelitian. Di dalam komunikasi massa, terjadi pula komunikasi organisasi, komunikasi kelompok besar atau kecil, komunikasi antar pribadi, dan komunikasi intrapribadi.

## C. DAKWAH

### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah menurut pengertian bahasa *lughawī* berasal dari bahasa Arab *da'ā, yad'ū, da'watan* yang berarti mengajak, memanggil dan menyeru. Orang yang melakukannya disebut da'i. Secara integralistik, dakwah merupakan suatu proses untuk mendorong orang lain agar memahami dan mengamalkan suatu keyakinan tertentu.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup>Asep Muhyiddin, *Kajian Dakwah Multiperspektif*(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 33.

Sementara Ibnu Manzhur dalam *lisan Al-arab*, ketika memberikan penjelasan dari kata *da'wa*, *yad'u*, *da'watan*, hanya mengemukakan dengan dua pengertian saja yaitu dengan arti permohonan doa *istighatsah* dan pengabdian ibadah kepada Allah SWT.

Menurut M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan, ajakan keinsyafan atau usaha mengubah situasi yang lebih bagus, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Esensi dakwah bukan hanya mengajak kepada kebenaran semata, tetapi bagaimana konsep dakwah dalam Islam itu diarahkan pada penerapan akhlak Islam yang sempurna.

Terjadinya tindak kejahatan oleh umat manusia disebabkan oleh tertutupnya potensi baik, yang disebut dengan fitrah oleh kondisi buruk yang datang dari lingkungannya. Karena manusia itu lemah, maka lingkungan yang mengitarinya menjadi sangat mudah mempengaruhinya.

Menurut Enung Asmaya istilah dakwah itu dapat diartikan dari dua sudut pandang, yakni dakwah yang bersifat pembinaan dan dakwah yang bersifat pengembangan. Pembinaan artinya suatu kegiatan untuk mempertahankan dan menyempurnakan suatu hal yang telah ada atau terjadi sebelumnya. Sedangkan pengembangan berarti suatu kegiatan yang mengarah kepada pembaruan atau mengadakan suatu hal yang belum ada.

Dengan demikian pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan, dan menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah, dengan menjalankan syariatnya

---

sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia dunia dan akhirat. Sedangkan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha mengajak umat manusia yang belum beriman kepada Allah agar bisa lebih menyempurnakan pelaksanaan ajaran Islam.<sup>35</sup>

Dakwah adalah kegiatan komunikasi, yaitu seorang ataupun sekelompok Dakwah adalah seruan atau ajakan berbuat kebajikan untuk mentaati perintah dan menjauhi larangan Allah SWT dan Muhammad Rasulullah saw, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dakwah dapat menjadi salah satu bentuk komunikasi manusia, dan sebaliknya dakwah dapat menjadi sumber etika dan moral bagi komunikasi baik sebagai ilmu pengetahuan maupun sebagai aktifitas sosial.

Dakwah memiliki karakteristik yang membedakan dengan berbagai bentuk komunikasi yang ada dalam masyarakat. Menurut Rita L. Atkinson dakwah adalah kegiatan komunikasi, yaitu seorang atau sekelompok da'i mengkomunikasikan pesan kepada mad'u, perorangan ataupun kelompok. Berarti hubungan antara komunikasi dan dakwah memang tidak bisa dipisahkan, akan tetapi ada perbedaan mendasar antara dakwah dan komunikasi kalau dakwah tidak lepas dari komunikasi namun setiap kegiatan komunikasi belum tentu dakwah. Dalam terma Islam ditemukan istilah yang erat dengan terma-terma komunikasi.

Sedangkan dakwah memiliki terma-terma tersendiri. Diantara terma tersebut adalah<sup>36</sup> :

a. *Al-da'wah ilā al-khayr* (seruan pada kebaikan)

---

<sup>35</sup> Enung Asmaya, *Aa Gym* (Jakarta: Penerbit Hikmah 2004), 28.

<sup>36</sup> *Ibid.*, 29.

Dalam bahasa kita *al-khayr* dan *al-ma'ruf*, sering diterjemahkan sama, yaitu kebaikan. Padahal ada perbedaan, sebab kalau tidak ada perbedaan maka penyebutan *al-khayr* dan *al-ma'ruf* dalam suatu ayat menjadi berlebihan menurut Nur cholish madjid, pengertian *al-khayr* adalah kebaikan yang asasi, fundamental, normatif, dan universal yang tidak terpengaruh oleh ruang dan waktu. Ini adalah ide-ide yang paling asasi dari agama yang disebutkan sebagai ciri dari semua agama. Misalnya tauhid dan budi pekerti yang luhur.

b. *Al-Da'wah ila al-ma'ruf* (mengajak kepada kebajikan)

Dalam hal ini Nur cholish madjid berpendapat bahwa makna *al ma'ruf* dikaitkan dengan kata adat. Seolah-olah *al-ma'ruf* adalah kebajikan yang telah menjadi adat manusia. Kata *al-ma'ruf* selalu dikaitkan dengan *nahyi munkar*, yakni menganjurkan kebaikan dan mencegah kemunkaran. Akan tetapi yang terpenting bahwa pengertian *al-ma'ruf* adalah kebaikan yang masih ada sangkut pautnya dengan ruang dan waktu serta merupakan pengejawantahan dari *al-khayr*.

c. *Tabligh*<sup>37</sup>

*Tabligh* dan *dakwah* adalah dua istilah yang sering diperdebatkan arti dan penggunaannya. *Dawah* dapat diartikan sebagai seluruh aktifitas umat Islam dalam rangka mengaktualisasikan keimanannya baik secara individual atau kolektif. *Dakwah* diupayakan untuk mengkonstruksi tatanan sosial yang lebih baik dan tidak bertentangan dengan ajaran Ilahi. Orang yang melakukan *tabligh* disebut *mubaligh*. pengertian *dakwah* dengan terma *tabligh* lebih umum digunakan dari pada kata *balagh*. Sedangkan dalam praktiknya *dakwah* dapat dilihat dari dua segi: *pertama* *dakwah* sebagai ketundukan kepada Allah dan kepatuhan kepada ajaran-

---

<sup>37</sup>Ibid., 30.

ajarannya secara penuh, dengan pengertian bahwa perwujudan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan manusia. *Kedua* dakwah sebagai usaha-usaha yang diartikan kepada tujuan penyebar luasan dan penyiaran Islam, baik dalam bentuk perkataan maupun perbuatan.

d. *Al-Tandzir* dan *al-Tabsyir*<sup>38</sup>

*Al-Tandzir* merupakan bentuk masdar dari kata *basyara*, *yubasysyiru*, *tabsyiran* berarti memberi berita atau pesan agama yang dapat mengembirakanmenyenangkan atau *tabligh al-busyara*. *Tabsyir* juga digunakan untuk kabar yang tidak menyenangkan jika kata tersebut dibatasi (*muqayyadah*). Itu berarti mengandung *tandzir*, yakni informasi yang disampaikan seorang da'i berupa ancaman dan murka Allah.

## 2. Elemen Dakwah Dalam Al-Qur'an

Beberapa elemen penting yang ada dalam aktivitas dakwah antara lain:

a. Materi Dakwah

Tema sentral dakwah adalah *Dinul Islam*. Salah satu elemen dalam dakwah adalah mempersiapkan materi dakwah terlebih dahulu. Seorang da'i selain harus memahami materi dakwah tentang ke Islaman, juga dituntut untuk memahami tujuan Islam yang terkandung dalam syariat Islam, yaitu mewujudkan kemaslahatan hamba dan menghalau segala bentuk kerusakan untuk masa kini dan mendatang.

Kedatangan syariat Islam untuk membawa atau menyempurnakan kemaslahatan, menggugurkan atau mengurangi kerusakan.Materi dakwah adalah

---

<sup>38</sup>Ibid., 32.



isi pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u, yakni ajaran agama Islam sebagaimana tersebut di dalam Al-Qur'an dan Al Hadits. Agama Islam yang bersifat universal dan mengatur semua kehidupan manusia, dan bersifat abadi sampai akhir zaman serta mengandung ajaran-ajaran agama Islam. Yang mana ajaran agama Islam adalah diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok yaitu: Masalah akidah (keimanan), masalah syari'ah, masalah akhlak dan masalah mu'amalah.<sup>39</sup>

#### b. Da'i

Da'i atau dalam bahasa komunikasi adalah komunikator, ialah orang yang menyampaikan pesan dakwah. Seorang da'i harus mengetahui bahwa dirinya seorang da'i. Artinya sebelum menjadi da'i ia perlu mengetahui apa tugas da'i modal dan bekal apa yang harus ia punya, serta bagaimana akhlak yang harus dimiliki seorang da'i. Menjadi seorang aktifis dakwah tentunya harus memiliki kriteria-kriteria yang harus di perhatikan. Karena mengingat aktifitas dakwah adalah mengajak mad'u atau (komunikan) menuju jalan yang di ridhoi Allah SWT.<sup>40</sup>

#### c. Sarana Dakwah

Sarana atau media ialah hal-hal yang dapat membantu da'i untuk menyampaikan dakwahnyakepada mad'u. Sarana dakwah atau media dakwah masa sekarang ini banyak sekali modelnya, diantaranya bisa melalui media massa seperti, televisi, radio, internet, koran, buku dan lain sebagainya.

#### a. Obyek Dakwah (*Mad'u*)

---

<sup>39</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2013), 46.

<sup>40</sup> Ibid.



Obyek dakwah adalah setiap orang atau sekelompok orang yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah. Berdasarkan pengertian tersebut maka setiap manusia tanpa membedakan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, warna kulit, dan lain sebagainya adalah sebagai obyek dakwah. Yang mana obyek dakwah atau tipe *mad'u* dibagi menjadi tiga yaitu: Mu'min, Kafir dan Munafik.

### 3. Metode Dakwah

Dari pernyataan ayat 125 surat An-Nahl tersebut dapat di jelaskan bahwa seruan dan ajakan menuju jalan Allah itu harus menggunakan metode-metode yaitu: (1) *Al Hikmah*, (2) *Al mauidhzoh al-hasanah* (3) *mujadalah bi al-lati hiya ahsan*.<sup>41</sup>

#### 1) *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 adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melakukan tugas dakwah.

Dalam dunia dakwah, hikmah adalah penentu sukses tidaknya dakwah. Dalam menghadapi *ma'u* yang beragam tingkat pendidikan, strata sosial, dan latar belakang budaya, para da'i memerlukan hikmah, sehingga ajaran Islam mampu memasuki ruang hati para *mad'u* dengan tepat. Oleh karena itu para da'i dituntut untuk mampu mengerti dan memahami sekaligus

---

<sup>41</sup> Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), 162.

memanfaatkan latar belakangnya, sehingga ide-ide yang diterima dirasakan sebagai sesuatu yang menyentuh dan menyejukkan kalbunya.

## 2) *Al mauidhzhoh al-hasanah*

Secara bahasa, *mau'izah hasanah* terdiri dari dua kata, *mau'izah* dan *hasanah*. Kata *mau'izah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-idzatan* yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara *hasanah* merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kebaikan.

Menurut Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi yang dikutip oleh H. Hasanudin adalah sebagai berikut: "*al-Mau'izhah al-Hasanah*" adalah (perkataan-perkataan) yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberikan nasihan dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan *al-Quran*.

*Mau'izah hasanah* dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesanpositif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.

## 3) *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*

Dari istilah (Terminologi) terdapat beberapa pengertian *al-Mujadalah* (*al-Hiwar*) dari segi istilah. *Al-Mujadalah* (*al-Hiwar*) berarti upaya tukar

pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan diantara keduanya.

Sedangkan menurut Dr. Sayyid Muhammad Thantawi ialah: suatu upaya yang bertujuan untuk mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, *al-Mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak dilahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

#### **4. Pengertian Kode Etik dan Rambu-rambu Etis Dakwah**

Istilah kode etik lazimnya merujuk pada aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang merumuskan perlakuan benar dan salah. Secara umum etika<sup>42</sup> dakwah itu adalah etika Islam itu sendiri, dimana secara umum seorang da'i harus melakukan tindakan-tindakan yang terpuji dan menjauhkan diri dari perilaku-perilaku yang tercela. Dan pengertian kode etik dakwah adalah rambu-rambu etis yang harus dimiliki oleh seorang juru dakwah. Namun secara khusus dalam dakwah terdapat kode etik tersendiri. Dalam berdakwah terdapat beberapa etika yang merupakan rambu-rambu etis juru dakwah, sehingga dapat dihasilkan dakwah yang bersifat responsive. Seorang da'i atau pelaku dakwah dituntut untuk memiliki etika-etika yang terpuji dan menjauhkan diri dari perilaku-perilaku tercela. Dan sumber dari rambu-rambu etis dakwah bagi seorang da'i adalah al-Qur'an seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Karena pada

---

<sup>42</sup> Aturan-aturan main yang dikenal dengan kode etik dakwah. Sebenarnya selain etika itu ada istilah lain yaitu "*akhlak*". Perkataan dari *etika* ini berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti adab kebiasaan, sedangkan "kode" diartikan sebagai aturan main.

dirinya-lah figur teladan bagi kehidupan yang diinginkan oleh Allah. Dan pada diri Rasulullah telah mencapai puncak keimanan yang tinggi. Adapun rambu-rambu etis tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Tidak Memisahkan Antara Ucapan Dan Perbuatan

Dengan mencontoh Rasulullah dalam menjalankan dakwahnya, para da'i hendaknya untuk tidak memisahkan antara apa yang ia katakan dengan apa yang ia kerjakan, dalam artian apa saja yang diperhatikan kepada *mad'u*, harus pula dikerjaka dan apasaja yang dicegah harus ditinggalkan. Seorang penyeru atau da'i yang tidak beramal sesuai dengan ucapannya seperti pemanah tanpa busur. Tanpa hal itu maka sulit dakwah mereka akan berhasil.

Para penyeru Islam perlu untuk menjadi seorang Muslim yang baik sebelum menyebut dirinya cukup mampu untuk mengemban tugas. Sebelum mengubah akhlak kepada orang lain seorang da'i harus mampu mengubah akhlak yang ada dalam dirinya. Seperti yang diungkapkan oleh Imam Ali: *“Barangsiapa menjadi pemimpin hendaklah ia mulai dengan mengajar dirinya sendiri, sebelum mengajar orang lain dan mendidik dengan perilaku sebelum lisannya”*. Dakwah itu merupakan sebuah proses yang kontinu dan bukan merupakan pekerjaan mudah.

Dakwah yang bersumber dari al-Quran dan Sunnah bukanlah satu proses yang *unilateral* atau satu arah. Dengan kata lain dakwah itu harus dilakukan secara perlahan dengan *prioritas* yang pasti dimulai dari diri da'i tersebut yang diselaraskan antara ucapan dan perbuatannya dalam masyarakat. Dan iman dari da'i inilah yang merupakan tonggak terpenting dari semua kegiatan dakwah.

Menjadi saksi kebenaran dengan menjadi teladan adalah penting untuk mencapai kesuksesan dakwah, bagaimana mungkin kita dapat mengajak orang lain untuk membangun moral yang tinggi dan mencegah aktifitas yang Islami, jika sang da'i itu sendiri tidak terang-terangan memperlihatkan akhlak baik yang mencerminkan nilai-nilai Islami. Karena cara hidup harus mampu berbicara untuk dirinya sendiri dan mempesonakan orang lain dengan *religionitas* serta kesederhanaannya. Teladan-teladan ideal Islam yang diperlihatkan oleh da'i perlu ditampilkan, agar mampu dilihat orang lain khususnya orang-orang yang mampu memiliki sedikit pengetahuan atau persepsi jelek tentang Islam untuk melihat, merenungkan, dan akhirnya terkesan.

Pada intinya antara ucapan dan perbuatan<sup>43</sup> harus merupakan satu sisi mata uang yang sama yang harus diaplikasikan oleh da'i.

## 2. Tidak Melakukan Toleransi Agama

Toleransi (*tasamuh*) memang dianjurkan oleh Islam,<sup>44</sup> tetapi hanya dalam batas-batas tertentu dan tidak menyangkut masalah Agama (keyakinan). Dalam masalah prinsip keyakinan (akidah), Islam memberikan garis tegas untuk tidak bertoleransi, kompromi, dan sebagainya.

Pada tataran ini seorang da'i haruslah teguh dan terus dalam mempertahankan prinsip akidahnya tampil dengan penuh kejujuran dalam

---

<sup>43</sup> Pada tataran ini seperti yang diungkapkan oleh Ibnu taimiyah “*sebuah kata yang menyeluruh, meliputi segala yang dicintai yang diridhoi oleh Allah menyangkut segala ucapan dan tindakannya*”

<sup>44</sup> Toleransi yang diperbolehkan di sini adalah toleransi yang berjuang untuk menjunjung kemerdekaan Agama. Tersirat dalam QS. Al-Hajj:4 “*jika tidaklah pertahanan Allah terhadap manusia sebagai mereka terhadap yang lain maka robohlah gereja-gereja Yahudi dan masjid-masjid yang di dalamnya hanya disebut nama Allah*”.

menyampaikan dakwahnya. Namun juga tidak boleh memaksa para *mad'unya* untuk mengikuti jalannya.

Da'i dalam menyampaikan ajarannya sangat dilarang untuk menghina ataupun mencerca agama yang lain. Karena tindakan mencaci atau menghina tersebut justru akan menghancurkan kesucian dari dakwah dan sangatlah tidak etis. Pada hakikatnya seorang da'i harus menyebarkan ajaran Islam dengan cara yang aman, dan bukannya menyebarkan kejelekan terhadap umat lain.

Di sisi lain, dalam berdakwah Islam, setiap orang atau kelompok masyarakat senantiasa menghindarkan diri dari kebiasaan menghujat melecehkan orang atau agama lain, sebab bisa jadi mereka yang dihujat dan dilecehkan itu lebih baik dari pada mereka yang menghujat dan melecehkan.

### 3. Tidak Melakukan Diskriminasi Sosial

Apabila mensuri tauladankan Nabi maka para da'i hendaknya jangan membeda-bedakan atau pilihkasih antar sesama orang. Baik kaya atau miskin, kelas elit maupun kelas marjinal (pinggiran) ataupun status lainnya yang menimbulkan ketidakadilan. Semua harus mendapatkan perlakuan yang sama. Karena keadilan sangatlah penting dalam dakwah Islam. Da'i harus menjunjung tinggi hak universal manusia dalam berdakwah. Karena itu merupakan hal yang suci dan sangat dihargai oleh setiap orang tanpa memandang kelas. Dan Islam sendiri tidak mendukung prinsip hierarki dalam masyarakat. Islam dalam menegakkan hubungannya dengan manusia adalah sama, hubungan tersebut merupakan fungsi kemakhlukan manusia dalam sebuah konsensus. Untuk itu dalam dakwah sangat menolak faforitismeumat



karena merupakan ancaman terhadap transendensi. Di samping itu dalam dakwah tidak ada istilah *class society* yang ada adalah *classless society* yaitu masyarakat tanpa kelas yang struktur di dalamnya tidak ada perbedaan antara orang elit dan non elit yang mengandung prinsip *equal* dan *justice* (kesederhanaan dan keadilan).

#### 4. Tidak Memungut Imbalan

Pada tataran ini memang masih terjadi perbedaan pendapat tentang dibolehkannya ataupun dilarang dalam memungut biaya atau dalam bahasa lain memasang tarif. Dalam hal ini perbedaan pendapat menjadi tiga kelompok:

- a. Mazhab Hanafi berpendapat bahwa memungut imbalan dalam berdakwah hukumnya haram secara mutlak, baik dengan perjanjian sebelumnya ataupun tidak.
- b. Imam Malik bin Anas, Imam Syafi'i membolehkan dalam memungut biaya atau imbalan, dalam menyebarkan ajaran Islam baik ada perjanjian sebelumnya maupun tidak.
- c. Al-Hasan al-Basri, Ibn Sirin, al-Sya'ibi dan lainnya, mereka berpendapat boleh hukumnya memungut biaya dalam berdakwah, tetapi harus diadakan perjanjian terlebih dahulu.

Perbedaan Pendapat dari para ulama bisa terjadi karena banyaknya teks-teks al-Quran yang menjadi sumber etika sehingga muncul perbedaan dalam penafsiran atau pemahamannya masing-masing.

Namun yang jadi catatan, setidaknya harus di pahami antara “mengajar dan hanya membacakan” seperti mengajar al-Quran atau membacakan al-Quran, bila mengajar berarti mentrasfer ilmu dari guru ke murid, maka dalam hal ini telah terdapat unsur jasa dan hukumnya boleh untuk memungut biayaran. Tetapi, apabila hanya membaca dan tanpa ada unsur jasa, maka ini yang termasuk yang tidak dibolehkan untuk memungut imbalan sebagai rujukannya adalah ketika Rasulullah menyuruh para tawanan perangnya untuk mengajarkan baca tulis kepada orang Arab kepada generasi Islam yang dijadikan sebagai tebusan tawan lawan.

Dalam konten kekinian imbalan jasa dalam berdakwah itu merupakan salah satu dukungan finansial dalam dakwah. Dalam artian, dakwah pada era sekarang dukungan finansial ini sangat penting, karena akan menambah sumber daya sang da'i tersebut dari segi keilmuan, kesejahteraan hidup dan proses aktifitas dakwah. Keprosesionalan para da'i ini sangatlah penting, asalkan da'i mampu memberikan apa yang dibutuhkan oleh sang mad'u. Dalam kontek ini tidak dapat di hubungkan dengan keiklaha, sebab kaihlasan da'i itu tidak dapat dijadikan sebuah barometer, karena hal tersebut merupakan sebuah hubungan secara vertikal atau antara da'i dan tuhan nya.

##### 5. Tidak Berlaku Teman Pelaku Maksiat

Berkawan dengan orang pelaku maksiat ini dikhawatirkan akan berdampak buruk dan serius. Karena orang bermaksiat itu beranggapan bahwa seakan-akan perbuatan maksiatnya diestui oleh dakwah, pada sisi lain integritas seorang da'i tersebut akan berkurang.

Dalam kode etik ini jika da'i terpaksa harus terjun ke lingkungan pelaku maksiat maka da'i harus mampu menjaga dirinya serta mengukur kemampuannya, dalam artian jika sang da'i merasa tidak mampu untuk berdakwah di tempat tersebut ia harus meninggalkannya dikhawatirkan akan terpengaruh pada komunitas tersebut. Pada sisi lain berkawan dengan pelaku maksiat dikhawatirkan akan menjatuhkan integritas dari sang da'i dalam masyarakat.

#### 6. Tidak Menyampaikan Hal-hal Yang Tidak Diketahui

Da'i yang menyampaikan suatu hukum, sementara ia tidak mengetahui, hukum itu pasti ia akan menyesatkan umat. Seorang juru dakwah tidak boleh asal jawab atau menjawab pertanyaan orang menurut selernya sendiri tanpa ada dasar hukumnya. Da'i juga harus menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan taraf kemampuannya, masing-masing tidak memaksakan sesuatu yang berada diluar kesanggupan mereka. Dan salah satu hikmah itu adalah ilmu.

Dengan bahasa lain seorang da'i itu haruslah memiliki bekal ilmu yang cukup sebelum terjun ke umat. Mereka haruslah dapat mengakomodasikan segala permasalahan yang terjadi pada *mad'u*, untuk itu diperlukan sebuah kecerdasan, pengetahuan serta pandangan yang jauh untuk menentukan strategi dakwah dan harus dibekali dengan ilmu yang memadai. Sifat-sifat cerdas da'i tersebut dalam kode etik ini meliputi;

- ❖ Seorang da'i haruslah pandai dalam arti memiliki pandangan yang luas dalam respon dan menangani peristiwa-peristiwa yang terjadi pada ummat.

- ❖ Memiliki pandangan, firasat, sikap terhadap setiap urusan atau permasalahan.
- ❖ Da'i haruslah mampu menangkap hal-hal yang tersembunyi dibalik peristiwa.
- ❖ Mampu mengambil manfaat dari setiap peristiwa yang terjadi.

Dalam kode etik ini kecerdasan haruslah di topang dengan ilmu yang mantap, dengan begitu da'i mampu melangkah ke garis depan dengan penuh keyakinan dan arah yang jelas serta dapat membangun kerangka sehingga dakwah dapat tampil dalam sosok yang utuh. Konsep yang disampaikan bisa utuh lengkap dengan sosoknya, bukan sosok luar yang mati. Betapa tidak, Islam itu merupakan *elan vital* dalam setiap perubahan sosial. Bisa dikatakan kode etik ini merupakan salah satu cermin usaha ilmiah yang harus dimiliki oleh sang da'i dalam mengemban tugas dakwah. Sebab dakwah itu dibutuhkan sebuah sikap intelektual yang tinggi karena:

- a. Dalam berdakwah kadang-kadang di perlukan sebuah ijtihad dalam menghadapi persoalan yang berkembang. Untuk itu da'i haruslah mencurahkan seluruh potensinya, pikiran, perasaan, kemauan maupun semangat. Da'i tidak mungkin menyumbangkan pikiran yang baik jika tidak memiliki kemampuan untuk mensistematisasikan pokok-pokok permasalahan dalam struktur yang logis, fungsional maupun rasional.
- b. Dakwah membutuhkan usaha ilmiah (ilmu) yang menyangkut taktik, teknik, serta strategi. Karena Islam mengingatkan kepada orang-orang

berilmu untuk menyampaikan sebuah kebenaran, melanjutkan khithah para Rasul.

*Supaya mereka memberikan peringatan kepada kaumnya ketika mereka kembali kepadanya, mudah-mudahan mereka dapat memelihara kepada dirinya (dari kejahatan). (QS. 9; 122). Dan ingatlah ketika Allah mengambil perjanjian dari orang yang diberi kitab untuk menjelaskan kepada manusia dan untuk tidak menyembunyikannya. (QS. 3; 187)*

- c. *Amar ma'ruf nahi munkar* tidak mungkin terlaksana tanpa andil teknologi seiring dengan perkembangan peradaban manusia.

Dari sini jelaslah bagi insan dahwah mengenai etika atau kode etik dakwah, semuanya telah bersumber pada al-Qur'an yang kemudian disurita'uladani oleh Rasulullah SAW. Cara dakwah yang Qur'ani ini harus menjadi pegangan bagi setiap juru dakwah dalam menghadapi umat manusia sesuai dengan kondisi yang dihadapinya dengan sifat arif dan lembut dengan penuh kesabaran.<sup>45</sup>

## **5. Prinsip-Prinsip Dakwah Yang Menyejukkan**

### **1. Mencari titik temu atau sisi kesamaan**

Kita menyaksikan pola dakwah Rasulullah sebelum tiba masanya hijrah, tidak pernah menyeru umatnya sendiri atau ahli kitab dengan sebutan orang-orang kafir, musrik atau munafik, melainkan dengan seruan yang sama dengan dirinya *yaa ayyuhan naas*, “wahai manusia” atau *ya qoumii*, “wahai kaumku”.

---

<sup>45</sup> M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media 2003), 82-95.

Bahkan untuk orang-orang munafik, sebelum jatuhnya kota Makkah Nabi SAW mempergunakan panggilan *yaa ayyuhal ladziina amanuu*, "hai orang-orang yang beriman", dan sama sekali tidak pernah mengungkapkan secara terang-terangan kemunafikan mereka menggunakan panggilan *yaa ayyuhal munafiqun*. "Hai orang munafik". Akan tetapi, setelah sekian lama berdakwah dengan kelembutan dan ayat-ayat Ilahi sia-sia menjelaskan kebenaran kepada mereka dan mereka tidak saja menolak kebenaran, tetapi juga bersekongkol dan bersepakat membunuh Rasulullah. Baru Rasulullah menyeru dengan kata-kata tegas dan jelas. "Hai orang-orang kafir" dan menyatakan berlepas tangan dari mereka dan agama mereka. "*Katakanlah orang-orang kafir...bagimu agamamu dan bagiku agamaku.*"

## 2. Menggembirakan Sebelum Menakut-nakuti

Sudah menjadi fitrah manusia suka kepada menyenangkan dan benci kepada yang menakutkan, maka selayaknya bagi para da'i untuk memulai dakwahnya dengan memberi harapan yang menarik, mempesona dan menggembirakan sebelum memberikan ancaman. Muslim meriwayatkan dengan sanatnya dari Abu Musa ra. Ia berkata bahwa Rasulullah SAW. Bersabda "serulah manusia! Berilah kabar gembira dan janganlah membuat orang lari".

Seorang da'i seharusnya terlebih dahulu memberikan *targhib* (kabar gembira) sebelum *tarhib* (ancaman), mendorong, beramal dan menyebutkan faidahnya sebelum menakut-nakuti dengan bahaya riya. Memberitahu keutamaan menyebarkan ilmu sebelum memberi peringatan kepada mereka



tentang besarnya dosa menyembunyikan ilmu dan memotifasi untuk melaksanakan shalat pada waktunya sebelum memberikan peringatan tentang besarnya dosa meninggalkan shalat.

Kita memang tidak dapat menafikan manfaat *tarhib*, karena beragamnya tabiat manusia. Akan tetapi, memberi kabar gembira terlebih dahulu sebelum peringatan itu bisa membuat hati menerima dengan baik dan lega. Pemberian motivasi ini bisa menumbuhkan harapan dan optimisme seseorang inilah sebagai metode dakwah ala al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah.

Dari Abu Saïd al-Hudri: Rasulullah SAW bersabda: "Dahulu pada umat sebelum kamu ada seseorang yang membunuh Sembilan puluh Sembilan orang. Kemudian ia ingin bertobat maka mencari orang yang alim, maka ia bertanya: bahwa ia membunuh 99 orang apakah ada jalan untuk bertaubat? Jawab orang alim itu tidak, maka ia segera membunuh orang alim itu sehingga genap 100 orang apakah ada jalan untuk taubat jawab sialim itu, ya ada dan siapakah yang dapat menghalanginya untuk bertaubat? Pergilah kedusun itu karena disana banyak orang taat kepada Allah maka berbuatlah sebagaimana perbuatan mereka dan jangan kembali kenegerimu karena tempat penjahat. Dalam lanjutan hadist ini diterangkan bahwa pembunuh itu meninggal ditengah perjalanan dengan jarak yang lebih dekat kepada dusun yang baik dibanding dengan jarak ke dusun yang jahat dan rohnya dipegang oleh malaikat rahmat".

Betapa Rasulullah memberi peluang untuk mengharap rahmat dan untuk tidak berputus asa darinya walaupun begitu kelam masa lalu seseorang!

Bagaimana tidak dan beliau sendiri bersabda”Kasih sayang Allah kepada hambanya melebihi kasih sayang seorang ibu kepada anaknya”.

### 3. Memudahkan tidak mempersulit

Diantara metode yang menyejukkan yang ditempuh oleh Rasulullah dalam berdakwah yaitu mempermudah tidak mempersulit serta meringankan tidak memberatkan begitu melimpah Nash al-Qur’an maupun teks as-Sunah yang memberikan isyarat bahwa memudahkan itu lebih disukai oleh Allah dari pada mempersulit.

Hadist yang diriwayatkan Abu Mas’ud al Anshori ra. :”Seseorang datang kepada Nabi SAW. Dan berkata, “ya Rasulullah demi Allah saya terpaksa mundur berjamaah shubuh karena si Fulan (imamnya) sangat panjang bacaannya. Abu Mas’ud berkata “maka belum pernah saya melihat nabi dalam nasihatnya marah seperti waktu itu, kemudian bersabda, “Hai manusia, diantara kamu ada orang yang menggusarkan maka orang yang mengimami orang harus menyingkat, sebab diantara makmum itu ada yang tua, lemah dan berkepentinga” (Bukhori Muslim).

Disini jelas bahwa Rasulullah tidak suka memberatkan ajaran agama bahkan beliau marah ketika ajaran agama ditampilkan memberatkan padahal bisa diringankan.

### 4. Memperhatikan Penahapan Beban dan Hukum

Untuk menjadikan aktifitas dakwah tidak memberatkan dan menawan hati mad’u, para da’i harus memperhatikan prinsip hukum penahapan baik dalam *amar ma’ruf* maupun *nahi munkar*. Hal ini sejalan dengan sunnatullah

dalam penciptaan makhluk dan mengikuti metode perundang-undangan hukum Islam. Dengan mengetahui manusia tidak senang untuk menghadapi perpindahan sekaligus dari suatu keadaan kepada keadaan lain yang asing sama sekali. Maka al-Qur'an tidak diturunkan sekaligus, melainkan surat demi surat dan ayat demi ayat, dan kadang-kadang menurut peristiwa-peristiwa yang menghendaki diturunkannya, agar dengan cara demikian lebih disenangi oleh jiwa dan lebih mendorong kearah mentaatinya serta bersiap-siap untuk meninggalkan ketentuan-ketentuan lama untuk menerima hukum yang baru. Sebagaimana penahapan dalam hukum Islam, demikian pula aktifitas dakwah dijalankan.

Dalam hal ini, barangkali contoh yang paling tepat diantaranya penerapan terhadap pelarangan *khamr*, larangan minuman *khamr* dan judi pada mulanya belum diharamkan dengan tegas tetapi disebutkan bahwa pada *khamr* dan judi terdapat dosa yang besar dan ada kegunaan bagi orang yang banyak (QS. Al Baqoroh: 219). Kemudian setelah jiwa mereka bisa menerima pertimbangan untung ruginya minuman dan judi maka turun lagi firman Allah SWT.

*Sebenarnya minuman keras, judi, patung-patung dan mengundi nasib adalah suatu kekejian dari perbuatan syaitan, hendaklah kamu jauhi kekejian tersebut agar kamu mendapatkan kebahagiaan. Syaitan sebenarnya hendak mengadakan rasa permusuhan dan kebencian di antara kamu karena minuman keras dan judi, serta menghalang-halangi kamu dari mengingat Tuhan dan dari shalat. Adakah kamu mau menghentikan (hentikanlah).*

Penahapan dalam beban yang diperhatikan oleh Islam menjadikan ajarannya lebih bijaksana, ini juga terlihat di dalam menangani system perbudakan yang saat Islam lahir merupakan sistem internasional. Kalaulah pengikisan sistem ini dilakukan secara drastis pasti akan menimbulkan kegoncangan social dan ekonomi. Oleh karena itu, Islam menggunakan metode penahapan.

Berdasarkan hukum penahapan ini, maka sebaiknya hal yang sama diberlakukan pada system politik Islam dalam kehidupan dewasa ini. Jika kita hendak mendirikan Islam yang sebenarnya maka janganlah dibayangkan bahwa hal ini akan dapat diwujudkan hanya melalui goresan pena, kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh para penguasa atau keputusan parlemen, tetapi dengan *metode penahapan*.

Maksudnya dengan persiapan-persiapan mengemukakan ide-ide psikis, moral dan sosial serta membuat alternatif-alternatif syariat untuk masalah-masalah yang dikarang, dimana di bangun diatasnya berbagai organisasi sejak waktu lama.

Perlu dipahami bahwa penahapan, disini bukan bertujuan untuk mengulur-ulur pelaksanaan serta mematkan tuntutan rakyat yang mendesak untuk menegakkan hukum Allah dan merealisasikan syariat-Nya, tetapi hal itu dimaksudkan untuk menetapkan sasaran, merencanakan strategi serta membatasi tahapan-tahapan dengan penuh kesadaran dan kesungguhan, sehingga keseluruhannya direncanakan secara sistematis dan konkrit serta sampai pada tujuan yang paling akhir, yakni tegaknya Islam dalam artian total.

## 5. Memperhatikan psikologis mad'u

Mengingat bermacam-macam tipe manusia yang dihadapi da'i dan berbagai jenis antara dia dengan mereka serta berbagai kondisi psikologis mereka, setiap da'i yang mengharapkan sejuk dalam aktifitas dakwahnya harus memperhatikan kondisi psikologis mad'u.

Kalau kita perhatikan gaya dakwah nabi sebelum dan sesudah hijrah, sewaktu di makkah ataupun di madinah tampaknya salah satunya disebabkan oleh bedanya kondisi psikologis kelompok-kelompok yang didakwahi. Muhammad Natsir dalam "Fiqh Dakwah"nya mengemukakan pendapat yang berkaikan dengan kondisi psikologis mad'u ini bahwa: pokok persoalan bagi pembawa dakwah ialah bagaimana menentukan cara yang tepat dan efektif dalam menghadapi suatu golongan tertentu dalam suatu keadaan dan suasana tertentu.

Seorang da'i harus memperhatikan kedudukan sosial penerima dakwah. Jika seorang da'i mencium adanya sikap memusuhi Islam dalam diri menerima dakwah, maka dengan alasan apapun dia tidak boleh memperburuk situasi. Dia mesti berusaha sebisa-bisanya untuk menghilangkan sikap permusuhan tersebut.

Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan dalam pengembangan agama Islam, maka perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Diperlukan dakwah dan strategi yang jitu, sehingga perubahan yang ada akibat jalannya dakwah tidak terjadi secara frontal, tetapi bertahap sesuai fitrah manusia. Laksana air yang berjalan dari tempat

yang tinggi ketempat yang rendah, biarlah kebaikan itu mengalir dari sungai perang da'i ke kanal-kanal relung hati setiap insan.

- b. Dakwah Islam seharusnya dilakukan dengan menyejukkan, mencari titik persamaan bukan perbedaan, meringankan bukan memberatkan, memudahkan bukan mempersulit, menggembirakan bukan menakut-nakuti, bertahap dan beransur-angsur bukan secara frontal, sebagai mana pola dakwah yang dijalankan oleh Rasulullah SAW. Ketika mengubah kehidupan jahiliyah menjadi kehidupan Islamiah.
- c. Dalam dakwah tidak mengenal kata keras kalau yang dimaksud keras adalah kasar dan frontal. Tetapi, apabila yang dimaksud keras adalah tegas maka itu merupakan tahapan terakhir ketika jalan kedamaian buntu untuk dilalui. Inipun harus memenuhi syarat-syarat tertentu, yaitu: bila dakwah secara reguler telah dijalankan secara maksimal, jihad harus dijalankan oleh orang-orang yang sholeh, jihat harus dijalankan dibawah kepemimpinan dan komando seorang amirul mukminin yang berdaulat dan hasil jihat adalah perolehan kekuasaan yang Islami. Dan ini merupakan tugas bersama yang menjadi lapangan kerja dakwah dan Negara (Islam), dalam hal ini dakwah memiliki tugas kerja tersendiri, demikian pula Negara (Islam). Tetapi, bila dakwah Islam harus mengangkat senjata maka itu bukan bagian dakwah *ansich*. Melainkan PR bersama bagi dakwah dan Negara.



Disini perlu kecermatan dalam memahami distingsi dan distangsi tugas dakwah dan negara secara jelas.<sup>46</sup>



---

<sup>46</sup> M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media 2003), 50-60.

### **BAB III**

#### **PROFIL DAN AKTIFITAS DAKWAH KYAI AMINOTO**

##### **A. Profil Kyai Aminoto**

Kyai Aminoto adalah putra kedua dari pasangan bapak Imam Khusni dan ibu Supiyah, beliau biasa di panggil dengan sebutan pak Amin. Saudara kandung lainnya adalah Suyudi, dan Jupri Supriyono. Kyai aminoto lahir pada tanggal 12 September 1962 di dusun bedi desa Polorejo kecamatan Babadan kabupaten Ponorogo. Kyai Aminoto lahir dikalangan orang biasa-biasa saja, meski biasa-biasa tetapi giat dalam hal pekerjaan dan belajar, metode pendidikan agama yang ditanamkan oleh kedua orang tuanya dalam keluarga sebenarnya seperti yang diterapkan oleh keluarga lain pada umumnya. Akan tetapi, dari kyai Aminoto sendiri tertanam sifat pekerja keras.

Di masa kecilnya, layaknya anak-anak kecil yang lain, waktunya juga dibuat untuk bermain bersama teman-temannya. Tetapi setelah ia menginjak kelas 2 SD beliau sudah mulai bantu-bantu orang tuanya, walaupun bantu-bantu sebisanya. Dalam masalah Agama, wadah pendidikan pertamanya adalah di masjid Mambaul Qoiri di desanya sendiri.

Latar pendidikan formal Kyai Aminoto diawali di SD (sekolah dasar) polorejo 3 Babadan, Mtsn Polorejo, PGA atau setaraf SMA/Aliyah yang sekarang menjadi MAN 2 Ponorogo, Kyai Aminoto dalam menepuh sekolahnya beliau harus mencari pemasukan sendiri untuk mencukupi biaya sekolahnya. Sampai beliau pernah bekerja menjadi buruh pabrik (selepan) di Madiun.

Sejak kecil Kyai Aminoto menyukai Retorika, pembawa acara pernikahan, ceramah dan lain-lain, beliau selalu berlatih sendiri (otodidak), karena dulu tidak ada alat-alat pendukung latihan seperti: MP3, kaset, VCD ataupun DVD, tetapi walaupun kekurangan alat-alat pendukung, beliau tetap semangat dalam berlatih melalui buku-buku yang ia punyai, sehingga sekarang memetik buahnya.

Kyai Aminoto pada kesempatan yang tak dikira-kira beliau di tawari untuk menikah, dan akhirnya beliau menikah dengan Imroatul Muharwiyah dan dikarunia dua orang anak yang pertama Nia Ulfia Krismawati lahir di Ponorogo 12 Juli 1992 dan anak yang kedua adalah Aris Syaiqudin Muhti lahir di Ponorogo 21 April 1994. Selain penceramah beliau juga menjadi guru Agama, dan anggota pengurus NU ranting Babadan.

Penceramah dengan penyampaian menggunakan bahasa Jawa Kromo alus, Kromo Inggil, Ngoko dan kadang berbahasa Indonesia ini membuat Pengunjung pengajian merasa mendapatkan pengetahuan baru. Karena aksi retorika yang baik serta lantunan shalawat. Banyak orang yang suka, ada yang cuma tersenyum simpul saat memperhatikan ceramah karena merasa tersindir atas sentilan-sentilannya. Tidak sekedar pengetahuan agama yang kita dapat, tetapi juga guyonan.

## **B. Visi dan Missi**

Adapun visi dan missi berdakwah Kyai Aminoto mempunyai komitmen dan prinsip tujuan yang jelas serta mulia, dalam hal tersebut terbagi menjadi;

Visi: Memasyarakatkan amal ibadah yang berhalauan Ahlusunah Waljamaah.

- Misi: 1. Mengadakan dakwah rutin kepada masyarakat dengan cara membentuk kelompok pengajian Ibu-ibu muslimat
2. Membentuk kelompok yasinan (membaca yasin bersama-sama di masyarakat baik kelompok bapak-bapak dan ibu-ibu)
  3. Selalu mengedepankan ceramah Agama untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan keagamaan.<sup>47</sup>

### **C. Tahap Persiapan Strategi Dakwah Kyai Aminoto**

Kyai Aminoto sebagai seorang penceramah, Aminoto juga melakukan persiapan seperti menyiapkan materi, menyiapkan tema yang akan disampaikan, mengemas materi dakwah agar menjadi lebih menarik dan lain-lain. Dalam menyiapkan materi-materi yang di persiapkan seperti dalil-dalil yang berhubungan dengan materi yang akan disampaikan dalam berceramahnya, yang merujuk dari al-Quran dan hadis. Untuk menambah materi dakwahnya Kyai Aminoto juga menceritakan kisah-kisah ulama terdahulu ataupun cerita-cerita para wali songo dengan tembang-tembang Jawanya serta shalawat.

Menjaga kesehatan juga sangat diperhatikan betul oleh Kyai Aminoto sebat kondisi badan yang kurang sehat sangat mempengaruhi dari aksi retorika dan hasil dakwah. Istirahat yang cukup menjaga pola makan dan minum merupakan hal pokok dalam menjaga kesehatan. Sebelum berangkatpun Kyai Aminoto melakukan sholat mutlak dan berdo'a kepada Allah agar dakwahnya lancar, menyampaikannya bisa jelas, bisa diterima dengan baik oleh pendengar dan yang

---

<sup>47</sup>Lihat transkrip kode 01/1-W/20-V/2017

pasti mendapatkan ridho Allah, sehingga bisa bermanfaat untuk dirinya, keluarganya dan seluruh pendengarnya.<sup>48</sup>

Adanya aksi dari anak-anak pemain rebana memang menambah bagus dari isi ceramah Kyai Aminoto, karena ada perpaduan antara sholawat dengan ceramah. Hal-hal tersebut perlu dipersiapkan dengan matang agar mendapatkan hasil yang memuaskan, yang perlu dipersiapkan diantaranya adalah: untuk mengajak anak-anak dan supaya aksi anak-anak bisa bagus haruslah diadakan latihan-latihan yaitu 2-5x latih sebelum hari H, membawa peralatan-peralatan alat-alat musik rebana, berangkat lebih awal yaitu jam 5 sore karena mempersiapkan alat-alat musik.<sup>49</sup>

Dalam mengemas materi dakwah agar menjadi lebih menarik Kyai Aminoto mempunyai segala materi yang harus dipersiapkan. Menyiapkan berita-berita yang aktual, seperti kejadian-kejadian yang bersifat baru bagi audien. Setelah menyampaikan dari kejadian yang disampaikan oleh Kyai Aminoto, selanjutnya beliau menyampaikan hikmah atau pelajaran yang dapat kita ambil, misalnya: berita longsor yang ada di desa Banaran Pulung, menurut Kyai Aminoto hikmah yang dapat di ambil adalah harus selalu waspada kepada ketentuan-ketentuan Allah, bahwasanya kita harus mengingat, menghayati kematian itu datang secara tiba-tiba tidak memandang usia. Kita harus saling berlomba dalam mencari kebaikan, dengan cara beribadah sebanyak-banyaknya jangan sekali-kali malas untuk beribadah dan harus ikhlas karena Allah.

---

<sup>48</sup>Lihat transkrip kode 01/1-W/20-V/2017

<sup>49</sup>Lihat transkrip kode 01/1-W/20-V/2017

Seorang da'i tak ubahnya juga guru yang bisa digugu dan ditiru, da'i yang baik harus memiliki sifat yang jujur, cerdas dan dapat dipercaya.

#### **D. Aktifitas Pelaksanaan Dakwah Kyai Aminoto**

##### **1. Dakwak Sendiri**

Dalam berdakwah biasanya seorang Kyai berangkat di jemput atau diantarkan oleh orang-orang yang berkaitan, tetapi tidak untuk Kyai Aminoto, biasanya beliau berangkat dari rumah sendirian sampai ditempat tujuan. Sesampainya disana beliau masih menunggu para pengunjung pengajian, setelah sekiranya pengunjung pengajian sudah datang semua, barulah pengajian dimulai.

Dalam berceramah Kyai Aminoto biasanya lebih nyaman berdiri karena sangat leluasa dalam masalah bergerak ke kanan atau ke kiri dan pergerakan tangan lebih bebas. Dalam berceramah beliau selalu memakai kertas-kertas lembaran yang isinya tentang garis besar-garis besar ceramah yang akan disampaikan Kyai Aminoto.<sup>50</sup>

##### **2. Ceramah dengan anak-anak pemain musik shalawat**

Lebih banyak hal-hal yang harus di persiapkan kalau si pengundang pengajian menginginkan ceramah dengan diiringi musik shalawat. Masalah datang pun harus lebih awal dibandingkan dengan beliau ceramah sendirian, biasanya sebelum magrib semua persiapan sudah selesai semuanya. Ketika sudah masuk waktu magrib salah satu dari anak-anak pemain musik shalawat adzan dan iqomat setelah itu shalat berjamaah dulu di rumah pemilik hazat dengan berjamaah.

---

<sup>50</sup>Lihat transkrip kode 01/1-D/05-V/2017



Setelah usai melakukan shalat acara selanjutnya pun di mulia yaitu mencoba saund system dan mencoba alat-alat musik apakah sudah enak ataupun belum. Setelah itu di mulia dengan hadiah-hadiah fatimah sambil menunggu para pengunjung pengajian datang, setelah pengunjung pengajian datang semua baru dimulailah pengajian. Dalam pengajian nampak suasana yang begitu ramai dan menarik karena adanya anak- anak kecil yang masih duduk di bangku sekolah antara kelas 2-5 SD. Dalam ceramah tersebut nampak antusias warga yang menyaksikan pengajiaan. Perpaduan-perpaduan telah ditunjukkan oleh Kyai Aminoto dan Anak-anak pemain musik shalawat ternyata sangat menghibur, shalawatan Jawa, tembang-tembang Jawa dan cerita-cerita pun disampaikan oleh Kyai Aminoto agar para audien mendengarkan dan mau melaksanakan pesan-pesan persuasif yang Kyai Aminoto sampaikan.<sup>51</sup>

#### **E. Tahap Evaluasi Strategi dakwah Kyai Aminoto.**

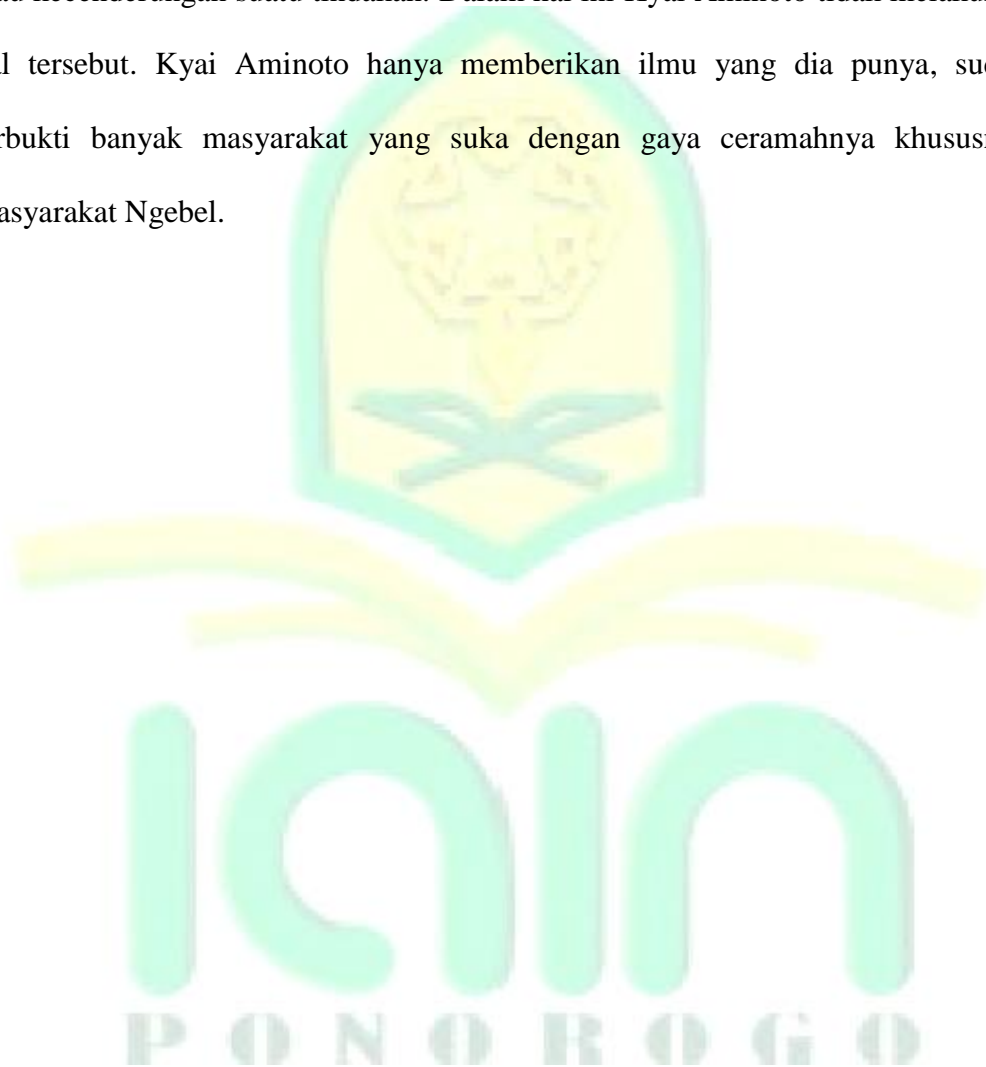
Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap ceramahnya, Kyai Aminoto tidak mempunyai tim survey. Dalam menerima masukan dan kritikan sebenarnya Kyai Aminoto terbuka lebar, namun sampai saat ini pula tidak ada kritikan sedikitpun. Begitu juga dengan masyarakat yang sering mengundang kyai Aminoto, tidak ada respon negative dari mereka. Dari pihak beliau pun tidak ada tim survey lapangan maupun lokasi, beliau menyimpulkan evaluasi pun sedemikian di atas, selama masyarakat masih mengundangnya berarti dakwah

---

<sup>51</sup>Lihat transkrip kode 03/3-D/07-III/2017

beliau masih banyak diminati oleh masyarakat, dan pesan dakwahnya pun juga sesuai dengan tingkat sepemahaman mereka.<sup>52</sup>

Survei biasanya dilakukan dengan menyebarkan [kuesioner](#) atau [wawancara](#), dengan tujuan untuk mengetahui: siapa mereka, apa yang mereka pikir, rasakan, atau kecenderungan suatu tindakan. Dalam hal ini Kyai Aminoto tidak melakukan hal tersebut. Kyai Aminoto hanya memberikan ilmu yang dia punya, sudah terbukti banyak masyarakat yang suka dengan gaya ceramahnya khususnya masyarakat Ngebel.



---

<sup>52</sup>Lihat transkrip kode01/1-W/20-V/2017

## BAB IV

### ANALISA STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH

#### KYAI AMINOTO

##### A. Analisa Praktik Strategi Komunikasi Dakwah Kyai Aminoto

###### 1. Redundancy (Repetition)

Redundancy atau *repetition*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.

Analisa strategi komunikasi *Redundancy (Repetition)* Kyai Aminoto:

Tempatnya berbeda sama tempatnya tidak apa-apa, tempatnya sama harus berbeda materinya karena kalau tidak berbeda bisa menjemukan. Di daerah yang sama seumpamanya peristiwa-peristiwa Rasulallah akan lahir dari situ apa yang dapat diambil hikmahnya, hewan-hewan yang bisa bicara, tidak turun hujan 5 tahun, cerita remajanya Rasulallah sampai diangkat menjadi Rasul.

Contoh analisa strategi komunikasi *Redundancy (Repetition)* Kyai Aminoto:

Ketika Rasulallah beserta 1000 orang sahabat membuat parit pada perang kondak sekitar jam 11 siang di datangi sahabat, karena sahabat itu tahu bahwa Rasulallah dengan para sahabat yang lain sudah dua hari tidak makan dan minum, akhirnya sahabat bilang kepada nabi nanti sebelum dhuhur kerumah saya ya rasulallah, karena saya masih punya kambing satu dan gandum satu kilo. Jawab kanjeng nabi “iya insyaallah setelah dhuhur nanti saya kesana, kamu pulang dulu dan kambing disembelih dan gandum disediakan jangan dimasak sebelum saya kesana” terus nabi kesana kerumahnya orang itu, nabi bertanya “sudah selesai? Sudah jawab sahabat yang tadi. Terus makanan yang belum dimasak tadi diludahi kanjeng oleh nabi “sudah masaklah”. Kemudian nabi shalat dhuhur berjamaah setelah shalat berjamaah para sahabat yang shalat dhuhur bersama kanjeng nabi di ajak makan. Laki-laki yang mengajak kanjeng nabi tadi mendapat amukan dari istrinya perkataan istrinya “bapak membuat saya malu muka saya di taruh dimana ini kita hanya punya gandum 1 kilo dan kambing 1 ekor terus yang datang kok 1000 orang nanti apa bisa rata (cukup)”. Akhirnya

dido'akan oleh nabi terus setelah itu makanan tersebut dimakan oleh nabi dan para sahabat. Bahkan 1000 orang makan semua sampai kenyang dan tidak habis bahkan masih banyak melebihi dari ukuran 1 ekor kambing dan 1 kilo gandum. Itu tentang menunjukkan barokah.

Contoh lainnya:

Anak yang beberapa minggu menunggu ibunya yang sedang sakit. Sudah seminggu ibunya tidak makan juga minum, parah sampai masuk diruang ICU. Oleh pihak rumah sakit disuruh operasi. Anaknya disuruh pulang mencari uang 12 juta, akhirnya anaknya pulang mencari uang sampai malam tidak mendapat uang 12 juta tetapi hanya 3 juta. Setelah maghrib, anak berangkat dari rumah akan pergi ke rumah sakit, tetapi mampir ke pom dulu untuk beli bensin setelah mengisi bensin anak tersebut mengetahui kucing yang jalannya terseok-seok di pinggir pom. Kucing tersebut mempunyai 4 anak dan semuanya masih menyusui kepada induknya setelah pemuda tersebut mengetahui kucing yang seperti itu. Anak tadi merasa iba melihat kucing itu, dan anak tadi mampir di dekat pom untuk membeli tempe goreng terus langsung diberikan kepada kucing itu, tempe goreng itu diberikan kepada kucing tersebut sampai di makan oleh kucing tadi. Setelah itu dia pergi ke rumah sakit untuk menjenguk ibunya. Setelah sampai di sana ibunya tidak jadi dioperasi bahkan ibunya sembuh dari penyakitnya. Kata ibunya "ibun diciumi oleh kucing besar hingga ibunya sembuh dari penyakit yang dideritanya", setelah itu kucing besar itu keluar lewat jendela dan setelah itu ibunya sembuh total.<sup>53</sup>

## 2. Canalizing

Canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur merubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang samasekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

---

<sup>53</sup>Lihat transkrip kode 05/5-W/3-VI/2017

Analisa strategi komunikasi Canalizing menurut Kyai Aminoto:

Asal budaya tidak bertentangan dengan agama itu kita sampaikan, yang bertentangan dengan agama juga harus kita utarakan kalau itu bertentangan dengan agama. Karena budayanya masing-masing kelompok itu dianggap baik oleh kelompoknya sendiri. Misalnya budaya Islam, budaya Hindu, Budha, Kristen, Katholik budaya tersebut baik menurut kelompoknya masing-masing.

Contoh analisa strategi komunikasi Canalizing Kyai Aminoto:

Budaya yang diajarkan para Wali, budaya slametan membuat sesaji itu dibenarkan oleh Islam Nusantara meski di Islam Muhammadiyah, Islam garis keras dianggap bit'ah. Pada peristiwa kematian dibuatkan bucing artinya tetap nyebut seng kenceng artinya tetepo nyebut Allah yang kenceng kapan pun dimanapun harus selalu ingat kepada Allah, bentuke bucing iku ngisor gedi nduwor soyo cilik (kerucut).<sup>54</sup>

### 3. Informatif

Informatif artinya memberi pengertian, pengetahuan. Tetapi juga harus informatif artinya memberi *form*, memberi *bildung*, jadi mendidik. Teknik Informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Atau seperti ditulis oleh Jawoto.<sup>55</sup>

- c. Memberikan informasi tentang fakta semata-mata, juga fakta bersifat kontroversial, atau
- d. Memberikan informasi dan menuntun umum ke arah pendapat.

Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

<sup>54</sup>Lihat transkrip kode 05/5-W/3-VI/2017

<sup>55</sup>Sudiarja, *Karya Lengkap Driyarkara* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2006), 435.



Analisa strategi komunikasi Informatif Kyai Aminoto:

Menurut kyai aminoto, marilah kita bersyukur, kita beruntung masih kerja walaupun mendapatkan hasil sedikit coba bayangkan, saudara yang 2 hari sebelumnya belanja sampai 200 juta ada yang 125 juta, setelah 2 hari belum laku sama sekali dagangannya. Jam 5 pulang dari pasar tak taunya jam 8 malam barang dagangannya diamuk sijago merah sampai tidak tersisa apa-apa. Bahkan banyak orang yang masuk rumah sakit sampai sekarang belum pulang.

Contoh analisa strategi komunikasi Informatif Kyai Aminoto

### الجنة مشتقة بأربعة نفر

Artinya: “surga itu merindukan empat macam orang (golongan)”. Empat golongan menjadi harapan surga itu mudah, diibaratkan seumpama kamu akan masuk perguruan tinggi favorit itu sulit tetapi jika kamu diminta oleh perguruan tinggi favorit itu, masuk kesana menjadi mudah. Empat golongan yang dirindukan surga yaitu: 1. *Tālil qur’an*: orang yang menjaga alqur’an rajin, benar dan ikhlas saat membaca al qur’an. 2. *Hafidil Lisān*: orang yang menjaga lisannya dan mengarahkan lisanya dengan baik yang sekarang ini bergeser menjadi jempol dan sekarang lisan hanya di gantikan dengan jempol saja sudah cukup contohnya: memfitnah orang, bersilaturohmi dan lain-lain bisa melalui sms, fb, wa, BBM dan lain-lain. 3. *Wamuṭi’ muljiā’r*: orang yang memberi makan orang yang lapar (itu yang berbuka maksudnya) dan ini pun tidak sembarang orang, orang-orang yang dikehendaki oleh Allah dan Rasulnya diantaranya adalah yatim dan fakir miskin dan lain-lain. 4. *Waḍi’ minna fī shahri rhomadhōn*: orang yang berpuasa dengan sempurna dibulan rhamadan, yaitu puasa yang memenuhi syarat dan rukunnya. Itu yang dirindukan oleh surga, 4 Orang tersebut dirindukan surga dan diharapkan untuk masuk surga.<sup>56</sup>

#### 4. Persuasif

Persuasif berarti, mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya maupun perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh: kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (sugestivitas), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*sugestibilitas*).

<sup>56</sup>Lihat transkrip kode 05/5-W/3-VI/2017



Jadi di pihak menyugesti khalayak, dan menciptakan situasi bagaimana khalayak supaya mudah terkena sugesti, adalah proses kental sebagai hasil penerimaan yang tidak kritis dan di realisasikan dalam perbuatan kepercayaan atau cita-cita yang dipengaruhi orang lain.

Analisa strategi komunikasi Persuasif Kyai Aminoto:

Menjelaskan tentang hikmah shalat terus ditekankan, tanpa melakukan shalat jelas tidak mendapatkan kebahagiaan di akhirat karena shalat lima waktu itu merupakan tiang sebuah bangunan. Semisalnya dindingnya roboh, atapnya ikut roboh kalau atapnya roboh lantainya ikut rusak, kalau lantainya rusak dindingnya rusak atapnya rusak takkan ada satupun yang menempatnya. Jadi islam di sini kalau tidak melakukan shalat, tak akan mendapat kebahagiaan di akhirat.

Contoh analisa strategi komunikasi Persuasif Kyai Aminoto:

Yanabi salam salamu alaik ya rosul salam alaik ya habib salam salamun alaik sholawattullah sholawatullah salamun alaik. Poro muslimin jo ninggal sholat ngisak angelingono bumine wes arep rusak, poro muslimin jo ninggal sholat subuh angelingono langite wes arep rubuh, poro muslimin ojo ninggalne sholat dhuhur ninggal sholat dhuhur berjamaah siksone neng alam kubur. Sempat wong ngipi padahal ahli poso ahli sholat, ahli haji kur sholote kur sering telat sholote, kur ngipi tok lo kwi, di eret-eret sampek nyemplung neroko, padahal sholote iku apik, ngajine apik kok sampek gak ditulungi kwu nyandi sholatku, trus sholat muncul (aku sering kok anak tirikan) sering ora kok gape kok tinggal, aku telat kok kalahne karo manganmu karo dolanmu.<sup>57</sup>

## 5. Edukatif

Teknik edukatif, sebagai salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi: pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi

---

<sup>57</sup>Lihat transkrip kode 05/5-W/3-VI/2017

kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

Analisa strategi komunikasi edukatif Kyai Aminoto:

Biar mudah dihafal dan mengesan dihati dilakukan terus di ulang-ulang sampai hafal.

Contoh analisa strategi komunikasi edukatif Kyai Aminoto:

Rukune islam akehe ono limo siji sahadat kepindone nglakoni sholat kaping telune nekati zakat lamun sugeh bondone genep sak nisop kaping papate poso ing wulan rhomadon munggah kaji rukun kang kaping limone maring mekah medinah lamun kuoso sangune.<sup>58</sup>

## 6. Koersif

Koersif berarti mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya biasanya dibelakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh. Koersif atau bersifat memaksa, yaitu dengan cara memaksa dan memberi hukuman.<sup>59</sup>

Analisa strategi komunikasi edukatif Koersif Kyai Aminoto:

mengutamakan ayat-ayat ancaman dari Allah, harus dengan bil hikmah dan maudhoh hasanah, mengajak dengan cara hikmah/lemah lembut dan penuh dengan kebijak Sanaa. Ditunjukkan ancaman-ancaman Allah bagi orang yang melanggar agama, orang yang meninggalkan sholat, bagi orang yang meninggalkan puasa, besok kalau di dunia ini dia berpuasa diakhirat dia akan mendapatkan minuman dari telaga kausarnya Rasulallah yang airnya putih bagaikan susu manis bagaikan madu sekali minum dirinya tidak merasakan haus dan lapar. Bagi yang tidak berpuasa disana akan hidup selamanya kalau dia lapar akan dikasih duri yang tidak akan pernah mengenyangkan apabila makan akan semakin lapar. Tidak bisa ngempet untuk tidak makan. Kalau dia haus oleh malaikat Izroil diberikan minuman yang berupa nanah yang sangat busuk dan sekali minum akan tembus kebawah saking panasnya minuman tersebut. Pilih mana sekarang lapar

<sup>58</sup>Lihat transkrip kode 05/5-W/3-VI/2017

<sup>59</sup>Wahjudi Nugroho, *Komunikasi Dalam Keperawatan Gerontik* (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC 2006), 31.

besok kenyang sekarang, kenyang besok sekarang lapar bagi orang yang berpuasa. Orang yang suka main perempuan mesti sah istrinya dua atau tiga, jane perkara itu halal tapi dibenci oleh Allah. Besok yang amalnya baik semuanya ternyata disana berjalan dengan pundaknya bukan kakinya karena tidak bisa adil dengan istri yang satu dengan yang lain.

Contoh analisa strategi komunikasi Koersif Kyai Aminoto:

Dia pernah menuduh tetangganya mencuri ketelanya meski tidak langsung (teloku entek dipangani luwak ndase ireng) itu menyakitkan hati tetangganya. Di sini Allah yang maha adil, semua keadilan dibukak lebar di pengadilan akhirat. Akhirnya orang yang dituduh langsung menghadap Allah “Ya Allah saya masih punya hitung dengan dia yang pernah menuduh mencuri ketelanya padahal saya tidak”. Akhirnya ganjaran shalat yang sekian banyak itu diambil diberikan kepada orang itu, masih jutaan orang usul semua karena tahu keadilan Allah, saya saya semua usul saya juga begitu, yang pernah ditumpahkan darahnya, diolok-olok, saya dicuri barang saya, saya ditipu, uang Negara di korupsi, kena semua itu, itu keadilan Allah yang seadil-adilnya semua orang terkena. Maka tidak boleh dikesampingkan, memperbaiki berbuat baik terhadap buatan atau ciptaan Allah jangan di kesampingkan dengan mengabdikan karena Allah. Jadi berbuat sosial harus seimbang dalam beribadah kepada Allah harus seimbang dengan ibadah menjalankan perintah Allah karena memperbaiki makhluknya. Orang beribadah shalat mepeng dan tidak pernah memperdulikan lingkungan kwilo malah gak kenek (harus seimbang) hablu minallah dengan habluminannas harus seimbang.<sup>60</sup>

Jadi strategi dakwah Kyai Aminoto adalah strategi komunikasi persuasif karena pesan dakwah yang disampaikan Kyai Aminoto mengandung ajakan atau memengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk mengikuti apa yang di sampaikan Kyai Aminoto, dalam persuasif seseorang dianggap berhasil jika ia mampu memengaruhi kepercayaan dan harapan sampai mau untuk melakukan apa yang diperintahkan oleh komunkator. Dalam hal ini Kyai Aminoto membujuk dengan cara yang halus tidak ada kalimat-kalimat yang mengandung paksaan apalagi dari sikap yang memaksa. Walaupun demikian Kyai Aminoto juga menggunakan

---

<sup>60</sup>Lihat transkrip kode 05/5-W/3-VI/2017

enam metode yang lain, akan tetapi yang paling menonjol dari enam metode tersebut adalah strategi komunikasi dakwah persuasif.

**B. Analisa Strategi Komunikasi Dakwah Kyai Aminoto.**

Dalam dunia dakwah, strategi menduduki posisi yang amat penting. Karena dengan adanya strategi, tujuan dakwah yang kita inginkan bisa tercapai dengan baik. Dalam mencapai efektifitas dari suatu komunikasi, selain tentunya dari kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Kegiatan dakwah akan dapat berjalan secara efektif dan efisien harus menggunakan cara-cara yang strategis dan tepat dalam menyampaikan ajaran-ajaran Allah SWT.

Dakwah merupakan kewajiban individual umat Islam. Itulah sebabnya Islam disebut agama dakwah artinya agama yang harus disebarakan kepada seluruh ummat manusia.



Artinya:

*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*<sup>62</sup>

<sup>61</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'anul Karim*(Solo: Penerbit Ma'sum, 2009), 224.

<sup>62</sup> Depag RI, *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka* (Banten: Penerbit Kalim, 2011), 282.

Karena dakwah merupakan kegiatan yang bersifat universal yang menjangkau semua segi kehidupan manusia, maka dalam penyampaianya pun harus dapat menyentuh semua lapisan masyarakat.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Setelah melihat dari cara Kyai Aminoto menggunakan dalam berceramah beliau menggunakan pendekatan-pendekatan sesuai dengan situasi dan kondisinya yang bermacam-macam itu. Dengan strategi komunikasi yang ada dan dipadukan dengan sholawat atau pun tembang-tembang Jawa yang membuat pengajian semakin menarik dan disukai oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya masyarakat ngabel.
2. Strategi komunikasi dakwah Kyai Aminoto yang paling sering dilakukan dan yang paling menonjol adalah metode strategi komunikasi persuasif. Berdasarkan Misi Kyai Aminoto yaitu: memasyarakatkan amal ibadah yang berhaluan ahlusunah waljamaah. yang dimaksud adalah mengajak dan menerangkan ajaran-ajaran agama Islam dengan disisipkan sholawat, tembang-tembang Jawa, dan syair-syair tetapi tetap berprinsip pada memasyarakatkan amal ibadah yang berhaluan ahlusunah waljamaah, sehingga pesan yang disampaikan kepada audiens atau masyarakat mudah dipahami dan dapat diterima dengan baik.



## B. Saran-saran

Setelah menyelesaikan tugas kripsi ini, penulis mencoba mengemukakan saran-saran yang penulis harapkan bisa bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi umum. Adapun saran-saran yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Dengan disusun kripsi ini, mudah-mudahan menambah semangat seluruh umat Islam agar selalu melakukan dakwah dimanapun dengan cara yang benartanpamenyakitihatisiapapun demi terciptanya kehidupan yang diridhoi Allah SWT.
2. Bagi para pendakwah hendaknya untuk senantiasa belajar, belajar dan belajar lagi supaya pesandakwah yang kita sampaikan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik.
3. Bagi pemuda-pemudi Islam hendaknya mulailah sekarang kita pun harus lebih banyak belajar lagi tentang ilmu dakwah karena penerus para da'i-da'iyah dimasa depan adalah kita. Oleh karena itu marilah kita lebih semangat lagi memperhatikan keilmuan tentang Islam khususnya di bidang dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Amrico, 1984.
- ArifKhakim, Ahmad. *Retorika Dakwah Ust. Felix Y. Siauw (Studi Pada Program Acara Pengajian Inspiasilman di TVRI)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Asmaya, Enung. *Aa Gym*. Jakarta: Penerbit Hikmah 2004.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Assumpta Rumanti, Maria. *Dasar-Dasar Public Relation*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarna 2002.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'anul Karim*. Solo: Penerbit Ma'sum, 2009.
- Depag RI, *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*. Banten: Penerbit Kalim, 2011.
- Fajar, Marhaeni. *Ilmu Komunikasi Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004.
- Hasan Solehudin, Aden. *Strategi Komunikasi Dakwah Progam Tausiyah Radio Republika*. Yogyakarta: UIN Sunan Kali Jaga, 2013.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Ismainar, Hetty. *Manajemen Unit Kerja*. Yogyakarta: Deepublish 2015.
- Kartiko, Restu. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Maman Abdul Djalie, Rafi'udin. *Djalie, Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 1997.
- Majid, Abdul. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.

- Muhyiddin, Asep. *Kajian Dakwah Multiperspektif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Muhiddin, Asep. *Dakwah Dalam Perspektif Al-qur'an*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- M Harjana, Agus. *Komunikasi Intrapersonal Dan Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius 2007.
- Munir, M. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Naim, Ngainun. *Dasar-Dasar Komunikasi Pendidikan*. Jakarta: Ar-Ruzz Media 2011.
- Nugroho, Wahjudi. *Komunikasi Dalam Keperawatan Gerontik*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC 2006.
- Rahayu Ningsih, Eka. *Tindak Tutur Representasi Dalam Ceramah Kh Anwar Zahid* Skripsi: Universitas Jember, 2013.
- Rofiah, Khusniati. *Dakwah Jamaah Tabligh & Eksistensinya Di Mata Masyarakat*. Ponorogo: Stain Press Ponorogo, 2010.
- Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2013.
- Supartini, Yupi. *Konsep Dasar Keperawatan Anak*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC 2002.
- Sudiarja, *Karya Lengkap Driyarkara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2006.
- Tahrur, *Keterampilan Pers Dan Jurnalistik*. Yogyakarta: Deepublish 2016.
- Wiryanto, *Teori Komunikasi Masa*. Jakarta: Grasindo 2000.

Wahyuning, Wiwit. *Mengkomunikasikan Moral Kepada Anak*. Jakarta: PT Media Komputindo 2003.

