

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pesan Dakwah

a. Pengertian pesan

Pesan secara *tekstual* dapat diartikan sebagai sebutan kepada setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang kepada orang lain. Pesan merupakan terjemahan dari bahasa asing “*message*” yang artinya adalah lambang yang membawakan pikiran atau perasaan *komunikator*.¹

1) Bentuk Pesan

Lambang berfungsi untuk memperjelas pesan seperti bahasa lisan, bahasa tulis, suara, gerak-gerik, dan isyarat lainnya. Bahasa lisan dan tulisan biasa disebut sebagai komunikasi *verbal*, sedangkan yang tidak berhubungan dengan lisan maupun tulisan seperti gerak-gerik, isyarat tangan, *ekspresi* wajah, sentuhan dan lain sebagainya disebut sebagai *non verbal*.²

a) Komunikasi *Verbal*

Adapun prinsip-prinsip komunikasi *verbal* menurut Julia T. Wood (*Communication in our lives*) dalam buku ilmu komunikasi karya Nurudin mengungkapkan bahwa ada tiga prinsip dalam komunikasi *verbal* yaitu:

(1) *Intrepretasi* menciptakan makna

Intrepretasi sebuah pesan membawa *konsekuensi* makna yang kita pahami, namun makna sebuah pesan yang sama bisa jadi mengandung makna yang berbeda menurut pendapat masing-masing orang yang memahami makna

¹Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi: *Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 15.

²Nurudin, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), 46

tersebut.³ Jadi *interpretasi* menciptakan makna yaitu *interpretasi* seseorang atas sebuah pernyataan menciptakan makna yang berbeda.

(2) Komunikasi adalah aturan yang dipandu. Aturan komunikasi adalah pemahaman bersama terhadap makna komunikasi dan macam komunikasi yang cocok atau tidak untuk berbagai situasi. Ada dua aturan yang memandu komunikasi yakni aturan *regulatif* dan aturan pokok. Aturan *regulatif* meliputi kapan, bagaimana, dimana, dan dengan siapa harus berbicara mengenai hal-hal tertentu. Sedangkan aturan pokok menjelaskan apa arti komunikasi dengan mengatakan pada kita bagaimana menilai jenis komunikasi tertentu.

(3) Penekanan mempengaruhi makna. Dalam kaidah bahasa penekanan dalam tulisan seperti tanda baca yang dipahami berbeda maka akan menimbulkan makna atau maksud yang berbeda. Misalkan seseorang mengartikan bahwa tanda titik (.) bukan akhir kalimat, tetapi hanya jeda sementara seperti tanda koma (,) padahal tanda titik diartikan sebagai isyarat berhentinya kalimat, tanda tanya (?) diartikan sebagai isyarat untuk bertanya, tanda seru (!) diartikan sebagai isyarat kata perintah atau mempertegas. Dengan kata lain, kita menekankan komunikasi untuk menciptakan makna, sama dengan tanda titik tersebut.

b) Komunikasi *Non Verbal*

Komunikasi yang tidak menggunakan lambang-lambang *verbal*

³Nurudin, *Ilmu Komunikasi*, 127-128.

seperti kata-kata, percakapan atau tulisan. Komunikasi *non verbal* merupakan bentuk komunikasi yang dapat berupa lambang-lambang seperti isyarat, gerakan tangan, warna, *ekspresi* wajah.

2) Makna Pesan

Makna pesan di bagi menjadi dua yakni, *konotatif* (makna kiasan atau bukan sebenarnya) dan *denotatif* (makna sebenarnya).⁴

a) *Konotatif*

Konotatif adalah makna yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan oleh pembicara atau penulis dan pendengar atau pembaca.

b) *Denotatif*

Denotatif adalah makna yang menunjukkan adanya hubungan antara konsep dengan dunia kenyataan. Maka *denotatif* memiliki arti yang sebenarnya atau sesuai yang dilihat, serta tidak mengandung makna yang tersembunyi.⁵

3) Struktur Pesan

a) Menarik Kesimpulan secara *eksplisit* atau *implisit*

Kesimpulan *implisit* yaitu menyampaikan sumber tujuan untuk meyakinkan pesan, penerima pesan akan lebih menerima kebenaran jika komunikator menggambarkan pesan tersebut. Sedangkan kesimpulan *eksplisit* yaitu memudahkan mempelajari penjelasan-penjelasan dengan memfokuskan perhatian pada point yang lebih penting.

b) Membuat Argumen

Dengan menempatkan posisi topik persejutan pada bagian awal, maka akan

⁴Nurudin, *Ilmu Komunikasi*, 46.

⁵Suwandi Sarwiji, *Semantik Pengantar Kajian Makna* (Yogyakarta: Media Perkasa, 2008), 84.

menguatkan penerimaan pesan yang disampaikan. Penerima pesan akan mudah tertarik dengan pesan yang disampaikan. Demikian sebaliknya jika bagian pertama dari pesan sifatnya bertentangan maka penerima pesan akan menghindari pesan yang disampaikan selanjutnya.

- c) Pesan Satu sisi dan Dua sisi
Pesan satu sisi merupakan suatu pesan yang menggambarkan kelebihan pesan tersebut, sedangkan pesan dua sisi merupakan pesan yang menggambarkan kelebihan serta kelemahan suatu hal yang terkandung dalam pesan tersebut.⁶

4) Penyampaian Pesan

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyampaian pesan Menurut Abdul Jamil untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara *komunikator* dan *komunikan*, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, adapun hal yang harus dipertimbangkan dalam penyampaian pesan adalah:

- a) Pesan itu harus jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami
- b) Pesan itu mengandung kebenaran, yakni berdasarkan fakta, tidak meragukan
- c) Pesan itu mencakup keseluruhan, yakni mencakup bagian-bagian yang penting dan perlu diketahui *komunikan*
- d) Pesan itu nyata, dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data dan fakta
- e) Pesan itu lengkap dan disusun secara *sistematis*
- f) Pesan itu menarik dan meyakinkan⁷

⁶Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Pesan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000) 297-298.

⁷Abdul Jamil, "Pesan-Pesan Dakwah Pada Kaus Muslim Mosclot", *Jurnal Al-Balagh*, vol.1, no.2 (2017): 256.

5) Proses Pembuatan Pesan

Proses komunikasi yang lengkap dan sempurna menuntut adanya keterlibatan dari tujuh unsur, yaitu sumber, *komunikator*, pesan, media, *komunikan*, tujuan, dan akibat. Kedua bentuk pesan (lisan dan tulisan) itu pada dasarnya tidak terlepas dari penyampaian cara berfikir ilmiah atau dikenal juga dengan sebutan berpikir praktis, proses pemikirannya tidak menggali suatu kebenaran sedalam-dalamnya. Proses demikian, terlihat adanya tiga bentuk penggunaan pikiran, yaitu:

- a) Penyerapan (*perception*). Menyerap apa yang dilihat, didengar, dirasa, diderita, atau dialaminya
- b) Perbandingan. Menggunakan ide atau pikiran yang mempersoalkan keadaan dirinya saat itu, dibandingkan dengan keadaan semula. Perbandingan demikian mengandung pengertian berusaha untuk menyelesaikannya
- c) Menyimpulkan. Mengambil suatu kesimpulan guna menetapkan suatu keputusan

Dalam upaya menciptakan komunikasi yang memenuhi tujuannya, hendaknya pesan yang diciptakan *komunikator* sama dengan kesan yang diperoleh *komunikan* dari pesan tadi. Keadaan demikian bisa terwujud apabila *field of experience* (bidang pengalaman) dan *frame of refrence* (kerangka acuan) dari pesan itu sesuai dengan paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh *komunikan*. Faktor lain yang tidak kalah penting, atau harus ada pada diri *komunikator* adalah faktor “daya tarik” (*source attractiveness*) dan “kepercayaan” (*source credibility*). Seorang *komunikator* akan berhasil berkomunikasi, dalam arti dapat mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku *komunikannya*, apabila *komunikan* itu merasa

bahwa *komunikator*nya ikut serta bersamanya, ada kesamaan pendapat, pandangan dan perasaan *komunikator*.

6) Karakter Pesan

Dari proses berpikir yang dilakukan oleh *komunikator*, pesan pada hakikatnya terdiri atas isi pesan dan lambang yang digunakannya, isi pesan biasanya hanya satu, yaitu berupa kebenaran, namun lambang yang digunakan berfungsi untuk menjelaskan pesannya dalam bentuk bahasa, gambar, gerakan, bunyi-bunyian, dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, orang mengemukakan pesannya dengan menggunakan kombinasi dari lambang-lambang yang bisa dipahami lawan bicara atau pembacanya. Lambang yang dominan dipakai dalam komunikasi, baik lisan maupun tulisan, adalah lambang bahasa. Sebab bahasa bisa mengungkapkan hal-hal yang *konkret* maupun *abstrak*, seperti pikiran, perasaan, *fakta*, *opini* dan pengalaman yang telah terjadi. Demikian pula rencana dan peristiwa yang akan datang. Oleh karena itu, dalam komunikasi bahasa memegang peranan sangat penting. Tanpa penggunaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimana pun baiknya, tidak akan bisa dikomunikasikan kepada orang lain dengan cepat.

Seorang *komunikator* harus menemukan kata-kata yang tepat membutuhkan *konsentrasi* agar apa yang kita pikirkan sesuai dengan apa yang kita ucapkan. Demikian pentingnya memilih kata yang tepat untuk sebuah perubahan tingkah laku, *komunikator* perlu memperluas kosakatanya. Demikian dapat difikirkan bahwa kerugian-kerugian kerja dakwah terhadap aset dakwah apabila *komunikator* tidak punya keterampilan menyajikan bahasa yang indah, baik, halus, dan

tepat mengenai sasaran. Diantara kerugian tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Akan terjadi respon negatif, bahkan menentang terhadap gagasan-gagasan berupa pesan dakwah yang disampaikan atau dalam istilah komunikasi disebut sebagai *boomerang effect*.
- b) Memunculkan nilai-nilai *apresiasif* yang rendah atau bahkan tidak sama sekali terhadap da'i apabila dalam memilih kata-kata tidak memerhatikan *field experince* dan *frame of reference*. Apabila menggunakan kata-kata tidak pada porsinya secara tepat menumbuhkan sikap mental yang acuh tak acuh dari mad'u dan dapat terjadi kebekuan komunikasi.
- c) Apabila *komunikator* tidak menggunakan kata-kata yang halus dan menyejukkan suasana batin *komunikan* maka akan menimbulkan perbuatan yang *hirarkis*.⁸

Komunikator yang tidak *dinamis* pada hakikatnya dianggap pasif, ragu-ragu, lesu dan lemah. *Dinamis* pada hakikatnya mendukung dan memperkuat komponen kesan keahlian dan kepercayaan. *Komunikator* yang memiliki *sosiabilitas* memberi kesan kepada khalayaknya sebagai orang yang periang dan senang bergaul. Sedangkan *koorientasi* merupakan kesan khalayak atau *komunikan* tentang *komunikator* sebagai orang yang mewakili kelompok yang mereka sukai, yang mewakili nilai-nilai mereka. Kedua komponen terakhir tersebut pada dasarnya termasuk *dimensi atraksi* atau daya tarik.⁹

⁸M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2009), 177-178.

⁹Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 81-86, 89.

b. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan ajakan kepada manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah Swt, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹⁰ Dakwah dapat diartikan juga dengan ceramah yang berarti suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara oleh seorang *da'i* atau *mubaligh* pada suatu aktivitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat *propoganda*, kampanye, berpidato (*retorika*), *khutbah*, sambutan, mengajar dan sebagainya.¹¹

Ditinjau dari segi bahasa “Dakwah” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*)nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak. Orang yang berdakwah disebut dengan *da'i* dan orang yang menerima dakwah disebut dengan *mad'u*.¹² Secara *terminologis* dakwah islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Menurut Sayyid Qutb dalam bukunya Wahyu Ilahi yang berjudul komunikasi dakwah mengatakan bahwa dakwah memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam *sabil* Allah Swt. Bukan untuk mengikuti *da'i* atau sekelompok orang. Sedangkan Ismail al-Faruqi dalam bukunya Wahyu Ilahi yang berjudul komunikasi dakwah mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, *universal*, dan *rasional*. Dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah

¹⁰Ahmad Ahnas, *Paradigma Dakwah Kontemporer* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), 71.

¹¹Mubasyaroh, *Metodologi Dakwah* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 23.

¹²Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), 1.

itu bersifat *universal* (berlaku untuk semua umat dan sepanjang masa).¹³

Dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur, yaitu penyampaian pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran islam, mengajarkan berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberikan kabar gembira dan peringatan bagi manusia. Istilah dakwah Al-qur'an diungkapkan dalam bentuk *fi'il* maupun *masdar* sebanyak lebih dari seratus kata. Al-qur'an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan yang disertai dengan risiko masing-masing pilihan.¹⁴

Dalam konteks dakwah istilah *amar ma'ruf nahi munkar* terdapat dalam Al-qur'an, surah Ali-'Imran, ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh pada yang ma'ruf dan mencegah yang mungkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q.S Ali-'imran ayat 104).¹⁵

Ayat diatas, mengandung beberapa *esensi* dakwah yaitu, pertama, “hendaklah ada di antara kamu sekelompok umat”. Kedua, tentang tugas atau

¹³Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 14.

¹⁴Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 17.

¹⁵Ali-imran ayat 104, *Al-qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30* (Surabaya: Departemen Agama Republik Indonesia, Mahkota, 2002), 79.

misi *da'i* menyeru kepada *kebijakan*. Ketiga, yaitu menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah kepada yang *mungkar*. Keempat, merekalah orang-orang yang berjaya. Sementara itu, dalam surah *Ali-Imran* kalimat yang senada, yang mengandung dua komponen dan pengertian yaitu: pertama, kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan manusia. Kedua, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah yang *mungkar* dan beriman kepada Allah Swt.¹⁶ Untuk mendapatkan pengertian dakwah yang lengkap, beberapa kutipan pendapat dari buku Khatib Pahlawan Kayo yang berjudul *Manajemen Dakwah* antara lain Dr. Moh. Natsir (1980) mengatakan “Dakwah adalah tugas para *mubaligh* untuk meneruskan *risalah* yang diterima dari Rasulullah SAW. Sedangkan *risalah* adalah tugas yang dipikulkan kepada Rasulullah SAW untuk menyampaikan wahyu Allah yang diterimanya kepada umat manusia.” Prof. Thoha Yahya Oemar, M.A (1982) mengatakan “Pengertian dakwah menurut islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.” H.A. Malik Ahmad (1986) mengatakan “Dakwah tidak hanya berarti *tabligh*. Dakwah adalah segala usaha dan sikap yang bersifat menumbuhkan keinginan dan kecintaan mematuhi Allah sampai tercipta masyarakat besar yang mematuhi Allah dan mematuhi bimbingan Rasulullah”. M. Quraish Shihab (1996) mengatakan “Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat”.¹⁷

Menurut para ahli tentang pengertian dakwah diatas, dapat disimpulkan bahwa dakwah

¹⁶Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, 15.

¹⁷Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2007), 25-26.

tidak hanya sebatas menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, namun mengajak kepada kebaikan menuju jalan Allah Swt, menumbuhkan rasa cinta dan keinginan untuk mematuhi setiap perintah Allah Swt dan menerima ajaran yang telah diajarkan oleh Rasulullah Saw.

1) Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

a) *Da'i* (pelaku dakwah)

Da'i adalah orang atau pelaku dakwah yang menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, atau lewat organisasi atau lembaga. Secara umum kata *da'i* sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran islam), namun sebenarnya sebutan ini *konotasinya* sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah) dan lain sebagainya.

b) *Mad'u* (penerima dakwah)

Mad'u yaitu orang yang menjadi sasaran dakwah, atau penerima pesan dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, islam dan ihsan.

c) *Maddah* (materi dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Isi dari dakwah sebagai bahan pembicaraan *da'i* kepada *mad'u* dan materi harus sesuai dengan keperluan *mad'u* sehingga materi dapat diterima dan dipahami. Materi atau isi dari dakwah inilah yang mengandung pesan dakwah. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.

d) *Wasilah* (media dakwah)

Wasilah dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u*, untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat.¹⁸ Didalam buku Acep Aripudin yang berjudul pengembangan metode dakwah, Deddy Mulyana mengatakan bahwa “media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik *verbal* maupun *nonverbal*. Seperti cahaya dan suara. Saluran juga bisa merujuk pada cara penyajian, seperti tatap muka langsung atau media, seperti surat kabar, majalah, radio, telepon dan televisi”.¹⁹

e) *Thariqah* (metode dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai oleh pelaku dakwah atau *da'i* untuk menyampaikan ajaran materi dakwah islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena sebaik apapun suatu pesan dakwah jika metode yang digunakan kurang tepat maka penerima dakwah tidak bisa menerima pesan dakwah dengan baik. Ketika membahas metode dakwah, maka

¹⁸Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 21-32.

¹⁹Acep Aripudin, *Pengembangan metode dakwah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), 25.

pada umumnya merujuk pada Al-qur'an, surah an-Nahl ayat 125:

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

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Q.S an-Nahl ayat 125).²⁰

f) *Atsar* (efek dakwah)

Atsar dakwah sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya sebagai timbal balik antara pesan dakwah yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*.²¹

2) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah suatu cara yang bisa ditempuh atau ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan,

²⁰An-nahl ayat 58-59, *Al-qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30*,(Surabaya: Departemen Agama Republik Indonesia, Mahkota, 2002), 372.

²¹Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 32-34.

rencana sistem, tata pikir manusia. Sedangkan dalam *metodologi* ajaran Islam, metode adalah suatu cara yang *sistematis* dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah. Maka metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting karena sebaik apapun suatu pesan dakwah jika metode yang digunakan kurang tepat maka penerima dakwah atau *mad'u* tidak bisa menerima pesan dakwah dengan baik.²² Metode dakwah dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a) *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
 - b) *Mau'izatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
 - c) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.²³
- 3) Media Dakwah
- a) Pengertian Media Dakwah

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari *komunikator* kepada *komunikan*. Ada

²²Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 32-33.

²³Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 34.

beberapa pakar *psikologi* yang berpendapat bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling *dominan* dalam berkomunikasi adalah panca indera, selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.²⁴

Dalam kehidupan sehari-hari, istilah dakwah disebut dengan ceramah, *khotbah*, *tabligh*, dan lain sebagainya. Tidak banyak orang menyebut dakwah terhadap kegiatan seorang *kolumnis*, wartawan, atau pembuat karya tulis lainnya. Penulis, sutradara, perancang busana, dan aktor yang piawai memainkan peran, juga sebetulnya terlibat dalam kegiatan dakwah. Bahkan, karena sifatnya yang terdokumentasi, usia dakwah tulisan akan jauh lebih panjang dibanding dakwah lisan. Inilah karya tulis. Media dakwah yang berusia panjang dengan kekuatan *persuasinya* yang lebih tajam. Demikian tulisan juga dapat menjadi *alternatif* ketika masyarakat sudah tidak mampu lagi meluangkan waktu untuk menghadiri pengajian, mengikuti dakwah-dakwah islam yang disampaikan dalam bentuk ceramah lisan di masjid.²⁵

Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa media merupakan salah satu unsur paling penting dalam kehidupan manusia. Istilah media biasanya dipahami sebagai alat penyampaian informasi. Oleh karena itu, kelangsungan dan kelancaran komunikasi

²⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), 119.

²⁵Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah teori, pendekatan dan aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 93-95.

antar manusia sangat ditentukan oleh media yang digunakan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa media yang digunakan oleh para *da'i* harus dipilih sesuai dengan situasi, kondisi, dan kebutuhan *mad'u* di suatu tempat dan waktu tertentu. Tujuan yang ingin dicapai adalah agar pesan dakwah yang disampaikan melalui media dapat sampai kepada sasaran dakwahnya.²⁶

Media komunikasi mempunyai sifat *netral*, baik antar *persona* maupun *massa*, bisa dipakai untuk menyampaikan pesan dakwah. Bahkan bisa lebih luas seperti melalui mimbar *khutbah* atau *ceramah*, tulisan atau buku-buku, seni bahasa, dan seni suara bisa dijadikan media untuk mengkomunikasikan pesan dakwah. Demikian pula segala peralatan dan sarana komunikasi yang modern maupun tradisional, serta sarana lain yang bisa digunakan untuk memperlancar jalannya dakwah *islamiyah*, merupakan media komunikasi yang berfungsi sebagai media dakwah.²⁷

Media dakwah dapat diaplikasikan melalui media lisan (*dakwah bil-lisan*), tulisan (*dakwah bil-kitabah/bil-qolam*), dan dakwah melalui perbuatan (*dakwah bil-hal*). Dakwah melalui media lisan dibutuhkan kelengkapan keterampilan serta pengetahuan agar dakwah berjalan dengan baik. Penguasaan teknik berbicara, *public speaking*, serta model-model komunikasi lisan termasuk faktor yang dapat mendukung keberhasilan dakwah *bil-lisan*. Maka ilmu *retorika* sangatlah dibutuhkan

²⁶M. Jakfar Puteh Dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual* (Yogyakarta: AKGroup, 2006) 100-101.

²⁷Kustadi, *Ilmu Dakwah*, 22.

dalam dakwah *bil-lisan*.²⁸ Sedangkan dakwah melalui media tulisan yang perlu diperhatikan adalah karakteristik tulisan sebagai media menyampaikan pesan, proses ini akan memberikan kesempatan bagi para pembacanya untuk memahami pesan-pesan secara lebih mendalam. Materi atau pesan dalam dakwah melalui tulisan juga dapat dibaca berulang kali tidak terikat oleh zaman. Beragam karya tulis, baik ilmiah maupun *fiktif* seperti novel, *cerpen*, *cergam*, dan karya sastra lainnya biasanya digunakan orang untuk mengungkap pesan.²⁹ Dakwah melalui media perbuatan (*dakwah bil-hal*) dalam proses dakwanya dikenal istilah *ibda binafsik* sebagai pendekatan *internalisasi* nilai-nilai kedalam perilaku orang lain. Dalam konteks inilah Rasulullah saw., dikenal dengan *uswatun hasanah* yang menjadi pola dalam membentuk perilaku umat manusia. Pendekatan *bil-hal* juga dikenal dengan metode *demonstrative*, yaitu upaya memperkenalkan ajaran kedalam perilaku yang bersejarah dengan menampilkan atau mendemonstrasikan pengalaman ajaran itu. Dalam peribahasa inggris dikenal *seeig is believing*, maksudnya sesuatu yang dapat dilihat jauh lebih mudah dipahami dan dipercayai dibanding dengan sesuatu yang hanya dapat didegar.³⁰ Jadi dapat disimpulkan bahwa media dakwah apapun akan bermanfaat jika digunakan sesuai dengan kondisi atau keadaan mad'u sehingga pesan dakwah yang disampaikan akan mudah dipahami.

²⁸Asep, *Komunikasi Dakwah : Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, 35.

²⁹Asep, *Komunikasi Dakwah*, 36.

³⁰Asep, *Komunikasi Dakwah*, 37.

b) Macam-macam Media Dakwah

Dakwah dengan pena menjadi sebuah kekuatan dan alat untuk berjuang *menakhlukan* kekuatan musuh-musuh islam. Berjuang dan menyebarkan kebenaran dengan pena memang sangat *urgen* untuk membangun dan mencerdaskan umat. Karena itu, dakwah lewat pena berperan besar dalam mengambil aspirasi umat daripada dakwah melalui lisan yang hanya dapat didengar dan disaksikan oleh kalangan yang mengikuti dakwah seorang *da'i* yang tengah memberikan nasihatnya tersebut. Dakwah lewat tulisan dapat mempengaruhi pembaca dan jauh lebih *efektif* dikarenakan tulisan tersebut bisa dinikmati dan dibaca dimana saja dibanding dengan dakwah *bi al-lisan*. Demikian gagasan yang kita tuliskan melalui media tulisan akan dibaca oleh generasi-generasi mendatang. Pendekatan dakwah lewat pena pada era modern saat ini memang sangat *urgen* ketika kebutuhan umat akan informasi kian hari semakin bertambah. Oleh karena itu, dakwah *islamiyah* dengan memanfaatkan media cetak menjadi ladang atau *investasi* bagi para penulis agama untuk memberikan penerangan kepada masyarakat.³¹ Jadi dakwah melalui media tidak hanya sekedar memberikan atau menyampaikan pesan dakwah saja, namun sebagai *referensi* atau *inventasi* masa depan kepada pembaca bahwa dakwah bisa dilakukan melalui media khususnya dalam media cetak berupa buku.

Menurut buku yang berjudul dakwah tekstual dan kontekstual dari M.

³¹Mubasyaroh, *Dakwah Kolaboratif* (Kudus: STAIN Kudus, 2011), 11, 13.

Jakfar Puteh, T.A.Latief Rousy mengatakan bahwa “media adalah alat melalui mana pernyataan umum itu dapat disalurkan atau dilaksanakan”. Sedangkan Ig. Wursanto berpendapat bahwa “media komunikasi adalah sarana yang dipergunakan dalam proses pengiriman berita”. Selain itu, Hasanuddin berpendapat bahwa “media yaitu segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan dekwahnya secara efektif dan efisien”. Ada beberapa macam media komunikasi yaitu :

(1) Media dakwah *eksternal*

Media dakwah *eksternal* ialah media dakwah yang dipergunakan untuk menghubungi *mad'u* yang berada jauh dari *da'i*. Menurut sifatnya media dakwah *eksternal* ada empat macam yaitu :

- (b) Media cetak, yaitu segala sesuatu yang dicetak seperti buku, surat kabar, majalah, brosur, pamflet, buletin, dll.
- (c) Media *visual* yaitu media yang dapat dilihat seperti pameran lukisan, foto, folder, slide, dll.
- (d) Media *Audio* yakni media yang dapat didengar seperti radio, tape recorder, gramofon, telephon, dll.
- (e) Media *audio-visual* yakni media yang dapat dilihat dan didengar sekaligus seperti televisi, vidio, vcd, film, dll.

Semua media dakwah tersebut dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita, atau pesan kepada orang-orang yang berada jauh dari orang yang ingin menyampaikan informasi, berita atau pesan tersebut.

(2) Media Dakwah *Internal*

Media dakwah *internal* ialah media dakwah yang dipergunakan untuk menghubungi *mad'u* yang berada dekat dengan *da'i*.³² Setiap muslim pada hakikatnya berkewajiban untuk melakukan dakwah supaya kebenaran yang telah ia terima dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Kebenaran islam bukan hanya bersifat *teoritis*, melainkan juga bersifat *aksiologis* dan *praktis*.³³ Dan jenis media yang dipergunakan dalam jarak terbatas ini seperti surat, telephon, pertemuan, wawancara dan kunjungan. Adapun kemudahan media dakwah *internal* jika dibandingkan dengan media dakwah *eksternal* adalah media dakwah *internal* dapat dipergunakan langsung ketika *da'i* ingin menyampaikan pesan kepada *mad'u*, dengan cara *mad'u* harus berada di tempat. Sedangkan media dakwah *eksternal* perlu *prosedur* tertentu untuk dapat digunakan, karena media-media tersebut terikat dengan pengelolaan oleh pihak lain, misalnya pesan yang disampaikan melalui surat kabar, buku, majalah, dll sangat terikat dengan kesempatan yang diberikan oleh pengelolaannya, baik terikat waktu, isi maupun tujuan penyampaian. Semua itu perlu mendapat persetujuan dari pihak bersangkutan.³⁴ Sedangkan alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan

³²M. Jakfar, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*, 101-103.

³³Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei. *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 25.

³⁴M. Jakfar, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*, 103.

ajaran islam daam media dakwah dibagi menjadi lima:

- (a) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media in dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- (b) Tulisan, buku, majalah, surat kabar, *korespondensi* (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.
- (c) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- (d) Audio Visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, hp, internet dan sebagainya.
- (e) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.³⁵

c. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan atau pernyataan manusia, apapun bentuknya, pada hakikatnya merupakan hasil pengolahan manusia tersebut terhadap data, fakta, dan peristiwa yang terjadi di alam semesta ini, dan atas kehendak manusia itu sendiri yang disampaikan kepada orang lain, dengan tujuan untuk memberitahu, menyampaikan informasi, mendidik, dan lain sebagainya, yang pada prinsipnya agar orang lain berubah sikap, sifat, pendapat dan perilakunya sesuai dengan penyampain pesan atau pernyataan tersebut. Dalam hal ini tampak adanya dua pihak yang terlibat dalam proses pesan tersebut, yaitu pihak penyampain atau pengirim pesannya

³⁵Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, 20-21.

(komunikator) dan pihak penerima pesan (komunikan).³⁶

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah. *Pertama*, pesan dakwah yang menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. *Kedua*, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang *dipersepsi* atau diterima oleh orang. *Ketiga*, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah.³⁷

1) Masalah Pokok Pesan Dakwah

Maddah dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:

a) Masalah *aqidah* (keimanan)

Aqidah menurut bahasa berasal dari kata *aqada*, *ya'qidu*, *aqidan* atau *aqidatan* yang artinya mengikatkan. Bentuk jama' dari *aqidah* adalah *aqaid* yang berarti simpulan atau ikatan iman. Dari kata itu muncul pula kata *i'tiqad* yang berarti *tashdiq* atau kepercayaan.³⁸ Sedangkan *aqidah* secara etimologis berarti ikatan atau sangkutan. Secara praktis *aqidah* berarti kepercayaan, keyakinan atau iman.³⁹ Jadi *aqidah* merupakan suatu keyakinan atau keimanan seseorang terhadap apa yang telah diyakini

³⁶Kustadi, *Ilmu Dakwah*, 80.

³⁷Abdul, *Filsafat Dakwah*, 140-141.

³⁸Abudin Natta, *Al-qur'an dan Hadits* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1994), 29.

³⁹E. Hassan Saleh, *Study Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan* (Jakarta: Penerbit ISTN, 2000), 55.

dan hal tersebut akan membentuk suatu moral atau akhlak manusia.

Aqidah merupakan landasan pokok dalam Islam bersifat *i'tiqad bathiniyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman, yang terdiri dari : *iman kepada Allah, iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada Kitab-kitab-Nya, iman kepada Rasul-rasul Nya, iman kepada Hari akhir, dan iman kepada Qadha dan Qadhar.* *Aqidah* sebagai sistem kepercayaan yang bermuatan elemen-elemen dasar keyakinan, menggambarkan sumber dan hakikat keberadaan agama.⁴⁰ Dengan pesan dakwah ini dapat membentuk manusia untuk lebih beriman, bertaqwa dan *berakhlakul karimah*. Aspek *aqidah* akan membentuk moral (akhlak) manusia. *Aqidah* yang menjadi materi utama dalam dakwah mempunyai ciri-ciri yang membedakannya dengan agama lain, yaitu⁴¹ :

- (1) Keterbukaan melalui persaksian (*syahadat*). Dengan demikian, seorang muslim harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- (2) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu. Dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal usul manusia. Kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran *aqidah* baik soal keTuhanan, keRasulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami.

⁴⁰Didiek Ahmad Supadie, dkk., *Studi Islam II*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015), 2.

⁴¹Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 24-25.

(3) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. Dalam ibadah-ibadah pokok yang merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan segi-segi pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan masyarakat yang menuju pada kesejahteraan. Karena *aqidah* memiliki keterlibatan dengan soal-soal kemasyarakatan.

b) Masalah *syari'at* (keislaman)

Syari'at berasal dari kata *syari'ah* (Arab), dalam bahasa kita sehari-hari menjadi syariat, dari segi bahasa (*etimologi*) berarti jalan yang lurus, juga berarti sumber air yang mengalir. Sedangkan syariat secara *terminologi* yaitu ketentuan yang ditetapkan Allah swt., untuk hamba-Nya dengan perantara Rasul-Nya agar diamalkan dengan penuh keimanan, baik ketentuan itu terpaut *aqidah*, *amaliah* maupun *akhlak*.⁴²

Materi dakwah yang bersifat *syari'at* ini sangat luas dan mengikat seluruh umat islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam di berbagai penjuru dunia, dan sekaligus merupakan hal yang harus dibanggakan. Kelebihan dari materi *syaria'at* islam antara lain, adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. *Syari'at* ini bersifat *universal*, yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.⁴³

⁴²Didiek, *Studi Islam II*, 1.

⁴³Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 25.

c) Masalah *mu'amalah*

Menurut bahasa, *mu'amalah* berasal dari kata '*Amala, yu'amila, mu'amalatan*, yang artinya saling bertindak, saling berbuat dan saling mengamalkan. Sedangkan menurut istilah *mu'amalah* adalah aturan-aturan hukum Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial.⁴⁴ Atau *mu'amalah* bisa diartikan sebagai ibadah dalam *mu'amalah* di sini, diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.⁴⁵

Islam merupakan agama yang menekankan urusan *mu'amalah* lebih besar porsi daripada urusan ibadah. Islam lebih banyak memerhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan seluruh bumi ini masjid, tempat mengabdikan kepada Allah. Ibadah dalam *mu'amalah* di sini, diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.⁴⁶

d) Masalah akhlak

Dari sudut kebahasaan, akhlak berasal dari bahasa Arab *akhlaqa, yukhliq, ikhlaqan* yang berarti perangai, kelakuan, watak, kebiasaan atau peradaban yang baik.⁴⁷

Ajaran akhlak dalam islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan

⁴⁴Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 1-2.

⁴⁵Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 26.

⁴⁶Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 27.

⁴⁷Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 1.

manusia yang merupakan *ekspresi* dari kondisi kejiwaannya. Akhlak dalam islam bukanlah norma ideal yang tidak dapat di *implementasikan*, dan bukanlah pula sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Dengan demikian, yang menjadi materi akhlak dalam islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya. Karena manusia harus mempertanggungjawabkan setiap perbuatannya, maka islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan.⁴⁸

2) Karakteristik pesan dakwah

Yang perlu diperhatikan dalam hal pemilihan kata, antara lain hendaknya menggunakan istilah yang *spesifik*, menggunakan kata-kata yang sederhana dan mudah dipahami, tidak menggunakan istilah-istilah yang banyak tafsirannya, tidak mengulang-ulang kata secara berlebihan, hindari kata-kata *klise*, bahasa yang *vulgar*, kata-kata yang mengajarkan kebajikan, serta gunakan bahasa yang tidak menggurui. Penyampaian materi dakwah juga penting memperhatikan dari cara menyampaikannya. Cara bertutur kata seorang pendakwah akan menarik perhatian orang yang mendengar dan melihatnya karena pada dasarnya jiwa manusia cenderung serta tertarik dengan penampilan dan tutur kata yang indah serta baik.⁴⁹

Dakwah sebagai kegiatan penyampaian pesan-pesan kebenaran yang bersumber dari Al-qur'an dan Hadits sebagai landasan *normatif*

⁴⁸Muhammad, *Manajemen Dakwah*, 29.

⁴⁹Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 71.

ajaran islam memerlukan sebuah penyampaian pesan yang cermat dan tepat sehingga tepat mengenai sasaran dakwah. Pesan dakwah yang secara *psikologis* menyentuh hati *mad'u* adalah jika materi (pesan) yang disampaikan itu benar dan tepat, baik dari segi bahasa maupun *logika* *mad'u*, dan disampaikan oleh *da'i* yang mempunyai kualitas kepribadian yang *integral* yakni *takwa*.⁵⁰

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan yang lainnya, seperti pesan dalam komunikasi, maka perlu dikenali karakteristik pesan dakwah. Karakteristik pesan dakwah yang dimaksud tidak dibedakan secara spesifik antara karakteristik dakwah yang bersifat *verbal* maupun *non-verbal*. Pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Sedangkan pesan non verbal adalah jenis komunikasi yang disampaikan selain dari kata-kata yang dipergunakan seperti ekspresi wajah, sikap tubuh, gerakan tangan dan lain sebagainya.⁵¹ Adapun karakteristik pesan dakwah yakni:

a) Mengandung unsur kebenaran

Karakteristik pertama dan utama dalam pesan dakwah islam adalah adanya kebenaran dalam setiap pesan yang disampaikan. Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah adalah kebenaran yang bersumber dari Allah Swt. Al-qur'an merupakan sumber kebenaran mutlak yang perlu disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Jika ada kebenaran-kebenaran di dunia yang bersifat *relatif* dan *pragnitis* bisa dijadikan pesan dakwah selama kebenaran tersebut

⁵⁰M. Munir, *Metode Dakwah*, 157-158.

⁵¹Stewart L. Tubbs Dan Sylvia Moss, *Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar*, terj. Deddy Mulyana (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 8-9.

tidak bertentangan dengan kebenaran yang ada di dalam Al-qur'an.

Dalam mencari kebenaran, islam melarang seorang untuk mengikuti *dugaan* yang belum teruji kebenarannya dan sebaliknya memerintahkan untuk mengikuti kebenaran yang sudah didukung oleh dalil-dalil yang *absah*. Al-qur'an melarang seseorang terjerumus dalam pengaruh hawa nafsu dan kecenderungan yang mengarah kepada kesalahan berpikir. Untuk itulah seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya perlu bersikap hati-hati.⁵²

b) Membawa pesan perdamaian

Pada dasarnya dakwah merupakan ajaran agama yang ditujukan sebagai rahmat untuk semua, yang membawa nilai-nilai positif, seperti *al-amin* (rasa aman, tenang, sejuk). Ada beberapa segi dakwah yang tidak dapat dipisahkan, tetapi dapat dibedakan, yaitu menyangkut isi dan bentuk, *substansi* dan *forma*, pesan dan cara penyampaian, *esensi* dan metode.⁵³

Ucapan *assalamualaikum* (semoga kedamaian untuk kalian) yang diucapkan seseorang merupakan pesan dakwah yang terus diucapkan oleh setiap individu muslim ketika memasuki rumah merupakan ajaran untuk menjaga *privasi* yang harus dilindungi. Dilarang memasuki tanpa perkenan dari pemiliknya. Memaksa masuk, memata-matai, merampok dan segala bentuk tindakan yang melanggar batas *privasi* tersebut adalah bertentangan dengan perdamaian.

Para Nabi dan Rasul menyebarkan islam yang mengandung nilai-nilai

⁵²Abdul, *Filsafat Dakwah*, 142.

⁵³Asep, *Metode Pengembangan Dakwah*, 25.

perdamaian. Kita sebagai generasi penerus atau pewaris para Nabi hendaknya dapat melanjutkan dan menyebarkan nilai-nilai perdamaian. Kekerasan, *radikalisme*, *terorisme*, peperangan dan pertikaian merupakan perilaku-perilaku yang harus dihindari dalam proses penyampaian pesan dakwah. Tanamkan nilai-nilai perdamaian dalam diri, keluarga, kelompok, dan masyarakat kita.

c) Tidak bertentangan dengan nilai-nilai *universal*

Pesan dakwahnya hendaknya disampaikan dalam konteks *lokalitas* dari mad'u yang menerima pesan. Dengan cara tersebut, pesan dakwah akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam *perspektif* sumber pesan dakwah, maka islam diyakini sebagai ajaran yang bersumber dari Tuhan dan diyakini sebagai ajaran yang *universal*. Al-qur'an sebagai wahyu yang diterima oleh Rasulullah Saw merupakan sumber ajaran universal, bukan hanya untuk orang islam Arab, tetapi diperuntukkan juga untuk orang luar Arab. Dengan perkataan lain, pesan dakwah berlaku secara universal untuk semua manusia di dunia.

d) Memberikan kemudahan bagi penerima pesan

Memudahkan dalam pesan dakwah tidak diartikan memilih-milih hukum yang ringan-ringan saja dari berbagai pendapat ulama fikih, memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan dalam pengamalan ajaran agama yang tidak bertentangan dengan *nash-nash* dan kaidah *syariat* islam. Buku-buku motivasi, pembelajaran agama melalui media elektronik, doa-doa harian

yang dikemas dalam buku saku, petunjuk dalam keluarga, dan lain sebagainya. Pada konteks ini, *da'i* dituntut untuk lebih berinovasi dan berkreasi dalam menciptakan materi-materi dakwah yang lebih menarik dan *inklusif*.⁵⁴

e) Mengapresiasi adanya perbedaan

Pesan-pesan dakwah hendaknya dapat memberikan petunjuk dan pedoman hidup yang menyejukan hati. Tidak untuk dicampuri dengan *pamrih* untuk kepentingan golongan atau kepentingan yang tidak ada sangkut pautnya dengan pelaksanaan ajaran dakwah tersebut.⁵⁵

Dalam *realitas* tidak dapat dipungkiri bahwa setiap *individu* atau setiap muslim diciptakan oleh Allah berbeda-beda. Tidak ada di dunia ini manusia yang memiliki kesamaan antara satu dengan lainnya. Selain itu, perbedaan juga bisa terbentuk karena perbedaan latar belakang sosial, wilayah, *apiliasi* politik, tingkat partisipasi dalam masyarakat dan organisasi keagamaan yang dipilihnya. Perbedaan yang ada hendaknya dijadikan sebagai upaya untuk saling melengkapi kekurangan masing-masing, saling kenal mengenal dan untuk memudahkan pekerjaan.⁵⁶

2. Buku Sebagai Media Dakwah

Setiap muslim pada hakikatnya berkewajiban untuk melakukan dakwah supaya kebenaran yang telah ia terima dapat bermanfaat untuk orang lain. Kebenaran islam bukan bersifat *teoritis*, melainkan juga bersifat *aksiologos* dan praktis. Pada dasarnya dakwah

⁵⁴Abdul, *Filsafat Dakwah*, 143-146.

⁵⁵Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press & Pustaka Belajar, 2005), 151.

⁵⁶Abdul, *Filsafat Dakwah*, 147.

merupakan ajaran agama yang ditujukan sebagai rahmat untuk semua, yang membawa nilai-nilai positif, seperti *al-amn* (rasa aman, tentram, sejuk). Ada dua segi dakwah yang tidak dapat dipisahkan, tetapi dapat dibedakan, yaitu menyangkut isi dan bentuk, *substansi* dan forma, pesan dan cara penyampaian, *esensi* dan metode.⁵⁷

Pesan dakwah tidak hanya di sampaikan pada saat ceramah melalui mimbar saja, namun dengan perkembangan zaman cara penyampain pesan dakwah sangatlah *bervariatif* seperti melalui karya tulis berupa buku yang bertujuan agar *mad'u* tertarik dengan pesan dakwah tersebut dan dengan mudah bisa memahami dan mengamalkan makna pesan dakwah yang telah di sampaikan oleh seorang *da'i*.

Penyampaian materi dakwah harus memperhatikan cara menyampaikan pesan dakwahnya, cara bertutur kata seorang pendakwah akan dapat menarik perhatian orang yang mendengar dan melihatnya karena pada dasarnya jiwa manusia cenderung serta tertarik dengan penampilan dan tutur kata yang indah serta baik. Yang perlu diperhatikan dalam hal pemilihan kata, antara lain menggunakan istilah yang *spesifik*, menggunakan kata-kata yang sederhana dan mudah dipahami, tidak menggunakan istilah-istilah yang banyak tafsirannya, tidak mengulang-ulang kata secara berlebihan, hindari kata-kata *klise*, bahasa yang *vulgar*, gunakan kata-kata berona, kutip kata-kata yang mengajarkan kebajikan, serta gunakan bahasa yang tidak menggurui.⁵⁸

a. Tulisan Sebagai Media Dakwah

Dakwah ini disebut juga sebagai dakwah *bi al-qalam* (dakwah dengan karya tulis). Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Kita bisa memahami Al-qur'an, hadits, fiqh para Imam Madzhab dari tulisan yang dipublikasikan. Ada hal-hal yang mempengaruhi *efektivitas* tulisan,

⁵⁷Asep, *Metode Pengembangan Dakwah*, 25.

⁵⁸Hajir, *Etika dan Estetika Dakwah*, 71.

antara lain: bahasa, jenis huruf, format, media, dan tentunya penulis serta isinya. Tulisan yang terpublikasi bermacam-macam bentuknya, antara lain: tulisan ilmiah, tulisan lepas, tulisan, stiker, tulisan spanduk, tulisansastra, tulisan terjemah, tulisan cerita dan tulisan berita. Masing-masing bentuk tulisan memiliki kelebihan dan kekurangan yang terkait dengan penggunaannya. Dalam jurnal ilmiah, tulisan yang layak dimuat adalah tulisan ilmiah. Kepada para remaja yang gaul, misalnya kita bisa menyajikan tulisan pesan dakwah yang lepas, kalau perlu mengikuti gaya gaul mereka: bahasa jenaka, font tulisan non-formal, topik ringan, dan tidak menghilangkan pesan dakwahnya.

Menurut Ahmad Zaini media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya. Adapun fungsinya yaitu sebagai alat penyampaian informasi, mendidik, menghibur, dan memengaruhi.⁵⁹ Metode karya tulis merupakan buah dari ketrampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Untuk itu, metode karya tulis dapat terbagi atas tiga teknik:

1) Teknik penulisan

Setidaknya ada tiga model gaya penulisan keagamaan, yaitu penulisan model pemecahan masalah, penulisan model hiburan, dan penulisan model kesusastraan. Dalam model pemecahan masalah, terdapat beberapa bentuk, antara lain: artikel, buku, makalah, jurnal, dan sebagainya. Begitu pula, model penulisan hiburan bisa diwujudkan novel, cerita pendek, dan sebagainya.

⁵⁹Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol.2, no.2 (2014): 70.

2) Teknik penulisan surat (*Korespondensi*)

Nabi SAW pernah mengajak para penguasa untuk masuk islam dengan menuliskan surat kepada mereka. Dengan surat, pesan dapat terdokumentasi yang bisa dibaca sewaktu-waktu. Surat juga menjadi pilihan bagi orang yang sulit bertatap muka. Surat bersifat pribadi dan ditunjukkan untuk pribadi, sehingga orang lain tidak bisa membacanya, kecuali bila diperkenankan. Pikiran dan hati selalu menyertai untaian kata-kata yang ditulis dalam surat.

3) Teknik pembuatan gambar

Ada gambar yang hidup dan ada gambar yang mati. Gambar hidup adalah gambar yang bergerak. Gerakan gambar ini disesuaikan dengan pesan dakwahnya. Dengan gerakan ini, pembuat gambar dominan dalam memengaruhi persepsi orang yang melihatnya. Berbeda dengan gambar yang bergerak (hidup), gambar mati lebih dominan *dikonstruksi* dan *dipersepsi* sendiri oleh orang yang melihatnya. Gambar hidup dapat dilihat dengan baik oleh orang yang memerhatikannya, tidak hanya sekedar melihat. Kita membutuhkan waktu luang untuk menonton televisi, film dokumenter, drama, teater, dan sebagainya. Gambar yang bergerak dapat diambil pesan manakala menyaksikannya hingga selesai. Akan tetapi, gambar yang tidak bergerak dapat dilihat secara selintas dan langsung memberikan persepsi.⁶⁰

b. Makna Pesan Dakwah Melalui Buku

Pesan yang dikirimkan oleh seseorang memiliki pengaruh yang berbeda antara satu dengan yang lain, baik pengaruh positif maupun negatif. Ada pesan yang memiliki kekuatan serta berdampak luas, dan ada pesan yang biasa saja, tidak selalu

⁶⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 374-377.

berdampak besar, dan kadang-kadang dianggap oleh pendengar atau pembacanya seperti angin lalu saja.⁶¹

Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang di jilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman. Pecinta buku biasanya dijuluki sebagai seorang *bibliofil* atau kutu buku. Dakwah dengan buku adalah *investasi* masa depan. Bisa saja penulisnya wafat, tetapi ilmunya terus dibaca lintas generasi dan memberikan pahala yang mengalir. Semua pendakwah saat ini tidak akan bisa mengetahui apalagi mengutip ucapan Rasulullah Saw. Jika tidak ada pendakwah melalui buku pada masa sebelumnya. Dengan motivasi ini pendakwah akan meluangkan waktu menulis buku.⁶² Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah.

- a) *Pertama*, pesan dakwah yang menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang dituliskan dalam bentuk kata-kata. Pada konteks ini pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan adalah pikiran, sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau bahasa. Tanpa bahasa, pikiran sebagai isi pesan tidak mungkin didakwahkan. Oleh karena itu, bahasa melekat pada pikiran sehingga bahasa tidak mungkin dilepaskan dari pikiran.⁶³ Penelitian ini menggunakan bahasa simbolik yang didefinisikan oleh Ogden dan Richards yakni kata-kata yang merujuk kepada benda, orang, kejadian, peristiwa melalui pikiran *symbol* dengan bahasa yang sesuai dengan fakta

⁶¹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 111.

⁶²Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, 419.

⁶³Abdul, *Filsafat Dakwah*, 140

atau bahasa kefaktaan. Symbol ini bebas atau *impersonal* dan harus *diverifikasi* dengan fakta.⁶⁴

- b) *Kedua*, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang *dipersepsi* atau diterima oleh seseorang. Makna merupakan proses aktif yang diciptakan dari hasil kerja sama antara sumber (pengirim pesan) dengan penerima pesan, pembicara dengan pendengar, atau penulis dengan pembaca. Pemahaman terhadap makna apa yang akan disampaikan dan bagaimana menyampaikan makna kepada orang lain akan membantu diri kita dalam memaksimalkan pengelolaan pesan yang *verbal* maupun *non-verbal*. Makna tidak hanya bergantung pada interaksi antara pesan dengan pemikiran dan perasaan penerima pesan. Untuk menemukan makna, tidak cukup hanya mengkaji kata-katanya saja, tetapi perlu melihat siapa yang memberikan makna tersebut.⁶⁵ Demikian makna menurut Ogden dan Richards yakni hubungan antara *reference* dan *referent* yang dinyatakan oleh *symbol* bunyi bahasa baik berupa kata maupun *frase* atau kalimat yang menekankan hubungan langsung antara *reference* dengan *referent* yang ada di alam nyata.⁶⁶
- c) *Ketiga*, penerima pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah. Semua pesan dakwah memiliki peluang terbuka untuk dimaknai dan dipahami secara berbeda oleh penerima yang berbeda. Meskipun demikian, ada kesepakatan bersama (*memorandum of understanding*) antara pengirim dan penerima yang memungkinkan proses dakwah terjadi. Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa

⁶⁴ Jos Daniel Parera, *Teori Semantik*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 29.

⁶⁵ Abdul, *Filsafat Dakwah*, 140

⁶⁶ Jos, *Teori Semantik*, 46.

proses penerimaan pesan dakwah tidak bisa mencapai angka 100%. Banyak faktor yang bisa menyebabkan pesan dakwah tidak bisa diterima sepenuhnya oleh mad'u, di antaranya karena faktor *psikologis* penerima pesan, situasi, kemampuan pengirim pesan, dan waktu penyampaian.⁶⁷

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan tema ini sebelumnya sudah ada yang melakukannya dengan berbagai macam presepektif, antara lain :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rian Lisandi yang berjudul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Pejuang Subuh Karya Hadi E. Halim*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis isi dari teori R. Holsty, yakni dengan membaca simbol-simbol serta memaknai interaksi simbolik yang terjadi dalam komunikasi, sehingga dapat menggambarkan secara luas tentang buku Pejuang Subuh tersebut. Tujuannya yaitu untuk menganalisis dan meneliti tentang pesan dakwah yang berupa *akidah, akhlak, dan syari'ah*.⁶⁸ Persamaan dalam penelitian ini yaitu menganalisis isi atau makna yang terdapat dalam sebuah buku dengan jenis penellitian kulitatif, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada metode analis isi yang digunakan, peneliti menggunakan teori Ogden dan Richards yang mengkaji dan memaknai sebuah makna sedangkan Ahmad Rian Lisanandi menggunakan teori R. Holsty, yakni dengan membaca simbol-simbol serta memaknai interaksi simbolik yang terjadi dalam komunikasi, sehingga dapat menggambarkan secara luas tentang buku Pejuang Subuh.

⁶⁷Abdul, *Filsafat Dakwah*, 140-141.

⁶⁸Ahmad Rian Lisandi, “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Pejuang Subuh Karya Hadi E. Halim*”, (Skripsi Ahmad Rian Lisandi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Syarif Hidayatulloh, 2014), diakses pada 19 Oktober 2019, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/ahmadrianlianandi.pdf>

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Pamuji Basuki yang berjudul “*Dakwah Melalui Media Cetak (Studi pesan dakwah majalah El Qudsy)*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, hasil penelitian skripsi ini yakni bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang termuat dalam majalah El Qudsy dan mengetahui jenis pesan dakwah yang lebih banyak dimuat agar para jurnalis dakwah dapat lebih giat melakukan dakwah lewat jurnalistik, bahasan mengenai *muamalah* lebih ditekankan yaitu hubungan antar sesama, kehidupan bermasyarakat dan bernegara serta kemapanan sosial.⁶⁹ Persamaan dengan peneliti yaitu bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang termuat dalam sebuah media cetak buku atau majalah tersebut, sedangkan perbedaannya terletak pada analisis pesan dakwah yang termuat dalam majalah El Qudsy dengan membahas masalah-masalah *muamalah*, sedangkan peneliti dalam buku *Secercah Tinta* karya Habib Muhammad Luthfi bin Yahya membahas analisis makna pesan dakwahnya berdasarkan *aqidah, akhlak, syari'ah*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Sukron Makmun yang berjudul “*Pesan Dakwah Dalam Buku “The Spiritual Of Nature” Karya Achmad Saichu Imran*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis wacana dari teori Norman Fairclough, yakni dengan menekankan pada aspek bahasa yang digunakan. Tujuannya yakni untuk menganalisis isi pesan dakwah dengan *aqidah* dan *akhlak* supaya bersikap bijak dalam melestarikan lingkungan.⁷⁰ Persamaan dalam penelitian ini yaitu menganalisis pesan

⁶⁹Pamuji Basuki, “*Dakwah Melalui Media Cetak (Studi pesan dakwah majalah El Qudsy)*”. (Skripsi Pamuji Basuki, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009), diakses pada 19 Oktober, 2019, http://digilib.uin-suka.ac.id/view/pamuji_basuki.pdf

⁷⁰Sukron Makmun, “*Pesan Dakwah Dalam Buku “The Spiritual Of Nature” Karya Achmad Saichu Imran*”. (Skripsi Sukron Makmun, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), diakses pada 19 Oktober, 2019, <http://digilib.uinsby.ac.id/26705/sukronmakmun.pdf>

dakwah yang terdapat dalam sebuah buku, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan metode analisis isi dari teori Ogden dan Richards yang mengkaji dan memaknai sebuah makna tersembunyi dalam buku *Secercah Tinta* sedangkan Sukron Makmun menggunakan analisis wacana dari teori Norman Fairclough, yakni dengan menekankan pada aspek bahasa yang digunakan.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁷¹ Kerangka berfikir merupakan uraian tentang pokok-pokok dari landasan teori yang telah peneliti kemukakan di atas atau uraian jalan pemikiran peneliti dalam menjawab masalah penelitian. Kerangka berfikir disusun dengan rapi dan singkat sehingga pembaca lebih mudah mengetahui jalan pemikiran sang peneliti serta mengerti apa yang ingin disampaikan oleh peneliti.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



⁷¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2014), 388.

Dilihat dari bagan kerangka berfikir diatas dapat di simpulkan bahwa penelitian tersebut pada prinsipnya membahas tentang makna isi buku dan pesan dakwah yang terdapat dalam buku “Secercah Tinta” karya Habib Muhammad Luthfi bin Yahya. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis makna pesan dakwah melalui media cetak yaitu buku. Buku tersebut berjudul “Secercah Tinta” yang isinya merupakan ceramah-ceramah Habib Muhammad Luthfi bin Yahya yang kemudian peneliti analisis berdasarkan empat judul yang telah peneliti pilih yakni Nabi Manusia Sempurna, Memaknai Alhamdulillah, Pengantar Memahami Thariqah dan Tahapan Mengenal Allah, adapun aspek yang peneliti kaji yakni mengenai *akhlak, aqidah dan syari’at*

