

**KOMUNIKASI PERSUASIF DA'I DAN MAD'U DALAM
PEMAHAMAN PESAN DAKWAH
(Studi Majelis Ta'lim Al-Ansor Kelurahan Pasar Madang
Wayataman Tanggamus)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial S1
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Oleh:

**EGA LESTARI
NPM : 1741010029**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023**

**KOMUNIKASI PERSUASIF DA'I DAN MAD'U DALAM
PEMAHAMAN PESAN DAKWAH
(Studi Majelis Ta'lim Al-Ansor Kelurahan Pasar Madang
Wayataman Tanggamus)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial S1
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh:

**EGA LESTARI
NPM : 1741010029**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
Pembimbing II : Dr. Abdul Syukur, M.Ag**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023**

ABSTRAK

Dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang sifatnya mempengaruhi komunikan, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator melalui aspek-aspek psikologis. Berhasil tidaknya proses komunikasi tergantung dari bagaimana komunikator mempengaruhi komunikannya, karena faktor tertentu, sehingga Da'i selaku komunikator harus bisa melakukan persuasif kepadakomunikannya agar terjadi sebuah interaksi yang baik dalam memberikan pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ansor.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang bertepatan di Majelis Ta'lim Al-Ansor Kelurahan Pasar Madang (Waytaman), penelitian ini bersifat deskriptif. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 53 orang dengan klasifikasi Da'i berjumlah 2 orang, dan jamaah Majelis Ta'lim berjumlah 50 orang. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode Wawancara, Observasi dan Dokumentasi, maka tahapan selanjutnya adalah data yang telah diperoleh kemudian di analisis, menggunakan analisa kualitatif dan selanjutnya disimpulkan secara induktif.

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwasanya komunikasi persuasif yang dilakukan Da'i dalam memberikan pemahaman pesan dakwah pada Mad'u di Majelis Ta'lim Al-Ansor telah dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yang pertama Da'i melakukan pendekatan dengan jamaah Majelis Ta'lim untuk menjalin keakraban. Yang kedua Da'i menggunakan metode-metode seperti metode *Asosiasi, Integrasi, Pay-off and Fear-arosing*, dan *Iching* untuk menarik perhatian jamaah Majelis Ta'lim. Kemudian yang ketiga Da'i memebrikan kesempatan kepada jamaah untuk bertanya melalui sesi diskusi dan tanya jawab pada akhir acara. Yang ke empat Da'i juga tidak hanya melakukan komunikasi secara berkelompok saja tetapi juga dilakukan secara personal diluar Majelis Ta'lim. Dan terakhir adalah adanya perubahan atau efek dari jamaah (Mad'u) Majelis Ta'lim mulai dari bertambahnya wawasan tentang ilmu

agama, bertambahnya rasa percaya diri, hingga meningkatnya kualitas ibadah.

Jadi dapat disimpulkan Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman Pesan Dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ansor Kota Agung dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan yang dapat menimbulkan aspek afektif hingga berpengaruh pada aspek behavioral Mad'u atau jamaah Majelis Ta'lim, seperti meningkatnya kualitas ibadah mulai dari sholat, baca qur'an dan fiqh.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif Da'i, Mad'u, Pesan Dakwah



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : EGA LESTARI
NPM : 1741010029
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Komunikasi Persuasif Da’i dan Mad’u dalam Pemahaman Pesan Dakwah Majelis Ta’lim Al-Ansor Kelurahan Pasar Madang, Wayataman, Kabupaten Tanggamus” adalah benar-benar hasil karya penelitian sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyтусun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, Juni 2022
Peneliti,



EGA LESTARI
NPM. 1741010029



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmih Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260.

PERSETUJUAN

**Judul : KOMUNIKASI PERSUASIF DA'I DAN MAD'U
DALAM PEMAHAMAN PESAN DAKWAH (STUDI
MAJELIS TAKLIM AL-ANSOR KELURAHAN
PASAR MADANG WAYTAMAN, TANGGAMUS)**
Nama : EGA LESTARI
NPM : 1741010029
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Telah dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqsyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si
NIP. 196104091990031002

Dr. Abdul Syukur, M. Ag
NIP. 196511011995031001

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah**

Dr. Khairullah, S. Ag., MA
NIP. 197303052000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“KOMUNIKASI PERSUASIF DA’I DAN MAD’U DALAM PEMAHAMAN PESAN DAKWAH (STUDI MAJELIS TAKLIM AL-ANSOR KELURAHAN PASAR MADANG WAYTAMAN, TANGGAMUS)”** Disusun oleh: **EGA LESTARI NPM: 1741010029**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari Selasa, Tanggal 03 Januari 2023 Pukul 10.30-11.30 WIB, di Gedung Dekanat Lt.3 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. H. Zamhariri, S.Ag, M.Sos.i (.....)

Sekretaris : Achmad Kanzulfikar, M.Med. Kom (.....)

Penguji I : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si (.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si (.....)

Penguji Pendamping : Dr. Abdul Syukur, M.Ag (.....)

Terselenggara,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

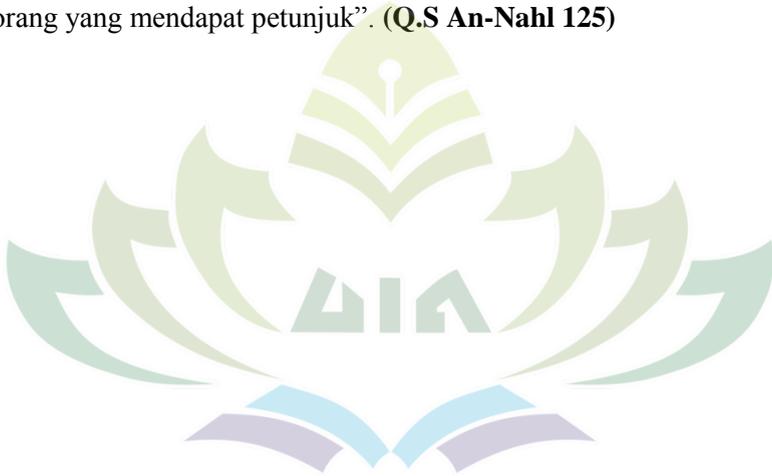


Abdul Syukur, M.Ag
011995031001

MOTTO

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

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan peringatan yang baik dan berdebatlah dengan cara yang baik pula, sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl 125)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang dan shalawat teriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga para sahabat dan umatnya. Syukur Alhamdulillah atas segala keridhoan-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Dan hasil skripsi ini penulis persembahkan :

1. Teruntuk orang teristimewa Bapak Rudi Hartono dan Ibu Sri Ningsih terimakasih yang setulusnya atas segala usaha, doa, dan jerih payah pengorbanan untuk membiayai kuliah saya sehingga sampai pada keberhasilan menyelesaikan studi S1.
2. Untuk adik saya Anjas Prasetio dan Hazea Tri Hartono yang selalu membuat saya termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Alamamater tercinta, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempat menuntut ilmu pengetahuan yang selalu saya banggakan.





RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penyusun Ega Lestari, dilahirkan di Kota Agung pada 07 April 1999. Jenis kelamin perempuan, Alamat rumah Wayataman Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus. Anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Rudi Hartono dan Ibu Sri Ningsih.

Penyusun mulai mengenyam Pendidikan di SDN 02 Pasar Madang, MTS'N Tanggamus, SMA Muhammadiyah Kota Agung, dan terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya. Semoga keberkahan senantiasa tercurahkan kepada kita semua. Shalawat serta salam selalu kita sanjung agungkan kepada baginda kita Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Semoga kelak diberikan syafaatnya di yaumul akhir nanti.

Dalam penyampaian skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, karenanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Judul karya ilmiah ini adalah **“KOMUNIKASI PERSUASIF DA’I DAN MAD’U DALAM PEMAHAMAN PESAN DAKWAH (Studi di Majelis Tak’lim Al-Ansor Kelurahan Pasar Madang Waytaman, Tanggamus)”**. Penulis menyadari terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., M.A, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Ibu Ade Nur Istiani., M.I.Kom selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
3. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si, selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag, selaku Pembimbing II yang telah sabar memberikan pengarahan untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi
5. Kelurga besar perpustakaan UIN Raden Intan Lampung atas perkenanya penulis meminjam buku sebagai literatur yang dibutuhkan

6. Sahabat saya Bella Salsabila, Hudriyah Nur'aini, Della Octa Viani, Terimakasih telah memberikan semangat dalam berjuang menyelesaikan skripsi ini
7. Teman-teman KPI A angkatan 2017. Terimakasih atas persahabatan selama beberapa tahun ini. Semoga diberi kesuksesan di dunia dan akhirat.
8. Kepala kelurahan Pasar Madang Desa Wayataman yang telah berkenan memberikan izin untuk melakukan penelitian di Desa Wayataman.
9. Ibu Hj. Herdiyana selaku ketua Majelis Ta'lim dan seluruh jamaah yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Majelis Ta'lim Al-Ansor.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
Akhirnya ungkapan do'a terucap dengan ikhlas, mudah-mudahan jasa baik moril maupun material berbagai pihak, dinilai baik oleh Allah SWT.

Bandar Lampung, Juni 2022

Ega Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN.....	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian.....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
H. Metode Penelitian	11
BAB II KOMUNIKASI PERSUASIF DA'I DAN PESAN DAKWAH	
A. Komunikasi persuasif	17
1. Pengertian komunikasi persuasif	17
2. Prinsip-prinsip komunikasi persuasif	18
3. Teori-teori komunikasi persuasif	20
4. Metode komunikasi persuasif.....	23
5. Proses komunikasi persuasif.....	24
6. Tahap-tahap komunikasi persuasif	25
7. Efek komunikasi persuasif.....	27
8. Hambatan komunikasi persuasif.....	29

B. Da'i.....	30
1. Pengertian da'i.....	30
2. Tugas dan fungsi Da'i.....	30
3. Kriteria Da'i.....	31
4. Karakteristik Da'i.....	33
5. Hubungan da'i dan mad'u	34
C. PESAN DAKWAH	36
1. Pengertian Pesan Dakwah.....	36
2. Pengelompokan Pesan Dakwah.....	39
3. Sifat Pesan Dakwah.....	44
4. Isi Pesan Dakwah.....	46
5. Hubungan Pesan Dakwah dengan Da'i	47

BAB III PROFIL MAJELIS TAKLIM AL AN-SOR DESA WAYTAMAN KECAMATAN KOTAAGUNG

A. Gambaran Umum Desa Wayataman Kotaagung.....	53
1. Sejarah Berdirinya Majelis Ta'lim Al-Ansor .	53
2. Visi dan Misi Majelis Ta'lim Al-Ansor	54
3. Kondisi Mad'u dan Da'i Majelis Ta'lim Al- Ansor	55
4. Aktivitas Dakwah Majelis Ta'lim Al-Ansor di Masjid.....	58
5. Media dan Metode Penyampaian Pesan Dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ansor.....	59
6. Interaksi Da'i dengan Mad'u dalam Penyampaian Pesan Dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ansor	62

BAB IV KOMUNIKASI PERSUASIF DA'i DAN MAD'U DALAM PEMAHAMAN PESAN DAKWAH

A. Proses Komuikasi Da'i Dalam Penyampain Pesan Dakwah Di Majelis Taklim Al Ansor	67
--	-----------

B. Efek Komunikasi Persuasif Da'i Dalam Perubahan Opini, Sikap Dan Prilaku Mad'u Di Al An-sor.....	71
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Dokumntasi

Lampiran 3 SK Perubahan Judul

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 SK Telah Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul merupakan bagian penting dalam karangan ilmiah. Karena judul merupakan suatu gambaran awal untuk memperjelas dan mempersatukan persepsi dalam memahami topik bahasan karya ilmiah. Sekripsi ini berjudul “ KOMUNIKASI PERSUASIF DA’I DAN MAD’U DALAM PEMAHAMAN PESAN DAKWAH (Studi di Majelis Tak’lim Al-Ansor Kelurahan Pasar Madang Waytaman, Tanggamus) ” Maksud judul tersebut dapat ditegaskan sebagai berikut:

Komunikasi persuasif adalah “ komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator”.¹

Yang dikehendaki dalam komunikasi persuasif adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru kehendak komunikan sendiri.

Menurut K.Andeerson sebagaimana dikutip oleh Onong Uchajana dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Teori dan Praktik* bahwa, ” komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang memiliki tujuan

¹ Mulyana Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung:PT.Remaja Rosda Karya, 2008), 75

mengubah keyakinan, sikap, atau perilaku individu atau kelompok lain melalui tranmisi beberapa pesan”.²

Sedangkan menurut R. Bostrom dalam buku S. Djuarsa Senjaya, “komunkas persuasif adalah perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah, memodifikasi, atau membentuk respon (sikap atau perilaku) dari penerima”.³

Dari ketiga pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian komunikasi persuasif adalah aktivitas penyampaian informasi untuk mengubah dan membentuk perilaku mitra komunikasi. Komunikasi persuasif yang dimaksud disini adalah komunikasi yang dilakukan komunikator untuk mempengaruhi sikap, perilaku atau keyakinan komunikan untuk menjadi lebih baik sesuai yang diharapkan oleh komunikator.

Kata Da’I berasal dari bahasa Arab yang berarti mengajak, adapun dalam istilah komunikasi disebut juga sebagai komunkator.⁴ Dalam pengertian khusus (Islam) Da’I adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung menggunakan kata-kata, perbuatan atau tubgkahlaku kearah kondisi yang baik atau lebih baik menurut syariat Al-Qur’an dan Sunnah.

Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa Da’I adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada Mad’u untuk mengajak kepada kondisi yang lebih baik lagi sesuai syariat Islam.

Mad’u adalah objek dakwah bagi seseorang Da’I yang bersifat individual, kolektif, atau masyarakat umum.

² Onong Uchajana Effendi. *Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung:PT.Remaja Rosda Karya, 1990), 90

³ S. Djuarsa Senjaya. *Teori Komunikasi*, (Jakarta:Universitas Terbuka, 1994), 56

⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), 68

Menurut Jamaluddin Kafie, Mad'u adalah seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang dibebani menjalankan agama islam dan diberi kebebasan untuk berikhtiar, kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilohnya, mulai dari individu, keluarga, kelompok, golongan, kaum, massa, dan umat manusia seluruhnya.

Pesan (*massage*) adalah ide-ide atau isi atau buah pikiran yang disampaikan kepada orang lain dengan tujuan (*destination*) agar orang lain bertindak sama sesuai dengan harapan yang dituangkan dalam pesan tersebut.⁵

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*. Yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini juga sering diberi arti yang sama dengan istilah *tabligh*.⁶

Jadi maksud pengertian pesan dakwah adalah pemberitahuan, kata, baik lisan maupun tertulis yang dikirimkan satu orang ke orang lain dengan tujuan mengajak atau menyeru, pada kebaikan yang didasarkan pada materi Akhlak, Ibadah, maupun Syariat.

Dari penegasan judul diatas, dapat penulis simpulkan bahwa komunikasi persuasif Da'I dalam mempengaruhi sikap, perilaku atau keyakinan Mad'u dalam pemahaman Pesan Dakwah tentu sangat berperan penting bagi berlangsungnya kegiatan dakwah. Karena komunikasi yang efektif itu harus ada interaksi atau feedback antara komunikan dan komunikator supaya pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'I mudah di terima dan diterapkan oleh Mad'u. adapun maksud dari skripsi ini adalah untuk

⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 2

⁶ M. Munir, dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009),

mencari atau bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan antara Da'I dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah tentang Aqidah, Ibadah, dan Akhlak di Majelis Taklim Al-Ansor.

B. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk social yang dalam kesehariannya di tuntut untuk melakukan interaksi, karena setiap manusia tidak bias lepas dari komunikasi, baik itu komunikasi verbal maupun nonverbal. Seseorang berkomunikasi bertujuan untuk pembentukan makna, adanya saling pengertian hingga menimbulkan efek seperti yang terjadi pada perubahan sikap dan tingkah laku seseorang.

Komunikasi adalah suatu bentuk interaksi yang mendasar dan penting dalam proses komunikasi keberhasilan seseorang komunikator adalah ketika dia menjadi orang lain secara tepat sebagaimana yang dibutuhkan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan tertentu. Disinilah seorang komunikator kemudian harus bias bermain peran menjadi Aktor.

Dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Selanjutnya berhasil tidaknya komunikasi tergantung dari bagaimana komunikator mempengaruhi komunikannya, sehingga bias bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan perilaku komunikan.

Aktivitas dakwah adalah kegiatan komunikasi yang menimbulkan interaksi sosial. Dakwah akan semakin komunikatif jika para da'i memahami gejala-gejala sosial, tingkah laku manusia dalam sosialikuturnya. Dakwah merupakan kegiatan komunikasi, karena para da'I merupakan komunikator yang menyampaikan pesan (*massage*) dalam bentuk ajaran-ajaran islam kepada mad'u yang menjadi komunikan agar mau menerima, memahami dan akhirnya melaksanakannya.

Kegiatan dakwah selalu berorientasi agar mad'u menerima dan melaksanakan seruan islam. Tetapi kenyataannya tidak semua bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan memberikan hasil yang memuaskan, sehingga model komunikasi harus cukup efektif. Akan tetapi kegiatan dakwah seorang da'I bukan hanya sekedar untuk menjadi komunikator saja, tetapi juga sebagai pendorong (*motivator*) dan contoh teladan dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Firman Allah dalam Al-Qur'an surat An Nahl ayat 125:

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

Artinya: serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu 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: 125)

Ayat diatas menjealskan bahwa ada tiga macam metodologi dakwah yaitu bil hikmah, mujadalah (pengajaran yang baik) dan berdebat dengan baik. Dimana ketiga metode ini yang sejalan dengan psikologi dakwah. Sementara itu, dakwah bil hikmah sendiri merupakan dakwah dengan menggunakan pengetahuan (yang mendasrkan), dengan cara-cara yang mendekatkan mad'u kepada pengertian dan pemahaman agama yang mendalam, berdakwah dengan cara-cara yang memungkinkan penerimaan terhadap pesan dakwah dengan sempurna dan berdakwah dengan cara yang persuasif dan lemah lembut. Komunikasi persuasif dilakukan agar pesan dakwah dapat diterima oleh para mad'u sehingga dapat membentuk perubahan sikap masyarakat ke arah yang lebih baik lagi sebagai proses membentuk masyarakat yang Islami.

Komunikasi atau dakwah persuasif harus dilakukan oleh orang-orang yang memang memiliki pengetahuan dan keahlian. Dakwah harus tetap dilakukan sekaliun dihadapkan dengan orang yang kemungkinanya sangat kecil untuk berubah, sebab pesan dalam dakwah bukan sekedar data informasi mellainkan nilai-nilai keyakinan, ibadah, dan moral (*akhlak*) yang menuntut pengalamanya dalam sepanjang rentang kehidupan individu di tengah masyarakat. Hal ini dapat dijumpai pada Majelis Taklim di Masjid Al-Ansor dimana para da'I menggunakan metode komunikasi persuasif sebagai metode dalam menanamkan pemahaman Islam.

Majelis Ta'lim di Masjid Al-Ansor PasarMadang, Wayataman, Kotaagung merupakan sebuah kelompok pengajian yang memiliki anggota dengan latar belakang yang berbeda baik dari segi pendidikan maupun pekerjaan. Tentu itu bukan sebuah alas an untuk jadi penghalang dalam

kegiatan berdakwah menyebarkan ajaran kebaikan di jalan Allah. Kegiatan untuk menggali atau menambah wawasan ilmu agama dari seorang ustadz atau da'i dilakukan sebagai bentuk pembinaan bagi masyarakat muslim. Penegajian tersebut sebagai wadah nonformal masyarakat untuk melakukan aktivitas atau untuk mempelajari dasar-dasar agama.

Proses komunikasi yang terjadi di dalam majelis khususnya yang menyangkut komunikasi antara Da'I dan Mad'u merupakan factor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Akan tetapi tidak semua jama'ah majelis taklim memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'I karena factor tertentu baik dari segi pendidikan maupun usia dari jama'ah yang berbeda, menurut Da'i selaku komunikator harus bisa melakukan persuasif kepada komunikannya agar terjadi sebuah interaksi yang baik antara Da'I dan Mad'u di Majelis Ta'lim dalam memahami setiap pesan dakwah yang telah diberikan.

Dengan demikian komunikasi persuasif tentu sangat berperan dalam kegiatan dakwah maka esensi dakwah terletak pada ajakan, dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi keuntungan pribadinya sendiri, bukan untuk kepentingan orang lain.

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti, yaitu hanya pada bagaimana komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u

dalam pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ansor wayataman Tanggamus

D. Rumusan Masalah

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentu memiliki tujuan positif bagi penulis maupun pembaca, dan diantara tujuan dari pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan Da'i dalam mengupayakan pemahaman pesan dakwah pada Mad'u di Majelis Ta'lim Al-Ansor?
2. Apa efek komunikasi persuasif yang di rasakan Mad'u dalam perubahan sikap, perilaku di Majelis Ta'lim Al-Ansor?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan antara Da'i dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ansor Wayataman Kelurahan Pasar Madang Kota Agung

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Untuk menambah wawasan mengenai proses komunikasi yang terjadi berdasarkan tatanan komunikasi kelompok dimana sikap tersebut berasal dari ke efektifan yang terjadi dalam proses komunikasi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menumbuhkan pemahaman tentang dakwah keislaman serta bisa bermanfaat sebagai referensi secara akademik untuk fakultas dakwah dan ilmu komunikasi khususnya jurusan KPI yang berkonsentrasi pada ilmu komunikasi dakwah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk menghindari plagirisme maka peneliti melakukan penelusuran terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam pemahaman dakwah. Adapun penelitian tersebut sebagai berikut.

1. Septian Hadi Rahmawan 2014 Mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Agung Tirtayasa Banten. Skripsi yang berjudul "Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kesadaran Pajak Pedagang Dipasar Rangkas Bitung (survie pada program sosialisasi pp no. 46 tahun 2013 terhadap pedagang di rangkas bitung)". Penelitian ini termasuk kedalam penelitian pustakan. Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang komunikasi persuasif, sedangkan perbedaannya adalah penulis menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner dan wawancara.
2. Ahamd Halim Hakim tahun 2014 Mahasiswa Universitas Negeri Surakarta yang berjudul "Komunikasi Persuasif Perawat dalam Mengembangkan Konsep Diri Positif

Lansia” penelitian pada skripsi ini termasuk kedalam penelitian lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara. Adapun persamaan dan perbedaan yang peneliti lakukan adalah sama-sama mencari tahu komunikasi persuasif di lapangan, bedanya penelitian pada skripsi ini dilakukan langsung oleh perawat untuk membangun konsep positif lansia sedangkan penelitian yang penulis lakukan untuk pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta’lim.

3. Nurhalima Tambunan tahun 2013 Mahasiswa Pascasarjana IAIN Sumtra Utara Medan. Tesis yang berjudul “Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatra Utara. Jenis penelitian pada tesis ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi langsung dilapangan. Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan termasuk kedalam penelitian lapangan atau *field research*.

Dari tinjauan pustakan 1,2 dan 3 masing-masing peneliti memiliki fokus yang berbeda-beda. Sebagaimana telah penulis uraikan diatas maka penulis berkesimpulan bahwa penelitian ini termasuk berbeda dengan penelitian yang lain, meskipun ada beberapa persamaan dalam penggunaan metode pengumpulan datanya.

H. Metode Penelitian

Metode merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaannya, sehingga dapat memahami objek sasaran yang dikehendaki dalam upaya mencapai sasaran atau tujuan pemecahan masalah.⁷ Secara etimologis penelitian dalam bahasa Inggris yaitu *research* yang berasal dari dua kata yaitu *re* dan *search*. *Re* berarti kembali atau berulang dan *search* berarti mencari, menjelajahi, atau menemukan makna. Dengan demikian metode penelitian atau riset berarti mencari, menjelajahi atau menemukan kembali secara berulang-ulang.⁸

Metode deskriptif adalah metode yang paling tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode yang sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas. Metode ini sekaligus sesuai dengan penulisan karya ilmiah dan mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sesuai dengan jenis dan sifat penelitian ini⁹

Agar suatu penelitian mendapatkan hasil yang maksimal, perlu ditentukan metode-metode tertentu dalam melaksanakan penelitian. Ada beberapa hal yang perlu dikemukakan dalam metode penelitian, antara lain:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis lapangan (*field research*), yaitu suatu

⁷Asep Saepul Muhtadi, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2015), 1

⁸Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung:CV. Pustaka Setia, 2002), 25

⁹Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *metode penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997). 1

penelitian yang dilakukan dalam keneah kehidupan yang sebenarnya, penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat.¹⁰

Dalam melakukan pendekatan penelitian penulis melakukan hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti agar bisa menganalisis bagaimana komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al- Anzor yang berlokasi di Wayataman Kelurahan Pasar Madang Kecamatan Kota Agung.

2. Sifat Penelitian

Adapun sifat penelitian penulis pada karya ilmiah ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau kecendrungan yang tengah berkembang.¹¹ Dipilihnya penelitian ini agar memperoleh paparan dan gambaran yang tepat tentang Majelis Taklim Al-Anzor dalam membina jamaahnya di Wayataman.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data-data yang sesuai dengan apa adanya atau fakta yang sebenarnya untuk mendapatkan kejelasan tentang apa yang menjadi masalah dalam penelitian. Oleh karena itu, dalam penulisan ini memerlukan metode penelitian

¹⁰Kartini Kartono, *Penggemar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), 32

¹¹Sumanto. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. (Jakarta: CAPS, 2014), 179

yang tepat dan efektif, guna memperoleh hasil yang dapat dipercaya kebenarannya. Yang penulis gagas hanya ditunjukkan untuk melukiskan, memaparkan atau melaporkan kenyataan-kenyataan yang lebih berfokus pada masalah komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah di majelis Tak'lim.

3. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unit sample secara fisik keseluruhan hasil pengungkapan (data) yang dibatasi secara ketat oleh kriteria tertentu¹². Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah Da'i 2 orang dan jamaah Majelis Tak'lim Al An-sor yang aktif mengikuti pengajian dan tinggal di kelurahan pasar madang sebanyak 50 orang. Jadi jumlah keseluruhan populasi di Majelis Tak'lim ini memiliki anggota sebanyak 52 orang.¹³

4. Sampel

Sample adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti.¹⁴ Maka dapat dipahami bahwa sample adalah wakil yang di pilih untuk mewakili populasi. Dengan demikian maka peneliti akan menentukan jumlah sampel dan keseluruhan dengan menggunakan teknik non random sampling, jadi dalam sampling ini tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama untuk dijadikan sampel.¹⁵ Dengan jumlah populasi 50 orang, peneliti tidak mungkin mengambil seluruhnya

¹²Kartini Kartono, *Pengantar Research Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), 32

¹³ Wawancara langsung pra-survie: *Dengan Ibu Hendriyana Selaku Ketua Majelis Ta'lim*,

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Bandung: Rineka Cipta, 1998), 117

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2004), 80

untuk dijadikan objek penelitian karena tidak semua populasi mengetahui dengan jelas masalah yang diteliti.

Peneliti hanya mencari tahu yang diteliti dan di perkirakan banyak mengetahui masalah penelitian dengan menggunakan non random sampling. Kemudian jenis sample yang penulis gunakan yaitu *purposive sampling*. Dalam *purposive sampling* “pemilihan sekelompok subjek di dasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya”.¹⁶

5. Alat Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam pengambilan data dilapangan penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara dalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹⁷

Adapun jenis wawancara yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.¹⁸

¹⁶ *Ibid*, 52

¹⁷ *Ibid*, 52

¹⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. (Bandung: Cv Alfabeta. 2009), 320

b. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan dengan sistemik fenomena yang diselidiki. Pengamatan langsung ini akan memperoleh data yang objektif dan akurat sebagai bukti atau fakta penelitian yang cukup kuat. Adapun maksud dari metode ini penulis akan meneliti Da'i dan Mad'u di Majelis Ta'lim Al Anzor untuk mendapatkan data sistematis terhadap masalah yang ada.

Dalam hal ini penulis menggunakan observasi pasif partisipatif jadi dalam hal ini peneliti datang ketempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Metode ini digunakan penulis guna mengumpulkan data-data yang diperlukan baik data tentang kondisi, sarana dan prasarana serta fasilitas yang berkaitan dengan penelitian. Dengan observasi penulis akan berupaya mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Majelis Ta'lim Al Anzor yang berkaitan dengan komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah disetiap kegiatan dakwah.

c. Dokumentasi

Untuk melengkapi data yang diperoleh dengan menggunakan metode interview penulis juga menggunakan yang berbentuk tulisan. Informasi yang berbentuk dokumen sangat relevan karena tipe informasi ini bisa menggunakan berbagai bentuk dan dijadikan sumber data yang eksplisit. Dokumentasi yang di gunakan dalam penelitian berupa catatan, transkrip, data-data, buku surat

atau bukti suatu peristiwa untuk mempermudah dalam mengecek kebenaran sehingga penelitian menjadi valid adanya.

6. Teknik Analisa Data

Setelah data terkumpul dengan baik dilapangan maupun pustaka maka proses selanjutnya menganalisa data sesuai dengan permasalahnya. Metode Analisa data dapat dibedakan menjadi dua yaitu kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat, skema, dan gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif diangkakan.¹⁹ Dan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dikelola, mencari dan menemukan pola, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²⁰

Dari analisa yang telah ditentukan kemudian ditarik suatu kesimpulan dengan menggunakan metode induktif yaitu penyimpulan suatu hal yang bersifat khusus (*perorangan*) menuju hal-hal yang bersifat umum.

¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Adsmministrasi*, (Bandung: Alfabeta, 20010), 64

²⁰ Moloeng Lexy J, *Metode Penelitian Kulaitatif*, (Bandung: Remaja Rosdyakarya, 2005), 248

BAB II

KOMUNIKASI PERSUASIF DA'I DAN PESAN DAKWAH

A. Komunikasi persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Persuasif berasal dari bahasa latin, *persuasion* yang berarti *induce* (memerankan), *conviction* (meyakinkan), *belief* (kepercayaan).²¹ Persuasif merupakan komunikasi dimana pesan-pesan yang dikirimkan diharapkan mampu merubah sikap, kepercayaan dan prilaku.²² Simon mendefinisikan persuasif sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah kepercayaan, nilai ataupun sikap mereka. Sedangkan Yosep Iiardo mengartikan komunikasi persuasif hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah kepercayaan dan prilaku melalui aspek-aspek psikologis.²³

Akibat yang ditimbulkan dari kegiatan komunikasi persuasif adalah sebuah nilai kesadaran, kerelaan disertai dengan ras senang. Sedangkan kegiatan *coersi* adalah perubahan sikap, pendapat, atau prilaku dengan perasaan terpaksa karena diancam, yang menimbulkan perasaan tidak senang.²⁴

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diuraikan, maka dapat dipahami bahwa komunikasi

¹ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Rosdyakarya,2010), 15

² Ibid, 16

³ M. Nesor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009), 36

⁴ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdy Karya, 2010), 125

persuasif adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah kepercayaan, sikap dan perilaku dengan mempengaruhi aspek-aspek psikologis komunikan. Jalaludin rahmat mengatakan “Ketika perubahan perilaku, yaitu efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipresepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan kepercayaan, atau informasi efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Efek behavioral, yaitu yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan berperilaku”.²⁵

Dalam kerangka dakwah komunikasi persuasif adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan mengajarkan ajaran islam.²⁶ Sedangkan komunikasi persuasif pada prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya yaitu bertujuan mempengaruhi sikap, bahkan perilaku komunikan.²⁷

2. Prinsip-prinsip Komunikasi Persuasif

Seorang komunikator dalam mempengaruhi komunikan dapat ditemukan dengan penanaman prinsip-prinsip komunikasi persuasif demi keberhasilan

⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 455

⁶ Wahyu Ilahi, *komunikasi dakwah*, 125

⁷ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan* (Bandung: Refika Offset, 2007), 211

berkomunikasi. Menurut Devito, komunikasi persuasif akan berhasil bila mempertimbangkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yaitu pemaparan yang selektif (*selective exposure principle*), perubahan yang besar (*the magnitude change principle*). Adapun prinsip-prinsip komunikasi persuasif tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

a. Pemaparan yang selektif (*selective exposure principle*)

Prinsip ini menekankan pada aktivitas komunikasi (penerima pesan) yang secara aktif mencari informasi yang dapat mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan prilaku mereka.

b. Partisipasi audiens (*the audience participation principle*)

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa komunikasi bukan sekedar proses transmisi pesan, melainkan juga transaksional. Semakin besar pula kemungkinan persuasif terjadi.

c. Suntikan (*inoculation principle*)

Prinsip ini berasumsi bahwa audiens telah memiliki keyakinan tertentu yang kuat sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya komunikator menghargai keyakinan yang dipegang oleh inoculation audiens tidak menolak atau membantah keyakinan atau kepercayaan mereka, namun menggunakan strategi memberikan antibody, yaitu argument rasional dan pembuktian atas kesalahan keyakinan yang dianut inoculation audience.

- d. Perubahan yang besar (the magnitude change principle)

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa perubahan akan lebih mudah dilakukan pada tahap yang paling kecil. Semakin besar perubahan yang diharapkan semakin besar argumentasi dan bukti yang harus dipaparkan oleh komunikator.²⁸

Berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang telah disebutkan secara detail, dapat dipahami bahwa seorang komunikator harus memilih prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan tertanam dalam diri komunikan.

3. Teori-Teori Komunikasi Persuasif

Berikut ini beberapa teori komunikasi persuasif yang ditulis oleh Pawit M. Yusup dalam bukunya yang berjudul Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan.

- a. Social judgment theory

Teori ini dikembangkan pertama kali M Sheriff and Hovland pada tahun 1961. Teori ini didasarkan atas peta kognitif kita sendiri terhadap pesan tersebut. Seseorang menerima atau menolak suatu pernyataan atau pesan tertentu, bergantung pada egonya sendiri. Ketika orang menerima pesan baik verbal maupun nonverbal mereka akan segera menjudge (memperkirakan atau menilai) dimana pesan harus ditempatkan dalam bagian otak dengan cara membandingkan dengan pesan-pesan yang

⁸ *Ibid*, 212-213

diterima selama ini. Teori ini juga menjelaskan tentang bagaimana seorang individu menilai pesan-pesan yang mereka terima. Ia juga mampu memprediksi bahwa seseorang menerima atau menolak terhadap pesan yang masuk.²⁹

b. Inuclation theory

Teori ini pertama kali di perkenalkan oleh Wiliam Meguire tahun 1961. Teori ini digunakan untuk menjelaskan sifat kekebalan atau ketahanan yang lebih besar terhadap diri seseorang. Atau jika dalam konteks ini adalah proses suplai informasi kepada penerima dilakukan komunikasi terjadi dengan harapan agar informasi yang dikirim mampu membuat penerima lebih resitant. Dalam sifat penyajian suatu pesan dianggap penting kedudukannya, hal ini bermaksud agar pesan-pesan yang telah disampaikan diterima oleh audiens dengan benar sesuai dengan harapan penyajiannya.³⁰

c. Balance Theory

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Frits Heider dan Thendore Newcomb tahun 1946. Teori ini menjelaskan ketika tekanan diantara orang-orang meningkat, mereka akan berusaha untuk mengurangi tekanan melalui persuasi diri atau mencoba membujuk (mempersuasi) orang lain. Teori keseimbangan ini juga termasuk kedalam kategori humanistic, meskipun dalam situasi tertentu bisa bersifat objektif dan deterministik.

⁹ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: PT. Bumi Askara. 2009), 109

¹⁰ *Ibid*, 110

Secara Eptimologis teori ini memiliki kebenaran yang multi, bahwa manusia mencoba mengurangi tekanan dengan cara mempersuadidiri dengan orang lain. Sedangkan secara Ontologis teori ini mewakili kebebasan kemauan, orang bisa bebas memilih apakah suka atau tidak terhadap sesuatu yang diterimanya. Dan secara Aksiologis teori ini memiliki muatan nilai (value – laden), proposisi teoritisnya bersifat teoritis dan bias.³¹

d. Rangk's Model

Teori ini dikembangkan oleh Hugh Rank pada tahun 1976. Teori ini menegaskan bahwa persuaders menggunakan dua strategi utama untuk mencapai tujuanya. Dua strategi ini secara baik disusun dalam dua skema yaitu intensify (pemerkuat) dan downplay (pengurangan). Teori ini menegaskan bahwa kita melakukan penjelasan persuasif dengan cara menonjolkan kelebihan dan mengurangi kekuatan secara pesan yang datangnya dari luar dengan cara menonjolkan kekurangan-kekurangan dan kelemahanya.³²

e. Source Credibility Theory

Teori ini dikembangkan oleh Holand, Janis dan Kelly pada tahun 1953. Disini dijelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah untuk dibujuk (dipersuasi) jika sumber persuasinya memiliki kredibilitas yang cukup. Biasanya kita akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang-orang

¹¹ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: PT. Bumi Askara. 2009), 111

¹² *Ibid*, 112

yang memiliki kredibilitas dibidangnya. Berdasarkan teori kredibilitas dapat diketahui bahwa dalam melakukan persuasi kepada seseorang maupun kelompok maka kredibilitas komunikator harus dipertimbangkan.³³

4. Metode-Metode Komunikasi Persuasif

Dalam melaksanakan komunikasi persuasif, komunikator sebaiknya mempersiapkan segala hal secara matang dan baik. Seperti metode dan teori yang mendukung pelaksanaan komunikasi persuasif tersebut. Berikut beberapa teori yang bisa dikembangkan menjadi beberapa metode dalam komunikasi persuasif.

- a. Metode *Asosiasi*, adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpang pada suatu peristiwa yang actual, atau sedang menarik perhatian dan minat masa
- b. Metode *Integrasi*, kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu atau mengandung arti kebersamaan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal.
- c. Metode *Pay-off* dan *Fear-rousing*, adalah kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaan atau memberi harapan.
- d. Metode *Icing*, yaitu menjadikan indah sesuatu sehingga menarik siapa yang menerimanya.³⁴

³³ *Ibid*, 114

³⁴ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 126

5. Proses Komunikasi Persuasif

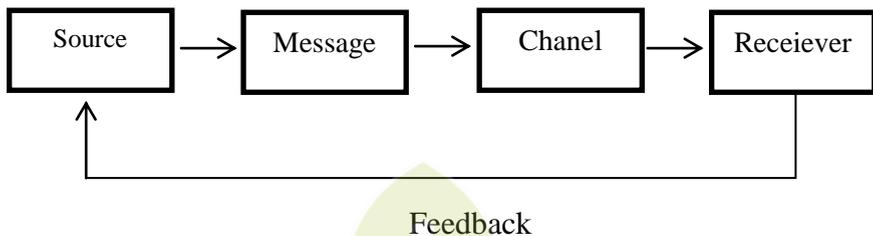
Proses komunikasi dapat terjadi apabila sumber (komunikator), bermaksud menyampaikan gagasan (informasi, saran, permintaan dan seterusnya) yang ingin disampaikan kepada penerima dengan maksud tertentu. Untuk itu dia menterjemahkan gagasan tersebut menjadi simbol (proses *Encoding*) yang selanjutnya disebut pesan (*message*).³⁵ Persuasi adalah suatu teknik komunikasi jadi proses komunikasi persuasi adalah proses komunikasi yang ditunjukkan untuk menyesuaikan suatu pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Sedangkan yang menjadi komponen-komponen proses komunikasi adalah:

- a. Source/sumber yang dimaksud dengan source atau sumber adalah komunikasi atau yang disebut dengan komunikator (orang yang mengirim pesan), yang dapat berupa personal, lembaga, atau suatu organisasi.
- b. Message/pesan yaitu segala sesuatu yang dikirim oleh sumber melalui berbagai ide atau gagasan yang telah dirumuskan melalui bentuk komunikasi tertentu.
- c. Chanel/saluran yaitu yang membawa pesan-pesan dan mungkin mempunyai gangguan yang terbawa. Berupa alat atau benda yang telah diatur atau didata menurut susunan atau tatanan tertentu, sehingga ia bukan saja menjadi sekedar saluran tetapi juga menunjang efektifnya komunikasi.

¹⁵ Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi: Prilaku Insani Dalam Organi Pendidikan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 16

- d. Receiver/penerima yaitu siapa saja sasaran yang menerima pesan yang mencoba mebebaskan saluran dan menambah interpretasi pribadinya. Komunukasi atau biasa disebut juga dengan komunikan.

Proses komunikasi diatas juga bisa dilihat pada bagan berikut ini:



Jadi dalam proses komunikasi persuasi semua ini harus dapat disiapkan secara matang. Semua komponen itu harus diarahkan kepada upaya dalam mensukseskan komunikasi. Sebab jika salah satu komponen itu terabaikan maka proses komunikasi akan terganggu atau bahkan gagal.

6. Tahap-Tahap Komunikasi Persuasif

Adapun dalam tahapan komunikasi persuasif ada beberapa formasi yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan komunikasi persuasif yang terdiri dari *attention* (perhatian), *inters* (minat), *desire* (keputusan), dan *action* (kegiatan).³⁶ Hal ini tentu perlu dilaksanakan secara sistematis jika ingin komunikasinya berhasil, Raymond S. Ross dalam buku Jalaludin Rahmat yang berjudul retorika modern

¹⁶ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung Rosdyakarya, 2008), 37

dan pendekatan praktis menganjurkan sistem penyusunan pesan seperti berikut ini:

- a. Perhatian: timbulkan perhatian sehingga khalayak memiliki persaan yang sama tentang masalah yang dihadapi.
- b. Kebutuhan: kebangkitan dan terangkan perlunya masalah tersebut diatas dengan menghubungkan pada kebutuhan pribadi dan daya tarik motif.
- c. Rencana: jelaskan pemecah masalah tersebut dengan melihat pengalaman masalalu, pengetahuan dan kepribadian khalayak.
- d. Keberatan: kemukakan keberatan-keberatan kontra argumentasi atau pemecahan lainnya.
- e. Penegasan Kembali: bila arah tindakan yang diusulkan telah terbukti dengan baik, tegaskan kembali pesan tersebut dengan ikhtisar, tinjauan singkat, kata-kata singkat dan visualisasi.
- f. Tindakan: tunjukan secara jelas tindakan yang harus mereka lakukan.³⁷

Komunikasi persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian mad'u. Upaya ini dilakukan tidak hanya kata-kata yang merangsang, tetapi juga dengan penampilan ketika menghadapi khalayak. Wilbur Sehrum mengemukakan.

“Persuasif menghendaki efek yang baik, maka dalam pendekatannya apa yang disebut dengan prosedur atau action, yang artinya tindakan-tindakan persuasif akan dapat menghasilkan hasil yang memuaskan jika komunikator berusaha membangkitkan perhatian

¹⁷ *Ibid*, 38

(*attention*) komunikasi terlebih dahulu dengan usaha-usaha komunikator.³⁸ Jika perhatian komunikator telah berhasil didapatkan maka komunikator baru dapat berusaha menggerakkan komunikan untuk berbuat sesuai dengan harapan komunikator.

Bisa kita simpulkan atau pahami bahwasanya tahapan-tahapan komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis atau terencana. Hal ini dimulai dari perhatian hingga tindakan agar komunikasi persuasif yang disampaikan sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

7. Efek Komunikasi Persuasif

Adapun beberapa efek komunikasi persuasif seperti berikut:

a. Efek Kognitif

Ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya sebagai bentuk Efek Kognitif. Pemahaman tersebut didahului kegiatan berpikir tentang pesan dakwah.³⁹ Greenwald menegaskan bahwa perubahan sikap adalah fungsi berfikir. Respons-respons kognitif adalah pikiran yang dimiliki individu sebagai reaksi terhadap sebuah pesan persuasif.⁴⁰

Efek kognitif dapat tercapai apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan komunikan.

¹⁸ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 129

¹⁹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 457

²⁰ Charles R. Berger, Michael E. Rallof, David R. Raskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi* (Bandung: Nusa Media, 2014), 292

b. Efek Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.⁴¹

Dalam komunikasi persuasif, efek afektif dapat diketahui melalui sikap yang diberikan komunikan terhadap pesan yang disampaikan kepada komunikator.

c. Efek Behavioral

Pada dasarnya efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui efek kognitif, afektif. Jika dakwah telah dapat aspek behavioral yaitu telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran-ajaran islam sesuai dengan pesan dakwah, maka dakwah dapat dikatakan berhasil dengan baik, dan inilah tujuan akhir dakwah.⁴²

Keberhasilan efek behavioral ini dapat diketahui ketika tindakan yang dilakukan komunikasi sesuai dengan pesan yang disampaikan komunikator.

⁴¹ *Ibid*, 293

⁴² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 458

8. Hambatan Komunikasi Persuasif

Dalam berinteraksi atau berkomunikasi seseorang tentu menginginkan hasil yang efektif agar apa yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan dilaksanakan oleh komunikan. Namun jika dalam komunikasinya tersebut belum mampu diterima oleh komunikan, maka komunikasi tersebut belum dinyatakan berhasil. Dengan kata lain dalam proses komunikasi yang dilakukan mengalami hambatan-hambatan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Djen Amar berikut ini bahwasanya faktor-faktor penghambat dalam berkomunikasi, dapat mengganggu dan merugikan kamunikator maupun komunikan dalam penyampaian pesan yaitu:

- a. Faktor Motivasi, Motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan mendorong orang atau kelompok itu untuk berbuat atau bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi seseorang atau suatu kelompok akan mendapatkan kesulitan.
- b. Factor Prasangka atau Prejudice. Bila seseorang dihinggapi perasaan prasangka dan bersikap curiga terhadap orang lain sehingga terjadi penilaian yang tidak obyektif, ini akan mempersulit komunikasi untuk mencapai hasil yang di inginkan.
- c. Factor Semantic. Adanya kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antara komunikator dan komunikan akan mengkaburkan makna komunikasi itu sendiri dan menimbulkan salah pengertian.

- d. Factor Suara Gaduh-riuh. Suara gaduh ini dapat dibuat secara sengaja. Kegaduhan yang disengaja ada seseorang sedang berbicara ada orang lain rebut dengan tujuan mengganggu proses komunikasi. Kegaduhan yang tidak senagaja yaitu adanya gangguan yang terjadi secara tiba-tiba dari suatu kondisi atau benda lain jatuh dengan sendirinya⁴³

B. Da'i

1. Pengertian Da'i

Kata da'i berasal dari bahasa arab yang berarti orang yang mengajak. Dalam istilah komunikasi disebut dengan komunikator.⁴⁴ Dalam pengertian khusus (pengertian islam), da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku kearah kondisi yang lebih baik atau menurut syariat Al-Qur'an dan As-Sunah.⁴⁵

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa da'i adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u untuk mengajak kepada kondisi yang lebih baik sesuai dengan syariat islam.

2. Tugas dan Fungsi Da'i

Adalah merealisasikan ajaran-ajaran Al-Qur'an dan As-Sunah ditengah masyarakat sehingga Al-Qur'an dan As-Sunah dijadikan pedoman hidup dan penuntun hidupnya. Kehidupan Da'i dalam masyarakat luas mempunyai fungsi yang cukup menentukan.

²³ M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi*, 15

²⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 68

²⁵ *Ibid*, 69

- a. Meluruskan Akidah.
- b. Memotivasi umat untuk beribadah dengan baik dan benar.
- c. Menegakan amar ma'ruf nahi munkar.⁴⁶

Disamping fungsi diatas, seorang da'i dalam penyampaian komunikasi persuasif kepada mad'u nya mempunyai tujuan sebagai berikut.

- a. Memperkuat dan mengkokohkan keimanan.
- b. Memberikan harapan.
- c. Menumbuhkan semangat untuk beramal.
- d. Menghilangkan sifat-sifat keraguan.⁴⁷

Tujuan-tujuan diatas diharapkan menjadi sebuah motivasi dalam melaksanakan ajara-ajaran agama.

3. Kriteria Da'i

Untuk menjadi seorang da'i yang baik tentu ada beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh seorang da'i jika dakwahnya ingin berhasil antara lain sebagai berikut:

- a. Seorang da'i hendaknya memahami kondisi orang-orang yang didakwahi, karena objek dakwah itu bermacam-macam keadannya. Diantara mereka ada yang memiliki ilmu sehingga da'i membutuhkan kekuatan ilmu dalam debat dan diskusi. Di antara mereka ada yang tidak berilmu, ada yang keras kepala dan ada pula yang tidak keras kepala. Intinya keadaan mereka berbeda-beda, bahkan penerapan

²⁶ M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: 2009), 259

²⁷ *Ibid*, 260

hukumnya juga akan berbeda karena perbedaan kondisinya.

- b. Da'i harus memiliki wawasan yang luas, baik yang terkait dengan ajaran islam itu sendiri yang memang menjadi tema utama dalam dakwah yang dilakukan maupun wawasan kekinian dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bisa menjadi penunjang dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.
- c. Seorang da'i juga harus mempunyai kemampuan atau keterampilan (skill) dakwah sehingga bila berdakwah dengan cara berkhotbah atau berceramah, khotbah dan ceramahnya itu menarik, enak didengar dan jamaah antusias untuk mendengarkannya, karena memang mudah dipahami.
- d. Hendaknya seorang da'i memiliki akhlak yang baik dalam perkataan, perbuatan, dan penampilan yang baik. Maksudnya penampilan yang baik adalah penampilan yang layak untuk seorang da'i. Juga perbuatannya dan perkataannya layak untuk seorang da'i. Yaitu hendaknya berhati-hati dan tenang dalam berkata dan berbuat, memiliki pandangan yang mendalam. Sehingga tidak bisa mengesankan bahwa agama itu sulit, selama masih bisa untuk dihindari kesan tersebut. Dan hendaknya tidak mengambil sikap yang keras selama masih bisa berlemah lembut.

4. Karakteristik Da'i

a. Kredibilitas

Latar belakang pendidikan kepercayaan nilai, etika dan praduga, kesemuanya mempengaruhi cara berkomunikasi satu sama lain.⁴⁸ Sukses atau tidaknya suatu kegiatan dakwah yang banyak ditentukan oleh da'i maka dibutuhkan seorang da'i yang mampu mempengaruhi sikap anggota masyarakat (komunikan). Komunikator dalam hal ini disebut sebagai da'i harus memiliki sifat atau karakteristik sendiri seperti kredibilitas. Maka kredibilitas da'i harus diperhatikan agar mampu mempengaruhi komunikan untuk menerima dan melaksanakan pesan yang disampaikan.

b. Daya Tarik Da'i

Daya tarik merupakan salah satu kekuatan untuk menarik perhatian komunikan atau mad'u. Onong U. Effendi mengatakan.

“seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap dan tingkah laku melalui mekanisme daya tarik jika komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan.”⁴⁹

Dalam pendapat lain dikemukakan pendapat menurut Tan Alexix mengungkapkan "dimensi daya tarik diukur dengan kesamaan (*similarity*), keakraban (*fimilarity*) dan kesukaan (*liking*). Kesamaan disini dimaksudkan kesamaan demografi dan kesamaan

²⁸ Patrick Forsyth, *Komunikasi Persuasif Yang Berhasil*, (Jakarta: Arcan, 1993), 17

²⁹ *Ibid*, 73

ideologi yang berhubungan dengan usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, agama, ras, tempat tinggal, pandangan, pengetahuan dan ide gagasan antara komunikator dengan komunikan. Lebih lanjut dikatakan bahwa keakraban adalah kedekatan, yaitu yang berhubungan dengan perasaan empati, simpati dan kedewasaan yang dimiliki oleh komunikator. Kesukaan antara lain frekuensi kehadiran, ketepatan waktu, keteladanan, dan kesopanan yang dimiliki oleh komunikatornya.⁵⁰

Dari dua pengertian daya tarik diatas, dapat dipahami bahwa komunikator yang memiliki daya tarik tertentu yang cukup kuat akan membawa komunikan untuk melakukan identifikasi. Daya tarik tersebut bisa dalam bentuk penampilan fisik, karakter yang ingin dicitrakan, metode pemaparan pesan dan intonasi.⁵¹ Identifikasi dapat terjadi bila komunikan menempatkan diri dalam suatu definisi yang memuaskan dirinya. Setiap komunikator memiliki daya tarik khusus, terutama bagi da'i yang akan berdakwah.

5. Hubungan Da'i dengan Mad'u

Dalam kegiatan dakwah selalu terjadi proses interaksi sosial, yaitu hubungan antara Da'i dan Mad'u. Interaksi sosial dalam proses dakwah ini ditunjukkan untuk mempengaruhi Mad'u yang akan membawa perubahan sikap perilaku seperti tali persaudaraan dengan silaturahmi dan meneladani kepribadian yang baik dari sang Da'i.

³⁰ M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi*, 73

³¹ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*, 215

Dakwah merupakan suatu upaya untuk merealisasikan ajaran islam kedalam kehidupan manusia. Langkah pertama dalam sebuah dakwah yaitu hadirnya orang-orang yang menyeru kepada kebajikan, menyeru yang makruf dan mnecgah yang munkar. Kelompok inilah yang disebut subjek dakwah (Da'i). Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan baik secara individu, kelompok, atau berebentuk lembaga.

Selain itu unsur kedua terwujudnya suatu kegiatan dakwah yaitu adanya orang yang menjadi sasaran dakwah, kelompok atau orang inilah yang disebut dengan mad'u. Antara Da'i dan Mad'u terdapat hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya harus terlebih dahulu memahami kondisi dan karakter Mad'u, begitu pula seorang Mad'u harus memandang seorang Da'i dari segi kredibilitas yang dimiliki oleh seorang Da'i.

Citra Da'i yang dijadikan panutan adalah mereka yang memiliki ketokohan karena keulamanya. Idealnya sikap seorang Da'i yang menjadi teladan adalah Da'i yang memiliki kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian dan kepantasan. Namun problematika yang sering muncul dalam pelaksanaan dakwah swkarang ini adanya Mad'u yang memiliki tingkat pemahaman yang kurang terhadap karakteristik Da'i yang harus dijadikan suri tuladan.

Kadar akal dapat dipahami sebagai tingkatan intelektual, bisa juga dipahami sebagai cara berpikir, cara merasa dan kecendrung kejiwaan yang lainnya. Jika seorang Da'i berdakwah setiap hari, tetapi masyarakat tidak paham malah mereka kesal kepadanya, mereka

tidak membantu program-program dan jurang pemisah kepada mereka semakin lebar, itu semua merupakan indikasi bahwa dakwah dari Da'i tersebut tidak efektif.

I. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.⁵² Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.⁵³ Sedangkan Astrid mengatakan pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan mempengaruhi komunikan kearah yang diinginkan komunikator.⁵⁴

Sebuah pesan atau isyarat yang disampaikan oleh individu atau khalayak mempunyai tujuan untuk merubah sikap, pendapat dan perilaku individu atau khalayak. Seseorang Da'i tentu harus memiliki strategi khusus agar materi dakwah nya dapat diterima dengan baik sehingga pesan yang disampaikan menyentuh hati khalayak atau masyarakat.

Pengertian dakwah sendiri dibagi menjadi 2 bagian jika di tinjau dari segi bahasa (*Etymology*) dan dakwah di tinjau dari segi istilah (*terminology*): Arti dakwah jika ditinjau dari segi bahasa (*Etymology*)

⁵² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grfindo Persada, 1998), 23

⁵³ Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pertama, 1997), 9

⁵⁴ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta, 1997), 7

dakwah berasal dari bahasa arab (kata kerja) yaitu *da'a*, *yad'u*, artinya memanggil, mengajak atau menyeru. Sedangkan arti dakwah jika ditinjau dari segi istilah (*terminology*) mempunyai arti bermacam-macam untuk lebih jelasnya akan disajikan pendapat para ahli ilmu dakwah.⁵⁵

- a. Wardi Bachtiar mengatakan bahwa dakwah adalah “suatu proses atau upaya untuk mengubah sesuatu situasi yang lain lebih baik sesuai dengan ajaran islam, atau proses mengajak manusia kejalan Allah SWT yaitu Al-Islam (Al- Qur’an dan Al- Hadist)
- b. Rini Setiawati mengutip dari M. Nasrudin Latif mengatakan bahwa dakwah adalah “setiap usaha atau aktifitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis besar dan syariat serta akhlak islami, garis-garis besar dan syariat serta akhlak islamiyah.⁵⁶
- c. Menurut M Ali Aziz, dakwah berasal dari kata dakwatan, yang berarti mengajak. Dalam pengertian yang lebih khusus dakwah berarti segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang bisa mengahayati dan mengajarkan ajaran islam dalam lapangan kehidupan.

Dalam buku teori dan praktek juga dijelaskan bahwa *dakwah islamiyah* menyatakan setiap usaha efektifitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat mengajak,

⁵⁵ Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam* (Bandung: Diponegoro, 1992), 3

⁵⁶ Rini Setiawati, *Ilmu Dakwah*, (Bandar Lampung: Pusikamila, 2009), 3

menyeru dan memanggil orang lain supaya beriman dan mentaati perintah Allah SWT, dan menjauhi larangannya sesuai dengan ajaran islam dengan garis-garis kaidah syariah serta akhlak yang sesuai dengan norma-norma islam.⁵⁷

Pengertian dakwah merupakan sebuah kegiatan, ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya, dakwah dapat dilakukan secara sadra dan berencana, tentunya dalam upaya mempengaruhi orang lain baik agar timbul kesadaran dalam dirinya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Dari definisi atau pengertian dakwah diatas walaupun sedikit berbeda, tetapi dakwah memiliki tiga unsur pokok yaitu:

- a. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran islam kepada komunikan kepada komunikator.
- b. Penyampaian ajaran islam tersebut dapat berupa *amar ma'ruf* (ajakan kepada kebajikan) dan *nahi munkar* (mecegah kemkasiatan dan menukaran)
- c. Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu idnividu atau masyarakat taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran islam. Dakwah berfungsi mempengaruhi dan bisa mengajak manusia supaya mengikuti atau menjalankan ideology terhadap oarang yang mengajak. Sedangkan pengajak atau da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya.⁵⁸

³⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 5

³⁸ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Prcetakan Opset Indah, 1993), 35-36

Hakikatnya dakwah merupakan wujud hakiki (*al-haqq*) adalah *al-islam* dan *syariah*. Agama islam adalah agama yang menganut ajaran kitab Allah yakni Al-Qur'an dan Al-Hadist Rosullulah SAW. Karena keduanya merupakan sumber utama dari ajaran islam. Oleh karena nya materi dakwah islam tidaklah terlepas dari dua sumber tersebut, bahkan bila tidak bersandar dari keduanya seluruh aktifitas dakwah akan sia-sia dan dilarang oleh syariat islam. Al-Qur'an dan As-Sunnah merupakan sumber pokok materi dakwah, sehingga jelaslah materi dakwah merupakan seluruh ajaran islam secara kaffah. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah yang terdapat dalam surah An-Nahl Ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Seseungguhnya 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)

2. Pengelompokan pesan dakwah

Pesan dakwah adalah pesan-pesan. Materi atau segala sesuatu yang disampaikan oleh da'i (*subjek dakwah*) kepada Mad'u (*objek dakwah*), yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada di dalam kitabullah maupun sunah rosul-nya. Atau disebut dengan *al-haqq*

(kebenaran yang hakiki) yaitu islam yang bersumber dari Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah.

Materi (*maddah*) ini merupakan salah satu unsur dakwah, materi dakwah merupakan isi pesan yang disampaikan oleh Da'i kepada Mad'u dalam hal ini tentu jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.

Oleh karena itu membahas apa yang menjadi *maddah* dakwah adalah membahas ajaran islam itu sendiri, dan pada garis besar ajaran islam yang dijadikan *maddah* dakwah menurut M Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah mengelompokan ilmu dakwah dalam tiga bagian yaitu:

a. Masalah Aqidah

Kata aqidah berasal dari bahasa arab *aqidah* yang bentuk jama'nya adalah *Aqa'idah* dan berarti *Belief* (Kepercayaan dan Keyakinan)

Berdasarkan pengeertian secara etimologi diatas bisa disimpulkan bahwa aqidah adalah keyakinan atau keimanan. Aqidah menurut istilah adalah mengikat hati seseorang pada sesuatu yang diyakini dan ikatan tersebut tidak boleh dilepaskan selama hidupnya.

M Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah berpendapat bahwa Aqidah atau keimanan dapat di kelompokkan menjadi enam kelompok yaitu:

- 1) Iman kepada Allah
- 2) Iman kepada Malikat Allah
- 3) Iman kepada kitab-kitab Allah
- 4) Iman kepada Rasul-rasul Allah

- 5) Iman kepada hari Akhir
- 6) Iman kepada qadha dan qadar⁵⁹

Hal ini sesuai dengan Ayat Al-Qur'an salah satu nya adalah Qs. Al-Baqrah 285 yaitu:

ءَامَنَ الرَّسُولُ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مِنْ رَبِّهِ ۚ وَالْمُؤْمِنُونَ كُلٌّ ءَامَنَ بِاللَّهِ
وَمَلَائِكَتِهِ ۖ وَكُتُبِهِ ۖ وَرُسُلِهِ ۖ لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِّنْ رُّسُلِهِ ۗ
وَقَالُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا ۗ غُفْرَانَكَ رَبَّنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ ﴿٢٨٥﴾

Artinya: "Rasul telah beriman kepada Al-Qur'an yang diturunkan kepadanya dari tuhanNya, demikian pula orang-orang yang beriman. Semuanya beriman kepada Allah, malaikat-malaikat Nya, kitab-kitab Nya, dan rasul-rasul Nya. (mereka mengatakan: "kami tidak membeda-bedakan antara seseorang pun (dengan yang lain) dari rasul-rasul Nya", dan mereka mengatakan "kami dengar dan kami taat." (Meraka berdoa): "Ampunilah kami ya tuhan kami dan engakulah tempat kembali." (Q.S. Al-Baqrah: 285).

Materi pokok dakwah adalah aqidah islamiyah dan merupakan aspek yang akan membentuk moral (akhlak) manusia, maka dari itu yang kali pertama yang dijadikan materi dakwah islam adalah masalah aqidah atau keimanan. Aqidah yang menjadi materi utama itu memiliki ciri-ciri yang membedakanya dengan kepercayaan agama lainnya:

- 1) Sebuah keterbukaan yang melalui persaksian (syahadat). Maka dengan demikian seorang muslim

⁵⁹ M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 24

harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain (non muslim).

- 2) Sebuah pandangan yang sangat luas dapat memperkenalkan bahwa Allah SWT adalah tuhan seluruh alam semesta.
- 3) Kekuatan atau ketahanan antara iman dan islam, antara lain iman dan amal perbuatan.⁶⁰

b. Tentang syariah

Secara bahasa kata *Syari'ah* berarti “jalan tempat nya keluar air untuk minuman”. Dan kemudian bangsa arab menggunakan kata ini untuk konatasi jalan lurus. *Syari'ah* adalah ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan Allah SWT, atau hasil-hasil pemahaman atas dasar ketentuan tersebut, untuk dijadikan pegangan oleh umat manusia baik dalam hubungannya dengan tuhan, dengan manusia lain (orang islam dan non muslim).

c. Tentang Akhlaqul Karimah

Akhlaq secara etimologis berasal dari bahasa arab, akhlaq yang merupakan bentuk jama' dari “*Khuluqun*” yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau Tabi'at.⁶¹ Ada beberapa pakar yang telah mendefinisikan tentang akhlaq antara lain:

Menurut M Ali Aziz yang mengutip pendapat Al-Ghazali mengartikan akhlaq sebagai suatu sifat yang tetap pada seseorang yang mendorong untuk melakukan perbuatan yang mudah tanpa membutuhkan pemikiran.

Sedangkan menurut Asmuni Sukir dalam bukunya dasar-dasar strategi dakwah menyatakan bahwa

⁴⁰ *Ibid*, 49

⁴¹ M. Munir, *Metode Dakwah*, 26-27

masalah akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah). Merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang.

Akhlak menurut Ibnu Maskawih dalam kitab “*Tanjib Al Akhlak*” bahwa akhlak diartikan sebagai teladan jiwa yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan tanpa memerlukan pikiran.⁶²

Materi akhlak sangat luas sekali, bahkan tidak hanya bersifat lahiriah saja, akan tetapi materi akhlak juga melibatkan bentuk pemikiran yang sangat mendalam. Secara garis besarnya materi akhlak meliputi tiga hal, yaitu:

- 1) Akhlak terhadap Allah SWT, akhlak ini tidak bertolak pada pengakuan dan kesadaran bahwa tiada tuhan selain Allah SWT.
- 2) Akhlak terhadap manusia yang meliputi:
 - a) Diri sendiri
 - b) Tetangga
 - c) Masyarakat
- 3) Akhlak terhadap lingkungan adalah:
 - a) Flora
 - b) Fauna

Mengenai tiga hal di atas sangatlah berkaitan dan sangat terikat antara satu sama lain, karena memang tidak bisa dipisahkan meski dibedakan. Materi dakwah yang disampaikan seorang Da'i kepada Mad'u secara garis besar meliputi masalah aqidah, syari'ah, dan

⁴² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. 117-118

akhlak dengan merujuk pada sumber hukum islam yaitu Al-Qur'an dan Hadist

3. Sifat Pesan Dakwah

1. Dakwah Persuasif

Dakwah persuasif adalah proses mempengaruhi Mad'u dengan pendekatan psikologi, sehingga Mad'u mengikuti ajaran Da'i tetapi merasakan sedang melakukan sesuatu atas kehendak sendiri.⁶³ Efektivitas suatu kegiatan sangat berhubungan dengan bagaimana cara megomunikasikan pesan dakwah itu persuasif atau tidak.

2. Peluang Keberhasilan Dakwah

Keberhasilan suatu dakwah bisa disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

- 1) Pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i memang relevan dengan kebutuhan masyarakat dengan merupakan suatu keniscayaan yang tidak mungkin ditolak, dan mereka menerima dengan antusias.
- 2) Faktor pesona Da'i tersebut memiliki daya tarik personal yang meyebabkan masyarakat mudah menerima pesan dakwahnya ,eskipun kualitas dakwahnya sederhana.
- 3) Faktor psikologi masyarakat yang sedang haus siaraman rohani dan mereka terlanjur memiliki presepsi positif kepada Da'i, sebagai pesan dakwah yang sebenarnya kurang jelas, dan di

⁴³ Akhamd Mubarak, *pengantar Zakia Daradjat Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus 1991), 161

tafsirkan sendiri oleh masyarakat dengan penafsiran yang jelas.

- 4) Karena kemasan yang menarik masyarakat yang sebelumnya acuh terhadap agama, dan Da'i melihat paket dakwah yang diberi kemasan lain, maka paket dakwah itu berhasil dan akhirnya mereka merespon secara positif.

3. Materi Dakwah Persuasif

Kata-kata tentu mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam mengubah perilaku manusia, dan suatu logika mempunyai peran yang sangat besar dalam pengambilan suatu keputusan, dan paduan suara kata-kata logika mempunyai daya panggil yang sangat berwibawa terhadap seseorang. Kata-kata juga dapat menimbulkan kebencian, iri hati, dengki, dan salah paham. Kekuatan kata-kata dalam kaitannya dengan dakwah persuasif, yakni kata-kata yang dapat menjadi stimuli yang merangsang respon psikologi Mad'u terletak pada jenis-jenis kalimat sebagai berikut:

- 1) Karena keindahan bahasa seperti bait-bait syair pusi
- 2) Karena jelasnya informasi
- 3) Karena logikanya yang sangat kuat
- 4) Karena intonasi suara yang berwibawa dan tegas
- 5) Karena memberikan harapan/optimisme masa depan (basyiran)
- 6) Karena memberikan peringatan yang mencekam (nadziran)
- 7) Karena ungkapan yang penuh ibarat

4. Isi Pesan Dakwah

Pada garis besar isi pesan dakwah adalah seluruh ajaran islam secara islam kaffah tidak dipenggal atau sepotong-potong, yang telah tertuang Al-Qur'an dan dijabarkan oleh nabi dalam Al-Hadist.⁶⁴ Dan pengembangan ajaran islam kemudian mencakup kultur islam yang murni yang bersumber dari pokok ajaran islam itu (Al-Qur'an dan Al-Hadist) seperti telah dijelaskan dalam surat An-Nisa 58 yaitu:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
الْأَنْاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang barhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberikan pengajaran dengan sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah maha mendengar lagi maha melihat. (Q.S. An-Nisa ayat 58)

Isi pesan dakwah yang sedemikian luas dan lengkap tersebut menentukan pemilikan-pemilikan dan membuat prioritas-prioritas, dengan memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat yang ada dan menempuh bermacam-macam metode pendekatan subsantial, situasional, kontekstual, selain itu juga pesan dakwah haruslah manusiawi yang diharapkan dapat membentuk

⁴⁴ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, 35

pengalaman sehari-hari menurut tatanan agama, maka materi dakwah pun harus meningkatkan kemampuan dan akomodasi manusia dalam kehidupannya. Maka dari itu dakwah tidak terlepas dari dua hal yaitu kemampuan penerima dakwah dan tingkat berfikirnya keperluan masyarakat. Materi dakwah harus bersifat fundamental, walaupun harus disampaikan dengan metode-metode yang bervariasi.

5. Hubungan Pesan Dakwah dengan Da'i

Dalam proses kegiatan dakwah terdapat beberapa unsur agar kegiatan dakwah bisa berlangsung dengan baik. Adapun unsur-unsur tersebut antara lain: Da'i, Mad'u, materi, media dan tujuan.

a. Hubungan pesan dakwah dengan da'i

Al-Qur'an diturunkan kepada manusia dengan tujuan semua pertanyaan, perintah, larangan, janji dan ancaman yang ada didalamnya mengandung pesan moral yang ditujukan kepada manusia agar mereka selalu beramar ma'ruf nahi munkar. Dan manusia di muka bumi ini diciptakan sebagai khalifatullah dan sebagai manusia secara umum dan muslim yang khususnya yang ibadullah yang ada di dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 30 yang berbunyi:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَحَنُنٌ نَّسِيحٌ
بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ۝

Artinya: Dan (ingatlah) ketika tuhan mu berfirman kepada para malaikat: “sesungguhnya aku hendak menajdikan khalifah di muka bumi.” mereka berkata:”mengapa engkau hendak menjadikan Khalifah di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senatsiasa dengan memuji engkau dan mensucikan engkau? “tuhan berfirman: sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”. (Al-Baqarah ayat 30)

Dari ayat diatas manusia dituntut untuk berfungsi sebagai penata, pengatur, dan pembangun agar memanfaatkan seluruh isi alam raya ini dengan sikap yang shaleh. Manusia juga harus senantiasa menjaga dan memperhatikan tatanan alam secara fisik dan tata aturan sosial budaya yang sesuai dengan aturan islam dalam hal ini manusia umumnya dan umat islam khususnya mempunyai tanggung jawab moral untuk hadir ditengah-tengah kehidupan sosial masyarakat sebagai figur dihadapan manusia lainnya.

Hal ini ditegaskan oleh nabi Muhammad SAW sevuah hadist yang artinya: “barang siapa diantara kalian melihat kemungkaran maka hendaklah ia mengubahnya (mencegah) dengan tangan nya, apabila tidak mampu maka dengan lidahnya, apabila ia tidak kuasa maka dengan hatinya dan itulah lemah-lemahnya iman”.

Pada dasarnya tugas dari seorang Da'i adalah untuk meneruskan tugas nabi Muhammad SAW. Sebagai pewaris nabi, selain menyampaikan isi ajaran Al-Qur'an juga menyampaikan sunal rosul

menurut kadar kemampuannya. Lebih tegas lagi seorang Da'i adalah untuk merealisasikan ajaran Al-Qur'an dan As-Sunah demi terwujudnya masyarakat baik yang di ridhoi Allah SWT, seorang Da'i juga harus memiliki sifat-sifat islami dan peregang teguh dengan cara yang benar dan baik dalam melaksanakan dakwah nya.

b. Hubungan pesan dakwah dengan mad'u

Mad'u atau objek dakwah adalah seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang di perintahkan menjalankan agama islam dan diberi kebebasan untuk berikhtiar. Kehendak dan tanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya, mulai dari individu, keluarga, kelompok, kaum massa, dan umat manusia seluruhnya.

Hubungan pesan dakwah dengan Mad'u atau sasaran dakwah sendiri yang di harapkan oleh Da'i mendapat feedback dari komunikan.

Allah berfirman dalam surat Ar-Rum ayat 47 yang berbunyi:

وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ رُسُلًا إِلَىٰ قَوْمِهِمْ فَجَاءَهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ
فَاتَّقَمْنَا مِنَ الَّذِينَ أَجْرَمُوا ۗ وَكَانَ حَقًّا عَلَيْنَا نَصْرُ
الْمُؤْمِنِينَ ﴿٤٧﴾

Artinya: Dan sesungguhnya kami telah mengutus kepada engkau rosul kepada kaum mereka. Mereka datang membawa keterangan dan penjelasan dimana kami menyiks mereka yang

berdosa. Dan kami berkewajiban membantu orang-orang yang mukmin. (Ar-Rum ayat 47)

Dengan jelas dinyatakan bahwa perbaikan sistem individu dan sosial kemasyarakatan merupakan tujuan inti dari utusnya rosul, sejak diturunkan Al-Qur'an telah mengajak umatnya untuk merespon persoalan dimasyarakat, berdialog dan berkomunikasi dengan kebutuhan yang terjadi. Kitab utama dakwah adalah Al-Qur'an yang diajak bicara dengan manusia, dan manusia sebagai manusia dimuka bumi ini sebagai abdillah harus mampu maniru menjalankan nilai-nilai dalam Al-Qur'an dan As-Sunah sesuai dengan batas kemampuan manusia dalam realitas dan tanggung jawab nya. Dimana manusia harus mampu menciptakan suatu kondisi yang damai, sejahtera, dan pada taraf hidup kehidupan surgawi yang penuh rahmat dan ampunan ilahi.

c. Pesan dakwah dengan tujuan dakwah

Adapun tujuan dari program kegiatan dakwah dan penerangan agama adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengalaman ajaran agama yang dibawakan oleh juru dakwah atau penerang agama.⁶⁵

Menurut M. Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosok kultural dalam rangka terwujudnya ajaran islam dalam

⁴⁵ Tuleha, Hamzah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Indah Offset, 1993), 58-59

semua aspek kehidupan. Ini menunjukkan bahwa tujuan dakwah untuk mengubah sikap mental, perilaku atau tingkah laku manusia yang kurang menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar yang timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa dari siapapun.⁶⁶

Pesan dakwah dengan tujuan dakwah adalah yang dimaksud oleh Da'i dalam penyampaian pesan dakwah.

d. Pesan dakwah dengan feed back

Timbal balik dari Mad'u atau sasaran dakwah dari seseorang Da'i menyampaikan pesan dakwah. Jadi setelah pesan dakwah disampaikan oleh Da'i maka selanjutnya bagaimana tanggapan atau respon dari Mad'u sendiri apakah menerima atau merubah sikap atau menolak atau mengabaikan. Tanggung jawab Da'i akan menjadi berat ketika feed back dari Mad'u menola dan tetap mengabaikan. Jadi semua tergantung dengan isi pesan dakwah dan cara menyampaikan pesan dakwah tersebut.

⁴⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 60

DAFTAR PUSTAKA

- Akhamd Mubarak, *Pengantar Zakia Daradjat Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus 1991)
- Asep Saepul Muhtadi, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2015)
- Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdyakarya,2010)
- Charles R. Berger, Michael E. Rallof, David R. Raskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Nusa Media, 2014)
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997)
- Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi: Prilaku Insani Dalam Organi Pendidikan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016)
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grfindo Persada, 1998)
- Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992)
- Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*, (Bandung: Refika Offset, 2007)
- Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung Rosdyakarya, 2008)
- Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Prcetakan Opset Indah, 1993)
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996)
- Sumanto , *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian* , (Jakarta: CAPS, 2014)
- Mulyana Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung:PT.Remaja Rosda Karya, 2008)

- M. Munir, dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009)
- Moloeng Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdyakarya, 2005)
- M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009)
- M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: 2009)
- Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009)
- Onong Uchajana Effendi. *Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung:PT.Remaja Rosda Karya, 1990)
- Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*, (Jakarta: PT. Bumi Askara. 2009)
- Patrick Forsyith, *Komunikasi Persuasif Yang Berhasil*, (Jakarta: Arcan, 1993)
- Rini Setiawati, *Ilmu Dakwah*, (Bandar Lampung: Pusikamila, 2009)
- S. Djuarsa Senjaya. *Teori Komunikasi*, (Jakarta:Universitas Terbuka, 1994)
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013)
- Sugiono, *Metode Penelitian Adsminitrasi*, (Bandung: Alfabeta, 20010)
- Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung:CV. Pustaka Setia, 2002)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitati, Kulitatif, dan R&B*, (Bandung: Cv Alfabeta. 2009)
- Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta, 1997)
- Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2004)

Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997)

Tuleha, Hamzah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Indah Offiset, 1993)

Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdya Karya, 2010)

