

**Dr. H. M. Kholili, M.Si**

*Model Komunikasi untuk Dakwah:*

# **DAKWAH RAMAH UNTUK SEMUA**

**Communicate the Islam  
with Friendly for All (CIFA)**

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**

2019

## DAFTAR ISI

Bagian Satu: UPAYA MERUMUSKAN KONSEP DAKWAH .....	1
A. TEKS DAN PEMIKIRAN KONSEP DAKWAH .....	1
1. BeberapaTeks Dakwah .....	1
2. Beberapa konsep Dakwah Islam .....	4
3. Proses Dakwah .....	5
4. Kompetensi Da'i .....	6
5. Kegiatan Dakwah .....	7
a. Menetapkan Tema Pesan .....	7
b. Menyajikan Pesan .....	8
c. Menggunakan Metode Dakwah .....	8
1) Dakwah Muaidhah Hasanah dengan Komunikasi Penerangan .....	9
2) Dakwah Mujadalah dengan Komunikasi Penyuluhan .....	11
d. Memanfaatkan Bentuk Komunikasi .....	12
6. Efektivitas dan Hasil Dakwah .....	13
B. PENGUKURAN KONSEP DAKWAH .....	16
1. Kompetensi Da'i .....	18
2. Perencanaan dan Pengarusutamaan Tahapan Kegiatan Dakwah .....	19
a. Penggunaan Metode Dakwah .....	20
b. Penyajian Pesan Dakwah .....	21
c. Penetapan Tema Pesan Dakwah .....	22
d. Pemanfaatan Bentuk Komunikasi .....	23
3. Pengaruh Kegiatan Dakwaht terhadap Efek Dakwah .....	24
C. PEMODELAN DAKWAH .....	27
1. Pengenalan Umat .....	27
2. Perencanaan Komunikasi Dakwah .....	27
a. Penggunaan Metode Dakwah .....	28
b. Penyajian Pesan Dakwah .....	29
c. Penetapan Tema Pesan Dakwah .....	29
d. Pemanfaatan Bentuk Komunikasi .....	29
3. Pelaksanaan Komunikasi Dakwah .....	30
a. Komunikasi Yang Membangun (Top Down) .....	31
b. Komunikasi Yang Memberdayakan (Button Up) .....	31
4. Penilaian Hasil Komunikasi Dakwah .....	32

Bagian Dua: APLIKASI DAKWAH RAMAH .....	33
A. DAKWAH SEBUAH PROSES PEMBANGUNAN .....	33
B. DAKWAH YANG MEMBANGUN (Top down) .....	37
1. Pengenalan Umat .....	37
a. Gambaran Umum Masalah .....	37
b. Analisis Masalah Komunikasi .....	38
2. Perencanaan Komunikasi Dakwah.....	38
a. Pendekatan Komunikasi .....	39
b. Disain Sistem Komunikasi.....	41
3. Pelaksanaan Komunikasi Dakwah .....	42
4. Penilaian Komunikasi Dakwah .....	43
a. Monitoring.....	43
b. Evaluasi .....	43
C. DAKWAH YANG MEMBERDAYAKAN (Button up) .....	44
1. Dakwah dengan Komunikasi Partisipatif .....	44
2. Tahapan Kegiatan Mengenal Umat .....	46
3. Menemukan Kebutuhan Umat dan Melaksanakan Program .....	46
SUMBER RUJUKAN .....	48

## Bagian Pertama: UPAYA MERUMUSKAN KONSEP DAKWAH

### A. TEKS DAN PEMIKIRAN KONSEP DAKWAH

#### 1. Beberapa Teks Dakwah

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٠٧﴾

*Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam (QS, Al-Ambiyaa, 21: 107).*

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾

*Hai Nabi, Sesungguhnya kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan... (QS, Al-Ahzab, 33: 45)*

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

*Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada Mengetahui. (QS, Saba, 34: 28)*

وَلَتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung” ( QS, Ali Imran, 3 : 104).

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

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(QS, An-Nahl, 16: 125).

Beberapa ayat dalam bentuk teks di atas cukup jelas, namun seorang da'i bisa akan mengalami kesulitan ketika ayat-ayat tersebut akan dilaksanakan dalam praktek dakwah, yang bisa jadi dikarenakan keterbatasannya. Sementara setiap ayat mempunyai kedalaman dan keluasan makna yang tidak terbatas dan universal. Oleh karena itu diperlukan adanya penjelasan-penjelasan rinci, agar mudah dilaksanakan dalam dakwah nyata.

### Sebuah Penjelasan Dalil

Ketika ayat-ayat itu akan dilaksanakan dalam kehidupan nyata, kita kemudian mencoba memberikan arti, apa makna ayat tertentu dan bagaimana makna ayat itu dilaksanakan. Kemudian kita mencoba menjelaskan, misalnya dngan penjelsan berikut ini.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٠٧﴾

Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam(QS, Al-Ambiyaa, 21: 107).

Ajaran Islam sebagai rahmat bagi manusia oleh karena ajaran Islam yang memberikan manfaat bagi kehidupan manusia yaitu ajaran yang akan menjadi petunjuk

hati, obat spiritual, menghantarkan kepada kehidupan yang sejahtera lahir batin (Suisyanto, 2006: 93).

يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِذَا أُرْسِلْنَا شَهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾  
وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾

*Hai nabi, Sesungguhnya kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gemgira dan pemberi peringatan, Dan untuk jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi (QS, Al-Ahzab, 33: 45-46).*

Langkah yang dipaparkan di atas, merupakan langkah dasar yang masih global, dalam mana aplikasinya sekarang dan yang akan datang, diperlukan pengembangan konsep guna memenuhi kebutuhan tuntunan kedaan yang ada. Oleh karena itu, lebih jauh Allah kemudian memberikan arahan bahwa, dakwah perlu dilakukan dengan hikmah-bijaksana seperti dalam firman Nya:

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

*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(QS, An-Nahl, 16: 125).*

Dakwah itu harus dilaksanakan dengan 1). metode hikmah, bijaksana; 2). Metode mau'idhah dan 3). Metode debat atau dialog.

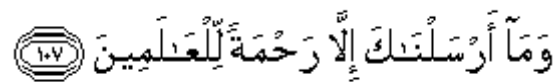
Apa yang bisa kita lakukan berdasarkan penjelasan di atas. Tentulah kita masih kesulitan, karena penjelasan ayat-ayat yang ada masih global, umum dan membutuhkan penjelasan rinci. Lagi pula, ilmu dakwah dengan penjelasan berbasis teks dalil sebagaimana dipaparkan diatas, dapatlah dikategorikan keilmuan dakwah dalam tradisi teks. Tradisi

keilmuan teks ini masih dan harus dapat dilanjutkan kepada tradisi keilmuan konteks, tradisi pemikiran, ijtihadi. Penjelasan rinci atas ayat-ayat itu akhirnya harus dilakukan dengan berusaha dan tidak akan lepas dari upaya:

- memahami realitas sekitar, oleh karena kandungan ayat itu harus dilaksanakan di dalam realitas kehidupan nyata;
- memahami dan menghubungkan dengan ilmu-ilmu terkait yang sudah ada (interkoneksi), dalam mana ilmu-ilmu itu merupakan kristalisasi (temuan dari) realitas yang diteliti, terutama interkoneksi dengan ilmu komunikasi, dalam mana aktivitas dakwah merupakan proses komunikasi.

Berdasarkan kondisi ini, menjadi penting bagi kita untuk berusaha mengembangkan pemikiran lebih dalam dan luas guna merumuskan konsep-konsep dakwah rinci sehingga menemukan langkah-langkah jelas untuk dilaksanakan.

## 2. Beberapa Konsep Dakwah Islam



*Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam(QS, Al-Ambiyaa, 21: 107).*

Allah menegaskan di sini bahwa Rosul adalah rahmat, bukan saja kedatangan beliau membawa ajaran, tetapi sosok dan kepribadian beliau yang berlaku lemah lembut terhadap umatnya adalah rahmat yang dianugerahkan Allah swt kepada beliau.... “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah, engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka” (Shihab, 2002:518), mereka umat manusia. Selain kehadiran sosok Rosul sebagai rahmat dengan kelembutan perangnya, maka kehadiran ajarannya pun menjadi rahmat bagi manusia dan alam semesta. Islam yang rahmat, lemah lembut, penuh kasih sayang ini akan meliputi kelembutan dan kasih sayang dalam aqidah (berkeyakinan), syari’at dan akhlaq (bertindak), dan akan kita lihat kelembutan dan kasih sayang itu ada dalam seluruh aspek kehidupan Islam, sehingga kelembutan dan kasih sayang itu menjadi ciri

khas masyarakat Islam (Aziz, 1997: 80). Penuh kasih sayang ajarannya dengan penuh kelembutan, keramahan; maka penuh kasih sayang pula dalam menyampaikannya dengan penuh kelembutan dan keramahan.

Ajaran Islam sebagai rahmat yang berisi ajaran kasih sayang dan disampaikan dengan penuh kasih sayang; Islam sebagai rahmat bagi manusia juga oleh karena ajaran Islam yang memberikan manfaat bagi kehidupan manusia yaitu ajaran yang akan menjadi petunjuk hati, obat spiritual, menghantarkan kepada kehidupan yang sejahtera lahir batin (Suisyanto, 2006: 93). Terkait dengan fungsi kerahmatan ini dakwah harus mampu menjabarkan ajaran Islam yang masih normatif ke dalam konsep yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata untuk mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan. Pada bagian ini dakwah yang ada harus mampu melakukan dua langkah: menerjemahkan ajaran Islam dalam konsep kehidupan dan mengimplementasikan konsep tersebut ke dalam kehidupan aktual baik untuk individu, keluarga dan masyarakat (Suisyanto, 2006: 94). Oleh karena itu kedatangan Islam yang demikian ini akan merupakan berita gembira bagi seluruh manusia, hanya saja masih cukup banyak orang yang belum memahaminya.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا  
يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

*Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada Mengetahu(QS, Saba, 34: 28).*

### 3. Proses Dakwah

Islam datang untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan dalam kehidupan nyata, di sini diperlukan aktivitas yang bernama dakwah. Bagaimana sebuah kegiatan dakwah dilakukan secara benar dan baik, Allah telah memberikan panduan **proses dakwah** secara garis besar sebagaimana digambarkan dalam surat Al-Ahzab, 33: 45-46:



يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾

وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾

*Hai nabi, Sesungguhnya kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gemgira dan pemberi peringatan, Dan untuk jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi(QS, Al-Ahzab, 33: 45-46).*

Konsep dakwah berdasar pada Al-Ahzab: 45-46 dakwah yang akan dilakukan secara garis besar dapat melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Pengamatan sosial, sehingga seorang da'i - Penyuluh Agama menjadi tahu banyak (**syahidan**) tentang umatnya. Berdasarkan pengetahuan yang banyak tentang kondisi umatnya seorang da'i - penyuluh agama akan mampu melakukan langkah berikutnya.
- b. Memeberi berita gembira dan informasi yang akan menjadi pegangan hidup bagi umat (pesan satu sisi/hal-hal yang positif - **basyiran**)
- c. Memberi peringatan dan solusi hidup atas permasalahan yang dihadapi (pesan dua sisi/selain pesan yang positif juga sisi negatifnya - **nadhiran**)
- d. Melakukan Dakwah yang **mengajak** manusiadenganpersuasi untuk melaksanakan konsep kehidupan Islam dalam kehidupannya serta mendo'akan agar terbuka hati dan pikirannya dan lancar dalam melaksanakan konsep kehidupan Islam yang diterima (**daiyan ila Allah**)
- e. Menjadikan Da'i atau Penyuluh Agama sebagai inspirator dan pencerah (dian) serta pendamping pada setiap upaya pengembangan dan pembangunan dalam masyarakat (**syirajan munira**).

#### 4. Kompetensi Da'i

Terkait dengan peran penting yang harus dilakukan oleh seorang da'i, Berlo (1960: 41-50; lihat juga Mardikanto, 1993: 48-49) mengemukakan empat kualifikasi seorang komunikator-da'i yang meliputi:

- a. **Kemampuan berkomunikasi:** berempati dan berinteraksi dengan baik
- b. **Sikap da'i:** menghayati dan bangga terhadap profesinya, meyakini kebenaran dan kemanfaatan pesan islamnya dan mencintai masyarakatnya
- c. **Kemampuan pengetahuan da'i mengenai:** manfaat pesan dakwah, keadaan masyarakatnya, penyebab masyarakat tidak mau berubah,
- d. **Kemampuan memahami sosial budaya** masyarakat.

## 5. Kegiatan Dakwah

Sesungguhnya cukup banyak bagian kegiatan yang dapat dimasukkan ke dalam sebuah kegiatan dakwah. Berikut ini beberapa bagian kegiatan yang dapat dimasukkan ke dalam sebuah kegiatan dakwah: menetapkan tema pesan, menyajikan pesan, menggunakan metode, dan memanfaatkan bentuk-bentuk komunikasi.

### a. Menetapkan Tema Pesan

**Ragam Tema Pesan.** Ketika ajaran Islam dituntut menjadi ajaran Islam yang memberikan manfaat bagi kehidupan manusia, tugas seorang da'i harus berperan sebagai pihak yang berupaya memenuhi kebutuhan sasarannya (jamaah). Arboleda dalam Mardikanto(1993: 107)mengelompokkan ragam pesan atau materi penyuluhan (penyuluhan Islam / dakwah) ke dalam beberapa kelompok pesan atau materi:

- 1) **Materi pokok**, yaitu materi yang benar-benar **dibutuhkan** dan harus diketahui oleh sasaran utamanya. Materi ini diperlukan 50 % dari seluruh materi yang disampaikan.
- 2) **Materi penting**, yaitu materi yang berisi **dasar pemahaman** tentang segala sesuatu yang **berkaitan dengan kebutuhan** yang dirasakan oleh sasarannya. Materi ini diperlukan 30 % dari seluruh materi yang disampaikan.
- 3) **Materi penunjang**, yaitu materi yang sebaiknya diketahui oleh sasaran untuk **memperluas pemahamannya** tentang kebutuhan yang dirasakan itu. Materi ini diperlukan 20 % dari seluruh materi yang disampaikan.
- 4) **Materi mubadzir**, yaitu materi yang sebenarnya tidak perlu dan **tidak ada kaitannya** dengan kebutuhan yang dirasakan oleh sasarannya.

Pada tahap ini seorang da'i, berdasarkan hasil survai atau pengamatan intensif yang dilakukan, dapat menetapkan mana materi yang pokok, mana materi yang penting, mana materi yang penunjang dan mana materi yang mubadzir. Seorang da'i sedapat mungkin harus dapat menghindari materi yang mubadzir.

### **b. Menyajikan Pesan**

Pesan harus inovatif. Pesan Inovasi adalah pesan yang berisi ide, ketrampilan atau sesuatu hal yang dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh sasarannya sehingga menjadi perlu untuk diadopsi (Rogers(1983: 11)). Sebuah materi dakwah atau penyuluhan agama bisa saja sudah lama ada, namun ketika materi itu disajikan sedemikian rupa, misalnya **dikaitkan dengan kehidupan yang dijalani** dengan teknik penyampaian yang menarik, maka materi yang sudah lama ada itu pun akan dirasa menjadi sesuatu yang baru (inovasi) sehingga kemudian menjadi dibutuhkan. Oleh karena itu menurut Ray (Ray, 1998: 69-70), seorang penyuluh harus mempunyai dua kemampuan dalam menyajikan pesan:

- 1) **Kemampuan dalam menjelaskan pesan.** Pesan yang baik haruslah **jelas** apa yang akan dikerjakan, bagaimana cara mengerjakannya, kapan dikerjakan, dan hasil apa yang akan diperoleh.
- 2) **Kemampuan menimbulkan motivasi.** Pesan yang menghasilkan perubahan bagi perilaku manusia haruslah mampu memberikan **motivasi** pada audiensnya. Pesan yang mampu memberikan motivasi bagi audiensnya adalah pesan yang relevan, menarik, berguna(terbaru dan terbaik, berdasar hasil riset/kajian), mudah dilakukan, dan dipercaya audiensnya.

### **c. Menggunakan Metode Dakwah**

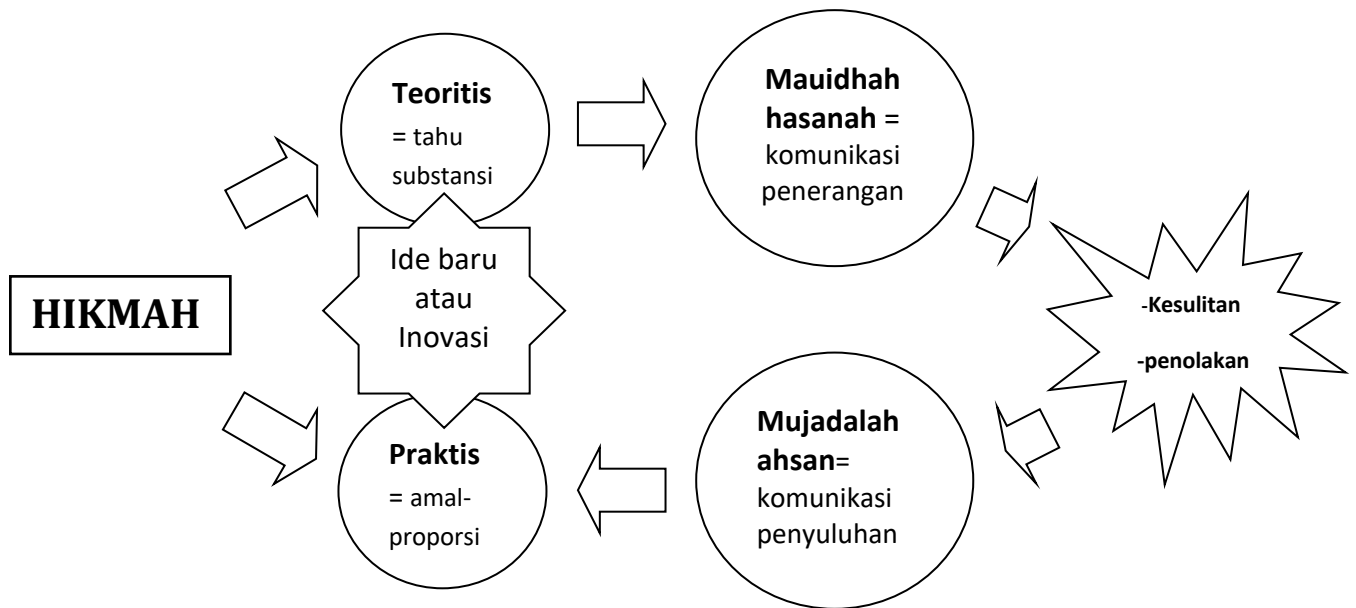
*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik(QS, An-Nahl, 16: 125). ... "Wahai Rabb-ku, berilah aku hikmah , dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang-orang yang shaleh"* (QS, Asy syu'ara, 26: 83). Berdasarkan analisis **Qohtani(1994: 27)**terhadap dua ayat di atas, **hikmah itu ada dua.** Bagian kalimat '*berilah aku hikmah*'dalam ayat di atas

merupakan hikmah teoritis yaitu *mauidhah hasanah* seruan untuk mengenali Islam (sebagai teori/ajaran). Seruan ini dalam perspektif komunikasi dikenal dengan komunikasi penerangan atau penyiaran. Adapun bagian kalimat ‘*dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang-orang shaleh*’ merupakan hikmah praktis yaitu *mujadalah ahsan* seruan untuk menyenangkan dan melaksanakan. Seruan ini dalam perspektif komunikasi dikenal dengan komunikasi penyuluhan (lihat Kholili, 2014: 300)

**1) Dakwah Muaidhah Hasanah dengan Komunikasi Penerangan-Penyiaran.**

Dalam kajian ilmu komunikasi, sebuah proses komunikasi dalam mana “komunikator hanya berfungsi sebagai penyampai informasi saja, komunikasi hanya bersifat top down dari komunikator kepada komunikan dengan tanpa adanya komunikasi timbal balik dari komunikan... komunikasi yang demikian ini dikategorikan komunikasi penerangan (Zulfikar,2013).

**Gambar 1: Metode Dakwah bil Hikmah**



*Sumber: Metode dakwah diolah berdasar konsep hikmah dari Qohtani (1994)*

*Penyuluhan perlu dibedakan dengan penerangan. Penerangan “hanya” merupakan upaya menyampaikan pesan kepada masyarakat supaya menjadi tahu dan sadar akan adanya sesuatu. Dalam prakteknya, “penerangan” dapat*

*merupakan tahap awal penyuluhan. Penyuluhan mempunyai tujuan lebih jauh yaitu sampai dengan menimbulkan hasrat atau keinginan dari penerima pesan (sasaran) penyuluhan yang dengan kesadarannya sendiri tanpa paksaan melakukan penilaian sehingga tumbuh keyakinan kemudian mencoba dan selanjutnya menerapkan pesan atau informasi dan atau pengetahuan yang diterimanya (Subejo, 2012)*

Komunikasi penerangan banyak menggunakan media siaran seperti radio dan televisi, yang orientasinya cenderung kuat satu arah, seperti dinyatakan oleh Songco (1978) yang dikutip Amri Jahi(1993: 126-131), mengkategorikan komunikasi tersebut berfungsi sebagai bentuk *legitimizer* program-program pembangunan dalam mana komunikasi dapat memusatkan perhatian audiensnya kepada program-program tersebut dan menimbulkan suatu suasana kebenaran, sehingga dapat menggalang dukungan sosial bagi pelaksanaan program-program yang dicanangkan (Jahi, 1993: 126-129).

Dakwah *mauidhah hasanah* yang dilaksanakan dengan komunikasi penerangan atau penyiaran, dakwah yang sekedar menyampaikan untuk bisa dipahami. Dakwah yang semacam ini dikategorikan ke dalam komunikasi dengan teknik informatif (Effendy, 1986: 10), yang dalam operasionalnya biasa dilakukan dengan pembicaraan informatif (Devito, 1997: 429). Berdakwah dengan menggunakan komunikasi informatif atau pembicaraan informatif seorang da'i dalam melaksanakannya harus memenuhi beberapa prinsip berikut:

- a) Batasi jumlah informasi dan kembangkan presentasinya.
- b) Tekankan manfaat untuk kebutuhan dan tujuan audiensnya sehingga akan didengarkan.
- c) Kaitkan informasi baru dengan apa yang telah lama diketahui oleh audiensnya sehingga mudah dicerna dan diingatnya.
- d) Sajikan informasi yang dapat diterima melalui beberapa alat indra sehingga mudah diingat.
- e) Variasikan tingkat abstraksi yaitu dengan mengkombinasikan sajian abstraksi dan rincian secara seimbang (Devito, 1997: 429-431).

## 2) Dakwah Mujadalah dengan Komunikasi Penyuluhan

Mujadalah adalah proses dialog yang terjadi setelah seseorang memperoleh ajaran / ide baru dari mauidhah hasanah yang dilakukan (sebagai wujud **komunikaasi penerangan**) yang hal ini dimungkinkan suatu hal atau ide baru itu tidak biasa dan tidak bisa dilakukan oleh mereka, terkait dengan hal lain yang biasa mereka lakukan. Dari sinilah kemudian perlu dilakukan **komunikasi penyuluhan** dalam mana komunikasi dialog-interaktif dilakukan dengan upaya melibatkan umat dalam menetapkan dan melaksanakan konsep atau ide baru (ajaran-program) yang ada agar nantinya dapat dilaksanakan dalam kehidupan mereka.

**Komunikasi Penyuluhan.** Penyuluhan yang berasal dari kata “suluh” yang berarti “obor” atau “pelita” atau yang memberi “terang”, maka dengan penyuluhan diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan (Subejo, 2012). Pada dasarnya penyuluhan merupakan proses komunikasi. Ketika pengertian penyuluhan sebagai peroses perubahan perilaku (Mardikanto, 1993: 13-14), maka komunikasi penyuluhan bukan komunikasi yang sekedar memberitahu atau menerangkan tentang pesan apa yang disampaikan. Komunikasi penyuluhan sebuah proses komunikasi timbal balik antara komunikator dan komunikan yang berusaha merubah perilaku (Pengetahuan, Sikap dan Ketrampilan, PSK) masyarakat sarasannya, agar mereka tahu, mau dan mampu melaksanakan perubahan-perubahan dalam usahanya untuk mencapai perbaikan dan peningkatan hidup dan kehidupan termasuk diantaranya kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya. Ban & Hawkins(1999: 25) lebih menegaskan bahwa, yang dimaksud tahu, mau dan mampu dalam hal ini adalah dalam hal membuat keputusan yang benar dalam melakukan perubahan-perubahan dirinya dalam usaha mencapai perbaikan dan peningkatan hidupnya.

Berkaitan dengan pengertian tahu, mau dan mampu di atas, perlu dipahami bahwa:

**Tahu**, berarti benar-benar **memahami**(Paham/Pengetahuan=P) informasi, pesan, gagasan (juga ajaran/pembaharuan) yang disampaikan da'i yang harus ia dilakukan untuk perbaikan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya.

**Mau**, berarti dengan (Sikap=S) sukarela dan atas **kemauan sendiri** untuk mencari, menerima, memahami, menghayati dan menerapkan/melaksanakan segala informasi, pesan, gagasan (juga ajaran/pembaharuan) yang diperlukan untuk perbaikan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya.

**Mampu**, dalam arti **terampil** (Ketrampilan=K)dalam melakukan kegiatan maupun mampu dapat mengupayakan sendiri sumber-sumber daya (input) yang diperlukan demi tercapainya perbaikan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya (Mardikanto, 1993: 14).

Adapun metode dakwah mujadalah, berdialog atau berdebat dengan baik dapat menggunakan komunikasi penyuluhan yang dalam pelaksanaannya bukan komunikasi yang sekedar memberi informasi, akan tetapi komunikasi yang telah melakukan dialog, sebuah proses komunikasi timbal balik antara komunikator dan komunikan.

**Tabel 1: Perbedaan Komunikasi Penerangan dan Komunikasi Penyuluhan**

Aspek	Penerangan	Penyuluhan
<b>Tujuan</b>	Berhasil jika pesan diterima	Berhasil apabila sasaran telah menerapkan materi
<b>Komunikasi</b>	Satu arah	Dua arah
<b>Petugas</b>	Siapa saja asal mampu menyampikan pesan	Petugas yang menguasai masalah
<b>Pendekatan</b>	Massal, menggunakan media	Kombinasi dan bertahap (massal, kelompok, perorangan)
<b>Materi</b>	Pesan sifatnya umum	Spesifik dan melalui kajian mendalam (pertimbangan teknis, sosekbud)

#### **d. Memanfaatkan Bentuk Komunikasi**

Ada perbedaan pengelompokan antara pakar komunikasi dan pakar penyuluhan berkaitan dengan komunikasi antarindividu, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Pakar penyuluhan seperti Ray (1998: 83-114), Valera (1987: 68-79) juga Ban dan Hawkins (1999: 149-191) mengkategorikan ketiga komunikasi itu (komunikasi antarindividu – komunikasi kelompok – komunikasi massa) sebagai metode penyuluhan. Zurkarimen Nasution (1990: 22) dalam bukunya berjudul “Prinsi-prinsip Komunikasi

untuk Penyuluhan” ketiga komunikasi itu dikategorikan sebagai kompetensi komunikasi yang harus dimiliki oleh seorang penyuluh, yang kompetensinya meliputi:

- 1) Komunikasi Antar Pribadi (*interpersonal communication*)
- 2) Komunikasi dengan Kelompok (*group communication*)
- 3) Komunikasi dengan massa (*mass communication*).

Pakar komunikasi seperti Onong U. Effendy (1986: 9-10) mengategorikan ketiganya sebagai bentuk-bentuk komunikasi. Pada kegiatan dakwah harus dapat memanfaatkan bentuk-bentuk komunikasi secara maksimal dan proporsional, sehingga dakwah yang dilakukan menjadi lebih efektif.

## 6. Efektivitas dan Hasil Dakwah

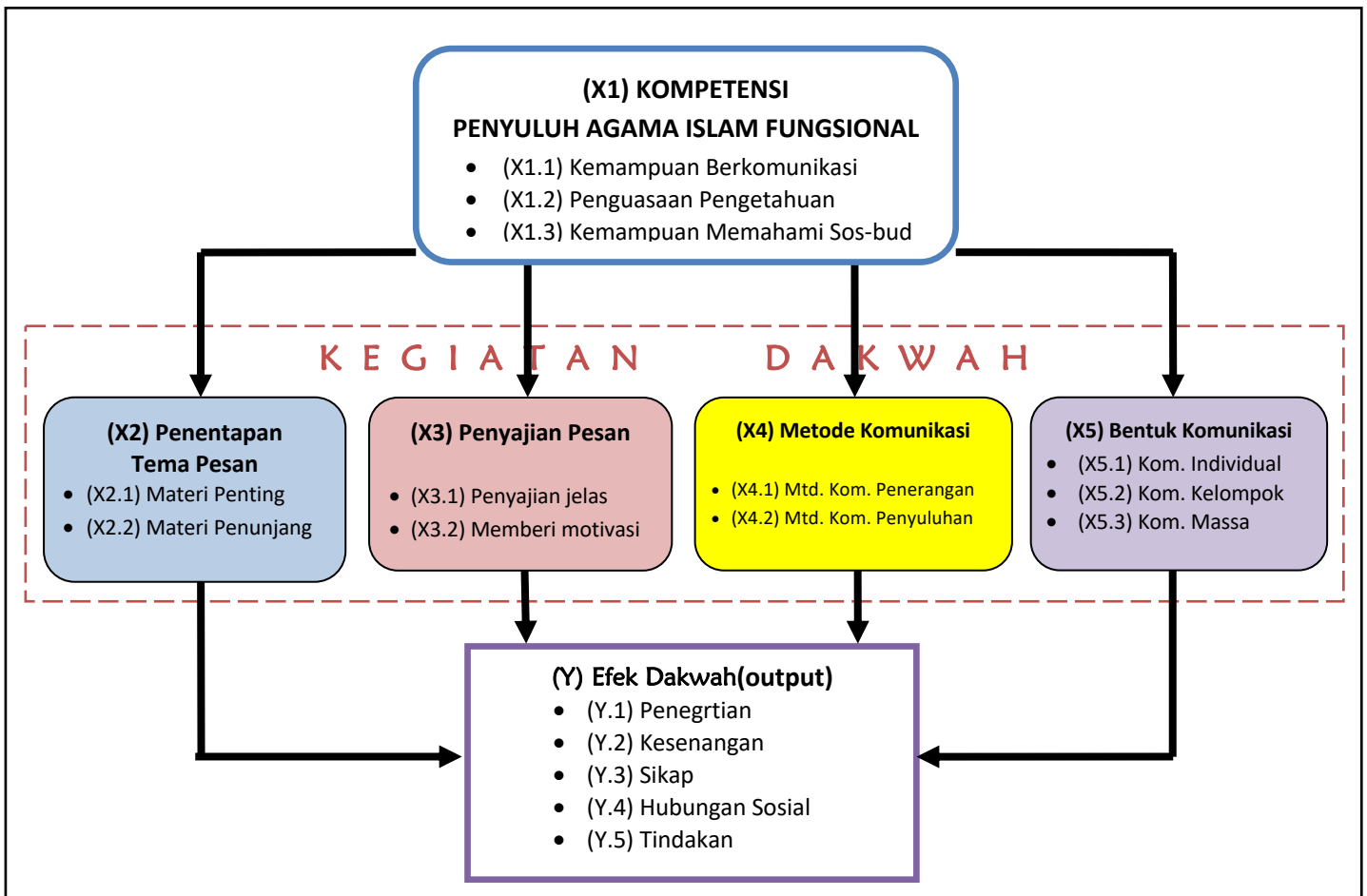
Dakwah tidak jauh berbeda dengan komunikasi, karena pada dasarnya dakwah adalah penyampaian ajaran Islam melalui proses komunikasi. **Stewart L. Tubbs** dan **Sylvia Moss** dalam Rakhmat(1985: 16) berpendapat bahwa “tanda-tanda komunikasi efektif (paling tidak) menimbulkan lima hal : pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan. Demikian halnya pula dengan dakwah. Secara psikologis, seperti telah dijelaskan lebih jauh oleh Kholili(2009: 22-24) bahwa, dakwah dapat dikatakan efektif atau berhasil apabila menimbulkan lima efek berikut:

- a. **Pengertian.** Pengertian yang ditangkap oleh sasaran dakwah adalah sebagaimana dimaksudkan oleh da’i. Sasaran dakwah menangkap pengertian “A” tentang isi materi dakwah, karena memang pengertian “A” itulah yang disampaikan. Da’i dan sasaran dakwah berada dalam satu pengertian tentang apa yang disampaikan (didakwahkan). Ketidaksamaan di antara keduanya berarti telah terjadi salah pengertian.
- b. **Kesenangan.** Dakwah harus menimbulkan kesenangan bagi setiap orang dan sedapat mungkin kesenangan harus dimunculkan dalam hatinya. Kalau ditilik dari segi materi, Islam telah mengandung ajaran-ajaran yang menggembirakan, hanya kebanyakan manusia tidak mengetahuinya (QS, Saba’, 34 : 28). Tetapi persoalannya di sini menyangkut teknis penyampaian. Artinya bagaimana Islam (yang telah mengandung ajaran-ajaran yang menggembirakan itu) dapat disajikan dengan cara yang menarik, sehingga timbul kesadaran dalam diri si penerima dakwah dan lantaran



itulah ia menerima isi pesan dakwah dengan senang hati. Ia tidak merasa berat apalagi terpaksa, tidak sama sekali. Namun demikian, kesenangan lain yang juga perlu ditimbulkan adalah hubungan antara da'i dengan sasaran dakwahnya, yaitu agar da'i merasa senang berkomunikasi dengan sasaran dakwah, sebaliknya sasaran dakwah juga merasa senang berkomunikasi dengan si da'i.

**Gambar 2: Hubungan Antar Komponen Dakwah**



c. **Pengaruh pada Sikap.** Dakwah secara oprasional, suatu usaha mempengaruhi pengetahuan, sikap dan tingkah laku dengan cara menyampaikan informasi berupa ajaran-ajaran Islam atau dengan cara menciptakan kondisi tertentu sehingga suatu sikap dan tingkah laku berubah. Maka dakwah itu dikatakan efektif (berhasil) bila

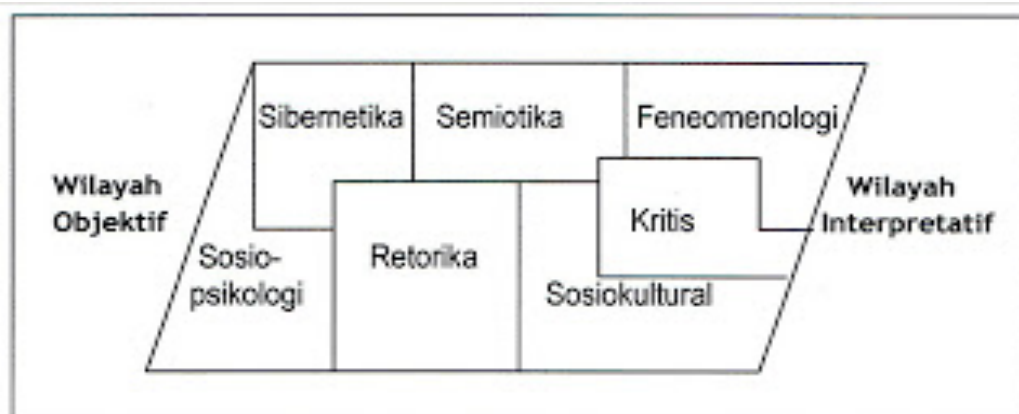
sikap itu berubah karena pengaruh yang telah diusahakan itu. Jadi usaha yang dilakukan berhasil karena pengaruh telah mampu merubah suatu sikap.

- d. **Hubungan Sosial yang Baik.** Dakwah yang dilakukan harus mampu menciptakan hubungan sosial yang baik. Bukan setelah selesai dakwah di masyarakat (sosial) justru terjadi perselisihan yang menyebabkan hubungan di antara mereka dalam masyarakat menjadi renggang. Inilah sebenarnya kekuarangbijaksanaan seorang da'i, lantaran terima pesanan dari panitia pelaksana, yang tidak diseleksi terlebih dahulu. Karena pesanan dipandang haq (walaupun sebenarnya memang haq) langsung saja dikabulkan permintaan itu. Setelah disampaikan dalam dakwahnya, timbullah keresahan dalam masyarakat. Hal semacam ini, harus benar-benar diperhatikan oleh setiap da'i sekaligus panitia pelaksana dakwah. Dakwah yang dilakukan harus penuh bijaksana, karena dakwah bukan hanya untuk kepentingan sepihak, akan tetapi dakwah adalah untuk kepentingan semua pihak, untuk kepentingan bersama.
- e. **Tindakan.** Pelaksanaan dakwah, selain menimbulkan pengertian, juga harus menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap dan terciptanya hubungan sosial yang lebih baik bagi manusia sarannya. Akan tetapi tidaklah cukup sampai di sini tugas seorang da'i atau pelaksana dakwah pada umumnya. Efektifitas dakwah bisa dipastikan kalau sasaran dakwah (orang yang didakwahi) telah mau bertindak sebagaimana yang diharapkan, melakukan apa yang diperintahkan agama dan menjauhi larangannya. Menimbulkan tindakan nyata dalam proses dakwah merupakan indikator efektifitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, kita harus terlebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap, juga menumbuhkan hubungan yang baik. Dengan cara inilah dakwah yang dilakukan akan mudah memperoleh hasil sebagaimana yang diharapkan.

## B. PENGUKURAN KONSEP DAKWAH

**Tradisi Keilmuan Komunikasi dan Dakwah.** Kegiatan dakwah itu sesungguhnya juga sebagai kegiatan komunikasi. Tradisi keilmuan komunikasi telah terpetakan, tetapi bagaimana keilmuan dakwah dalam tradisi keilmuan Islam, nampaknya perlu mencoba melihat dan belajar dari tradisi keilmuan yang ada misalnya tradisi keilmuan komunikasi. Craig (1999: 119-161) membagi dunia teori komunikasi ke dalam tujuh tradisi pemikiran yaitu: (1) Sosiopsikologi (sociopsychological), (2) Sibernetika (cybernetic), (3) Retorika (rhetorical), (4) Semiotika (semiotic), (5) Sosiokultural (sociocultural), (6) Kritis (critical), dan (7) Fenomenologi (phenomenology). Hartanto (2016) misalnya menjelaskan bahwa, Fenomenologi, Kritis, Sosiokultural, Semiotika lebih digolongkan dengan **Pendekatan Interpretif**, sedangkan Retorika, Sibernetika, Sosiopsikologi lebih ke **Pendekatan Objektif**. Pendekatan Objektif atau Positivistik adalah kebenaran objektif dapat dicapai dan bahwa proses penelitian untuk menemukan kebenaran dapat dilakukan dengan bebas dari nilai. **Pendekatan Intepretif** adalah pendekatan dimana kebenaran dilihat sebagai sesuatu yang subjektif dan partisipasi peneliti sangat ditekankan.

**Gambar 3:Tradisi Keilmuan Komunikasi**



Sumber: Griffin, (2012:47.)

Sementara tradisi dalam keilmuan Islam, dimana keilmuan dakwah berkembang di dalam tradisi tersebut, tradisi yang ada dapat dikelompokkan pada: (1) Tradisi Teks

(Dalil - Syar'iy), (2) Tradisi Pemikiran (Konteks-Fiqh), (3) Tradisi Kritis-selektif (yang melahirkan Ma'ruf), (4) Tradisi Pengukuran (Ilmu Pengetahuan), (5) Tradisi Aplikasi-solusi (Sistem al-Khojr). Keilmuan Islam dalam pengelompokan ini, tradisi keilmuan Islam masih banyak berkembang dalam tradisi pemikiran, sebuah pengembangan konsep yang dalam Islam dikenal dengan ijtihad. Bahkan ada sebagian kelompok yang ngotot kembali ke tradisi teks, menurut bunyi dalil (al-Qur'an dan Hadits).

Sudah waktunya keilmuan Islam harus dirancang, bagaimana keilmuan Islam ini dapat berkembang dan dikembangkan secara lebih baik guna memenuhi pemenuhan kebutuhan hidup yang dijalani secara lebih akurat. Hal ini tidak lain, minimal menurut Syahrur, "sehebat apa pun tingkat akurasi ijtihad itu, kualitasnya hanyalah nisbi belaka, karena ia hanyalah upaya yang bersifat lokal, temporal, dan spasial (Fanani, 2008:120).

Rancangan pengembangan keilmuan Islam yang dapat diupayakan, misalnya, adalah pada tahapan-tahapan berikut:

1. Teks, Dalil
2. **Pemikiran**, Fiqh
3. Kritis-Selektif, untuk menuju MA'RUF
4. **Pengukuran**, untuk melahirkan SAINS
5. **Pengukuran**, dengan mengembangkan Pemodelan
6. Aplikasi-solusi, menuju Sistem yang KHOYR, seperti yang dikehendaki al-Qur'an Surat Ali Imran, 3 ayat 104.

Berdasarkan rancangan ini, ajakan Allah menuju kehidupan yang ma'ruf akan mudah dicapai. Namun berdasarkan tahapan pengembangan ini, keilmuan Islam masih membutuhkan langkah dan usaha keras yang harus dilakukan dalam waktu yang cukup.

Konsep Dakwah yang Rahmatan yang disampaikan pada pembahasan sebelumnya adalah hasil **pemikiran** tentang dakwah berdasarkan kaidah yang ada dalam al-Qur'an dengan mencoba menginterkoneksi dengan keilmuan komunikasi. Berdasarkan tradisi keilmuan yang ada, konsep dakwah yang rahmat tersebut nampaknya tidak dapat dicukupkan dan berhenti pada **pengembangan pemikiran** konsep dakwah semata, akan tetapi juga diperlukandan dilanjutkan pada tahap **pengembangan pengukuran** atas

konsep dakwah yang ada. Oleh karena itu konsep dakwah ini perlu diuji dan diukur di lapangan pada aktivitas dakwah nyata.

Pengukuran telah dilakukan dalam sebuah penelitian Kholili (2015) yang menggunakan analisis data kuantitatif dengan tehnik analisis SEM, analisis Structural Equation Modeling (model persamaan struktural) tehnik tersebut merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis jalur yang telah mampu mengungkap hubungan antar variabel dan mampu mengungkap seberapa besar kontribusi beberapa indikator dalam membentuk variabel (Ghazali, 2013: 4). Bagaimana hasil pengukuran atas konsep itu ?. Berikut ini diskripsi hasil pengukuran yang telah dilakukan.

### 1. Kompetensi Da'i

Teori **Berlo**, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya menyatakan bahwa, seorang komunikator, seperti da'i atau Penyuluh Agama Islam Fungsional (PAIF), harus mampu berkomunikasi, memiliki pengetahuan yang cukup dan mampu memahami sosial budaya masyarakatnya. Hasil penelitian dengan SEM memperlihatkan bahwa, teori Berlo telah menjelaskan dan mengantarkan kepada penyimpulan hasil penelitian ini bahwa, seorang da'i atau penyuluh agama seperti PAIF sebelum melakukan dakwah atau pembangunan perlu melakukan tahapan langkah berikut:

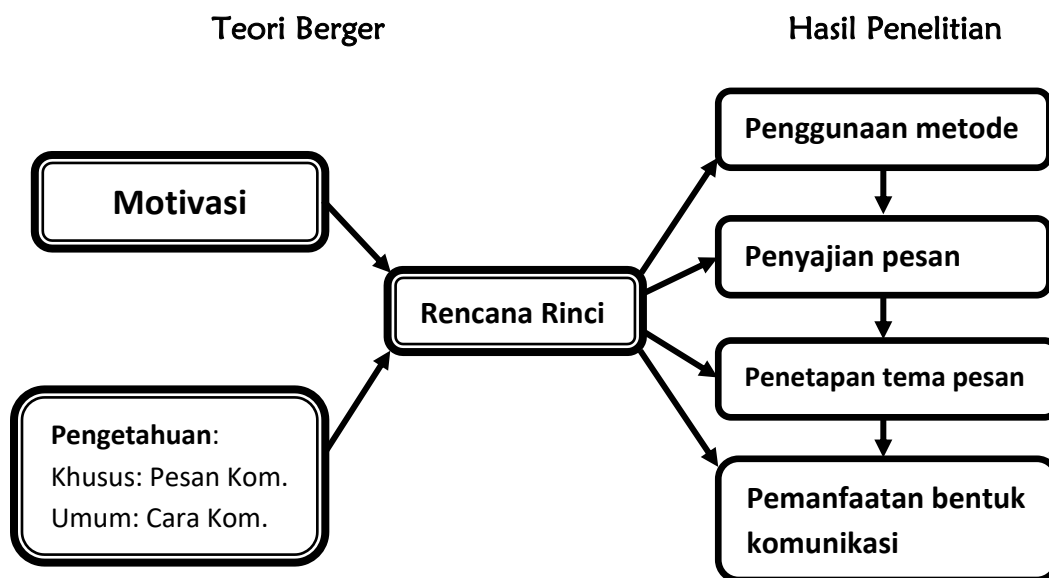
- a. Memahami budaya, menyesuaikan atau menafaatkan budaya masyarakatnya yang baik.
- b. Melakukan komunikasi secara baik.
- c. Berdasarkan dua kemampuan di atas seorang da'i akan dengan mudah menggali pengetahuan yang memadai mengenai kondisi nyata masyarakatnya.

Temuan ini juga menjelaskan dan menegaskan bahwa, betapa seorang da'i harus menjadi saksi, *syahidan*, orang yang mengetahui banyak tentang umatnya (QS, Al-Ahzab: 45-46). Kemudian berbekal pengetahuan yang dimiliki inilah seorang da'i akan mudah merancang sebuah perencanaan dakwah yang rinci sebagaimana apa yang disampaikan Berger dalam Teori Perencanaan Komunikasi. Berbekal pengetahuan yang memadai itu juga akan dengan mudah melaksanakan kegiatan dakwah yang dapat mencapai efek-efek yang telah ditargetkan.

## 2. Perencanaan dan Pengarusutamaan Tahapan Kegiatan Dakwah

Teori Perencanaan Komunikasi Berger menjelaskan bahwa, kompleksitas suatu rencana bergantung pada motivasi dan seberapa banyak pengetahuan kita tentang apa yang direncanakan: pengetahuan khusus berupa pesan komunikasi dan pengetahuan umum berupa cara komunikasi. Pengetahuan dimaksud dalam penelitian dakwah ini difokuskan pada: penetapan tema pesan, penyajian pesan, penggunaan metode, dan pemanfaatan bentuk-bentuk komunikasi.

**Gambar 4: Hasil Penelitian Tahapan Perencanaan dalam Kegiatan Dakwah Berdasarkan Teori Perencanaan Komunikasi Berger**



Hasil penelitian yang dilakukan (Gambar 4) memperlihatkan bahwa, urutan tahapan (pengarusutamaan) perencanaan kegiatan yang harus dilaksanakan dalam kegiatan dakwah adalah:

- a. Penggunaan metode dakwah hikmah sebagaimana konsep disampaikan **Qohthani**,
- b. Penyajian pesan sebagaimana konsep yang disampaikan **Ray**,
- c. Penetapan tema pesan dakwah sebagaimana konsep yang disampaikan **Arboleda**,
- d. Pemanfaatan bentuk-bentuk komunikasi sebagaimana disampaikan **Effendy**.

Temuan ini melengkapi dan menjelaskan Teori Perencanaan yang disampaikan **Berger**. Dikatakan melengkapi teori Berger, karena teori Berger menyampaikan bahwa sebuah perencanaan komunikasi itu ditentukan oleh seberapa besar pengetahuan khusus (isi pesan) dan pengetahuan umum (cara komunikasi) serta seberapa besar motivasi yang dimiliki oleh seorang perencana komunikasi.

Ketika teori Berger ini diaplikasikan pada perencanaan kegiatan-kegiatan komunikasi dalam kegiatan dakwah, maka beberapa kegiatan dakwah yang biasa dan lazim ada dalam sebuah kegiatan dakwah telah melengkapi teori perencanaan Berger ini. Beberapa kegiatan dakwah yang dimaksud meliputi: penetapan tema pesan, penyajian pesan, penggunaan metode dan pemanfaatan bentuk-bentuk komunikasi. Namun ketika dilakukan penelitian atas teori Berger yang telah dilengkapi dengan beberapa kegiatan dakwah, temuan penelitian menghasilkan urutan tahapan dan pengarusutamaan kegiatan dakwah sebagai berikut: tahap pertama penggunaan metode, kedua penyajian pesan, ketiga penetapan tema pesan kemudiantahap keempat pemanfaatan bentuk-bentuk komunikasi.

#### a. Penggunaan Metode Dakwah

Metode dakwah dalam konsep **Qohtani** adalah cara-cara tertentu dalam menyampaikan pesan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah: "*mauidhah hasanah*" dengan komunikasi penerangan atau penyiaran dan "*mujadalah ahsan*" dengan komunikasi penyuluhan. Berdasarkan hasil analisis SEM yang dilakukan pada penelitian ini, metode dakwah komunikasi penerangan atau penyiaran telah menempatkan pada lebih diutamakan dibanding metode dakwah komunikasi penyuluhan. Oleh karena itu, seorang da'i dalam menggunakan metode dakwah, dia harus dapat mengutamakan penggunaan metode dakwah komunikasi penerangan atau penyiaran dalam usaha memenuhi kebutuhan jamaahnya, yang kemudian harus segera dilanjutkan dan diimbangi dengan penggunaan metode dakwah komunikasi penyuluhan.

Tabel 2: Temuan Penggunaan Metode Dakwah

Konsep Qo <thani:< th=""> <th>Arah</th> <th>Hasil Penelitian:</th> </thani:<>	Arah	Hasil Penelitian:
Metode Dakwah Hikmah	Perubahan	Metode Dakwah Hikmah
1. Maudhah Hasanah dengan Komunikasi Penerangan	→	1. Maudhah Hasanah dengan Komunikasi Penerangan
2. Mujadalah Ahsan dengan Komunikasi Penyuluhan	→	2. Mujadalah Ahsan dengan Komunikasi Penyuluhan

Temuan ini memperlihatkan konsep yang disampaikan **Qo bahwa dakwah hikmah (dakwah bijaksana) yang meliputi dakwah penerangan dan dakwah penyuluhan itu sejalan dan dipertegas dengan apa yang dihasilkan dalam penelitian ini (Lihat Tabel 2). Qo**

#### b. Penyajian Pesan Dakwah

Penyajian Pesan merupakan upaya seorang da'i bagaimana pesan disajikan kepada jamaahnya sehingga jelas dan memberikan motivasi. Penyajian pesan dalam konsep yang disampaikan **Ray** bahwa, seorang penyuluh harus mempunyai dua kemampuan dalam menyajikan pesan: Kemampuan dalam menjelaskan pesan dan Kemampuan menimbulkan motivasi.

Berdasarkan hasil analisis SEM yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan **pesan yang memberikan motivasi** telah menempatkan pada posisi yang lebih diutamakan dibanding **pesan yang jelas**. Artinya bahwa ketika seorang da'i menyajikan pesan, sesungguhnya pesan yang memberikan motivasi itu mengambil posisi yang lebih menentukan dari pada pesan yang jelas. Temuan ini memperjelas konsep yang




disampaikan **Ray**(1998: 69-70). Ray tidak menetapkan urutan penyajian pesan yang harus diprioritaskan, apakah pesan yang jelas atau pesan yang memotivasi bagi audiensnya. Harus diakui bahwa usaha mewujudkan pesan yang memotivasi harus dimulai dengan memaparkan pesan yang mampu menjelaskan sebuah pokok persoalan. Namun, berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa, penyajian pesan yang memberikan motivasi bagi jamaah dalam usaha memenuhi kebutuhan jamaahnya harus diprioritaskan dari pada pesan yang sekedar memberikan penjelasan semata. Bagaimana pesan menjadi jelas dan memberikan motivasi, hal ini tidak lepas dari kemampuan seorang da'i dalam memahami sosial budaya masyarakatnya, sebagaimana ditetapkan Berlo pada pembahasan kompetensi sebelumnya.

### c. Penetapan Tema Pesan Dakwah

Penetapan Tema Pesan adalah upaya da'i memberikan tema pesan atau materi dakwah agar menjadi sesuai dengan kebutuhan jamaahnya. **Arboleda** memberikan acuan bahwa ketika menetapkan tema pesan, pesan yang penting harus diutamakan dari pada pesan yang menunjang. Temuan ini telah mengoreksi konsep yang disampaikan **Arboleda**, dalam mana **Arboleda** mengutamakan penetapan tema pesan yang penting dari pada penyajian pesan yang menunjang (Lihat Tabel 3).

**Tabel 3: Temuan Penetapan Tema Pesan**

Konsep Arboleda: Penetapan Tema Pesan	Arah Perubahan	Hasil Penelitian: Penetapan Tema Pesan
1. Pesan Penting		1. Pesan Menunjang
2. Pesan Menunjang		2. Pesan Penting

Berdasarkan hasil analisis SEM yang dilakukan pada penelitian ini, tema pesan yang menunjang telah menempatkan pada posisi yang lebih diutamakan dibanding tema pesan yang penting. Artinya bahwa ketika seorang da'i menetapkan tema pesan, maka sesungguhnya pesan yang menunjang itu mengambil posisi yang lebih menentukan dari pada tema pesan yang penting. Oleh karena itu, seorang da'i dalam menetapkan tema

pesan, dia harus dapat mengutamakan pesan yang menunjang kebutuhan jamaahnya dari pada pesan penting yang menjadi dasar bagi sebuah pemahaman.

Pesan penting itu harus diupayakan dan dilakukan, oleh karena materi tersebut berisi dasar pemahaman tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan kebutuhan yang dirasakan oleh sasarannya. Akan tetapi untuk memepmudahkan jamaah mengaplikasikan pesan dalam kehidupan nyata, jamaah masihmembutuhkan pesan yang memperkaya pemahamannya bagi sebuah kebutuhan hidupnya. Disinilah materi penunjang diperlukan, yaitu materi yang sebaiknya diketahui oleh jamaah untuk memperluas pemahamannya tentang kebutuhan yang dirasakan itu.

#### **d. Pemanfaatan Bentuk Komunikasi**

Pemanfaatan bentuk komunikasi yang dimaksud adalah beberapa bentuk komunikasi yang digunakan secara tepat dan maksimal oleh seorang da'i PAIF agama pada kegiatan dakwah yang dilakukan terhadap jamaah kelompok binaannya. Effendy menyampaikan bahwa komunikasi berdasarkan bentuknya terdiri dari tiga bentuk komunikasi: komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Sedangkan Nasution mengharuskan seorang penyuluh memiliki kemampuan melakukan tiga bentuk komunikasi tersebut.

Berdasarkan hasil analisis statistik yang dilakukan pada penelitian ini, bentuk komunikasi massa telah menempatkan pada posisi yang lebih diutamakan dari pada komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Artinya bahwa ketika seorang da'i memanfaatkan bentuk komunikasi maka sesungguhnya bentuk komunikasi massa itu mengambil posisi yang lebih didahulukan dari pada komunikasi kelompok dan komunikasi antar pribadi. Bentuk komunikasi massa yang berupa media cetak, akan sangat membantu bagi pelaksanaan dakwah yang baik. Hal ini dikarenakan bentuk komunikasi massa menurut Devito(1997: 516) adalah merupakan salah satu cara mendidik (atau mempersuasi) dengan melalui pengajaran nilai-nilai, opini, serta aturan-aturan yang dianggap benar kepada pemirsa atau pembaca. Artinya, sebagian fungsi dari edukasi media diarahkan untuk membuat khalayak **tersosialisasi**. Disinilah pemanfaatan

komunikasi massa searah dan sekaligus mendukung metode dakwah penerangan yang harus diutamakan (pengarusutamaan) dari metode dakwah penyuluhan.

Temuan ini sebenarnya lebih memperjelas dari bentuk-bentuk komunikasi yang disampaikan **Effendy** untuk sebuah kegiatan dakwah. Effendy tidak menjelaskan seberapa sering masing-masing bentuk komunikasi harus dimanfaatkan dalam sebuah kegiatan komunikasi. Akan tetapi ketika konsep Effendy ini diimplementasikan pada kegiatan dakwah, hasil penelitian menjelaskan bahwa, **pemanfaatan bentuk komunikasi massa akan sangat membantu bagi sebuah kegiatan dakwah**. Hanya saja penggunaan bentuk komunikasi massa ini harus segera diikuti dan diimbangi dengan pemanfaatan bentuk komunikasi kelompok dan komunikasi antar pribadi, yang mana kedua bentuk komunikasi yang terakhir ini akan banyak digunakan dalam dakwah penyuluhan.

### 3. Pengaruh Kegiatan Dakwah terhadap Efek Dakwah

Kegiatan dakwah Islam yang dilakukan oleh da'i atau PAIF, pada penelitian ini, meliputi komponen: penetapan tema pesan, penyajian pesan, penggunaan metode dan pemanfaatan bentuk komunikasi. Keempat komponen tersebut masing-masing dan secara bersama akan mempengaruhi efektifitas kegiatan dakwah.

Komponen kegiatan dakwah yang mencakup penetapan tema pesan, penyajian pesan, penggunaan metode dan pemanfaatan bentuk komunikasi secara bersama-sama mempengaruhi Efek dakwah sebesar 66,9 %, pengaruh yang cukup besar; sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Proporsi 66,9 % merupakan peluang yang cukup besar bagi da'i untuk dapat berkiprah dalam membangun kehidupan manusia menjadi lebih baik, sejahtera dan bahagia. Tinggal bagaimana seorang da'i mengembangkan kompetensi dirinya untuk dapat melaksanakan empat komponen dakwah secara tepat, proporsional dan maksimal. Sedangkan sisanya adalah sesuatu yang berada di luar kompetensinya.

Efek Dakwah / output adalah pencapaian dari kegiatan dakwah yang berupa: pengertian, kesenangan, sikap, hubungan sosial dan tindakan melaksanakan pesan Islam yang diterima. Berdasarkan analisis data di lapangan realitas data memperlihatkan bahwa, indikator kesenangan dan indikator sikap merupakan indikator yang cukup

menonjol pada kemunculan sebuah efek dakwah, selain indikator pengertian, hubungan sosial dan tindakan.

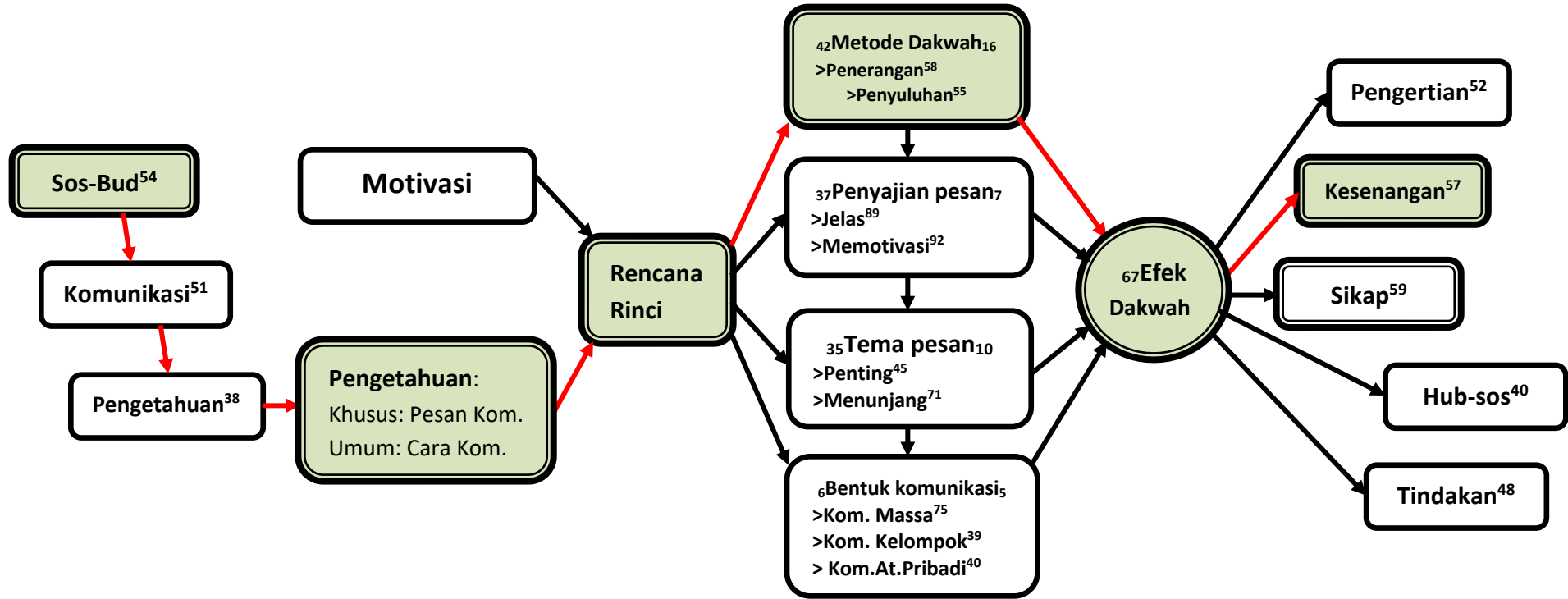
Ketika efektivitas dakwah menggunakan konsep efektivitas komunikasi yang disampaikan **Tubbs dan Moss** dengan efek yang menimbulkan: pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan, maka hasil penelitian ini menjelaskan konsep **Tubbs dan Moss** dalam mana efektivitas dakwah yang muncul dalam hasil penelitian ini adalah dakwah yang menghasilkan kesenangan dan sikap positif pada pesan dakwah yang disampaikan. Artinya bahwa sebuah efek dakwah yang dikehendaki adalah **efek dakwah yang menekankan pada munculnya kesenangan dan sikap suka jamaah pada pesan yang diterimanya.**

Temuan penelitian ini juga menjelaskan dan menegaskan bahwa, kedatangan Islam akan menjadi rahmat (QS, al-Ambiya, 21: 107) ketika kehadiran Islam yang dibawa para da'i itu muncul sebagai pesan-pesan yang membawa (pemenuhan kebutuhan manusia dan oleh karenanya menimbulkan) **kesenangan** dengan penuh (sikap) **suka cita** bagi jamaahnya. Itulah **berita gembira, *basyiran*** yang dimaksudkan oleh ayat 28 surat Saba (34), yaitu Islam yang menghadirkan kesenangan dan rasa suka cita bagi seluruh manusia, khususnya manusia yang menjadi target audiensnya.

**Kompetensi Da'i  
Teori Berlo**

**Perencanaan Dakwah  
Teori Berger**

**Efek Dakwah  
Teori Tubbs & Moss**



*Syahidan (QS, al-Ahzab, 33:45)*

*Hikmah (QS, an-Nahl, 16: 125)*

*Basyiran (QS, al-Ahzab, 33:45)*

**Gambar 5: Model Dakwah Ramah untuk Semua**  
*Rahmatan Lil 'Alamin (QS, al-Ambiya, 21:107)*

## C. PEMODELAN DAKWAH

Berdasarkan hasil pengukuran atas konsep dakwah Islam *rahmatan lil 'alam* dalam sebuah aktivitas dakwah nyata, maka peneliti dapat membuat model dakwah dengan nama “**Dakwah Ramah Untuk Semua**”. Adapun tahapan dan komponen dakwah dari model tersebut adalah: pengenalan umat, perencanaan komunikasi dakwah, pelaksanaan dakwah dan penilaian hasil komunikasi dakwah.

### 1. Pengenalan Umat

Seorang da'i atau penyuluh agama sebelum melakukan dakwah atau pembangunan perlu melakukan pengenalan pada umat sasaran dakwah dengan langkah berikut:

- a. Memahami budaya dan menyesuaikan dengan budaya masyarakatnya.
- b. Melakukan komunikasi secara baik.
- c. Berdasarkan dua kemampuan di atas seorang da'i berusaha menggali pengetahuan yang memadai mengenai kondisi masyarakatnya.

Langkah ini menegaskan bahwa, betapa seorang da'i harus menjadi saksi, *syahidan*, orang yang mengetahui banyak tentang umatnya (QS, Al-Ahzab, 33: 45-46). Kemudian berbekal pengetahuan yang dimiliki inilah seorang da'i akan mudah merancang sebuah perencanaan yang rinci sebagaimana apa yang disampaikan Berger dalam Teori Perencanaan Komunikasi. Berbekal pengetahuan yang memadai itu juga akan dengan mudah melaksanakan kegiatan dakwah yang dapat mencapai efek-efek yang telah ditargetkan, yaitu pemenuhan kebutuhan umat sasaran dakwah.

### 2. Perencanaan Komunikasi Dakwah

Berdasarkan Teori Perencanaan Komunikasi Berger menjelaskan bahwa, kompleksitas suatu rencana bergantung pada motivasi dan seberapa banyak pengetahuan kita tentang apa yang direncanakan. Perencanaan yang didasarkan pengetahuan da'i terbagi menjadi dua:

- a. Pengetahuan khusus berupa pesan komunikasi yang meliputi tema dan penyajian pesan;
- b. Pengetahuan umum berupa cara komunikasi yang meliputi metode dakwah dan bentuk-bentuk komunikasi.

Tahapan perencanaan akan dilakukan berurutan: penetapan tema pesan, penyajian pesan, penggunaan metode, dan pemanfaatan bentuk-bentuk komunikasi. Namun, berdasar hasil penelitian yang dilakukan, urutan fokus yang menjadi prioritas (pengarusutamaan) perencanaan kegiatan yang harus dilaksanakan dalam kegiatan dakwah adalah:

- a. Penggunaan metode dakwah hikmah sebagaimana konsep disampaikan **Qohtani**,
- b. Penyajian pesan sebagaimana konsep yang disampaikan **Ray**,
- c. Penetapan tema pesan dakwah sebagaimana konsep yang disampaikan **Arboleda**,
- d. Pemanfaatan bentuk-bentuk komunikasi sebagaimana disampaikan **Effendy**.

#### a. Penggunaan Metode Dakwah

Metode dakwah dalam konsep **Qohtani** adalah cara-cara tertentu dalam menyampaikan pesan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah yang meliputi:

- 1) *Metode "mauidhah hasanah"* dengan komunikasi penerangan atau penyiaran
- 2) *Metode "mujadalah ahsan"* dengan komunikasi penyuluhan.

Berdasarkan pengukuran di lapangan, seorang da'i dalam menggunakan metode dakwah, dalam usaha memenuhi kebutuhan jamaahnya, dia harus dapat mengutamakan penggunaan metode dakwah komunikasi penerangan atau penyiaran yang kemudian harus segera dilanjutkan dan diimbangi dengan penggunaan metode dakwah komunikasi penyuluhan.

### **b. Penyajian Pesan Komunikasi Dakwah**

Penyajian Pesan merupakan upaya seorang da'i bagaimana pesan disajikan kepada jamaahnya. Penyajian pesan dalam konsep yang disampaikan **Ray** bahwa, seorang da'i atau penyuluh harus mempunyai dua kemampuan dalam menyajikan pesan:

- 1) Kemampuan dalam **menjelaskan** pesan dan
- 2) Kemampuan menimbulkan **motivasi**.

Berdasarkan pengukuran di lapangan, penyajian pesan yang memberikan motivasi bagi jamaah dalam usaha memenuhi kebutuhan jamaahnya harus diprioritaskan dari pada pesan yang sekedar memberikan penjelasan semata. Artinya seorang da'i dalam menyampaikan pesan Islam, tidaklah cukup hanya sampai pada tahap menjelaskan pesan, tetapi pesan yang disampaikan harus sampai pada tahap memotivasi pada jamaahnya.

### **c. Penetapan Tema Pesan Komunikasi Dakwah**

Penetapan Tema Pesan adalah upaya da'i memberikan tema pesan atau materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan jamaahnya. **Arboleda** memberikan acuan bahwa dalam menetapkan tema pesan, pesan dapat dibagi kepada:

- 1) Pesan yang penting dan
- 2) Pesan yang menunjang.

Berdasarkan pengukuran di lapangan, pada pelaksanaan dakwah, seorang da'i harus berusaha mengutamakan penetapan tema pesan yang menunjang, yaitu materi dakwah yang memperluas pemahaman jamaah tentang kebutuhan yang dirasakan dari pada penyajian pesan penting, yaitu materi dakwah yang berisi dasar pemahaman tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan kebutuhan yang dirasakan oleh sasarannya. Artinya, sebuah pesan dakwah selain berisi dasar pemahaman juga harus dikembangkan pesan dakwah yang memperluas pemahaman jamaah tentang kebutuhannya.

### **d. Pemanfaatan Bentuk Komunikasi**

Pemanfaatan bentuk komunikasi yang dimaksud adalah beberapa bentuk komunikasi yang digunakan secara tepat dan maksimal oleh seorang da'i pada kegiatan



dakwah yang dilakukan. Effendy menyampaikan bahwa komunikasi berdasarkan bentuknya terdiri dari tiga bentuk komunikasi:

- 1) Komunikasi antar pribadi,
- 2) Komunikasi kelompok, dan
- 3) Komunikasi massa.

Berdasarkan pengukuran di lapangan, pada kegiatan dakwah, bentuk komunikasi massa (cetak seperti lembaran bahan ceramah; juga bisa yang lain seperti buku, radio, dan TV) diusahakan dapat menempatkan pada posisi yang lebih didahulukan dari pada komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Artinya bahwa ketika seorang da'i memanfaatkan bentuk komunikasi maka sesungguhnya bentuk komunikasi massa itu mengambil posisi yang lebih didahulukan dan diutamakan, karena media massa mempunyai fungsi edukasi, dalam mana dengan media telah membuat khalayak **tersosialisasi**. Disinilah pemanfaatan komunikasi massa searah dan sekaligus mendukung metode dakwah penerangan yang harus diutamakan (pengarusutamaan) dari metode dakwah penyuluhan.

Pemanfaatan bentuk komunikasi massa akan sangat membantu bagi sebuah kegiatan dakwah. Hanya saja penggunaan bentuk komunikasi massa ini harus segera diikuti dan diimbangi dengan pemanfaatan bentuk komunikasi kelompok dan dilanjutkan dengan komunikasi antar pribadi, yang mana kedua bentuk komunikasi ini, komunikasi kelompok dan komunikasi antar pribadi, akan banyak digunakan dalam dakwah penyuluhan.

### **3. Pelaksanaan Komunikasi Dakwah**

Komunikasi dakwah dilaksanakan dengan mendasarkan pada model perencanaan dakwah yang telah ditetapkan. Namun demikian pelaksanaannya dapat dilakukan dengan mengintegrasikan salah satu dari dua model ini. Pertama: Komunikasi Yang Membangun, dalam mana pembangunan ditetapkan oleh pengambil kebijakan (top down) setelah dilakukan survei realitas lapangan oleh pemerintah atau lembaga dakwah. Kedua: Komunikasi Yang Memberdayakan (bottom up) dalam mana pembangunan ditetapkan dan dilaksanakan oleh masyarakat sendiri: mulai dari survei; membuat

perencanaan; dan pelaksanaan, dengan tetap memperoleh pendampingan dari da'i, atau dari pihak berwenang. Apabila dikehendaki dapat juga memadukan dua model tersebut (top down dan bottom up) ke dalam model dakwah ramah yang ada, bergantung hasil kajian dan survei yang dilakukan.

#### **a. Komunikasi Yang Membangun (Top Down)**

Komunikasi yang bertujuan membangun sebuah masyarakat kawasan tertentu, biasa dikenal dengan komunikasi pembangunan. Komunikasi ini mendasarkan diri pada kebijakan dan perencanaan komunikasi. Kebijakan pembangunan apa yang ditargetkan berdasarkan survei yang dilakukan, berdasarkan kebijakan tersebut kita kemudian masuk ke sebuah tahapan bagaimana perencanaan dan pelaksanaan komunikasi akan dilakukan. Perencanaan komunikasi dilakukan, menurut Alan Hancock (1981), sebagai persiapan program jangka panjang atau pendek demi penggunaan secara efektif dan efisien sumber-sumber komunikasi dalam kerangka untuk tujuan, cara-cara dan prioritas masyarakat tertentu dan tergantung pada bentuk organisasi sosial dan politik yang berlaku. Perencanaan komunikasi dimulai dari bagian utama: (1) kebijaksanaan umum dan pengembangan dan (2) infrastruktur sistem komunikasi yang ada. Perencanaan komunikasi terletak pada titik persilangannya yang secara teori merupakan proses merumuskan tujuan-tujuan masyarakat dengan cara mengkaitkan pada potensi sistem komunikasi yang ada, dan dengan menggunakan teknologi -- sebagai bagian yang ke (3) -- kesesuaian yang terbaik berusaha dicapai.

#### **b. Komunikasi Yang Memberdayakan (Bottom Up)**

Pembangunan yang memberdayakan adalah pembangunan berbasis masyarakat yaitu pembangunan yang mengacu kepada kebutuhan masyarakat, direncanakan dan dilaksanakan oleh masyarakat dengan sebesar-besarnya memanfaatkan potensi sumberdaya yang ada dan dapat dilaksanakan oleh masyarakat. Telaahnya meliputi:

- 1) Pembangunan dari atas dan atau dari bawah (top down-bottom up)
- 2) Pembangunan berbasis sumberdaya lokal
- 3) Pembangunan berbasis modal sosial

- 4) Pembangunan berbasis kebudayaan
- 5) Pembangunan berbasis kearifan lokal
- 6) Pembangunan berbasis modal spiritual (Theresia,Dkk., 2015: 28-29).

Model top down diterapkan pada program pengembangan masyarakat yang memerlukan intervensi pembangunan struktural.Sedangkan model button up berfokus pada bagaimana orang-orang dalam masyarakat bisa mengarahkan proses pembangunan mereka sendiri.

#### 4. Penilaian Hasil Komunikasi Dakwah

Efek Dakwah / output adalah pencapaian dari kegiatan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya. Ketika efektivitas dakwah menggunakan konsep efektivitas komunikasi yang disampaikan **Tubbs dan Moss**, maka efektivitas dakwah adalah dakwah yang menghasilkan efek yang menimbulkan sebagian atau keseluruhan dari efek berikut: pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan. Namun demikian untuk memudahkan penilaian, menilai efektivitas dakwah bisa bisalangsung fokus melihat pada efek **kesenangan** dan **sikap positif** pada pesan dakwah yang disampaikan. Artinya bahwa sebuah efek dakwah yang diharapkan adalah **efek dakwah yang menekankan pada munculnya kesenangan dan sikap suka jamaah pada pesan yang diterimanya**. Ketika pelaksanaan komunikasi mendasarkan salah satu atau memadukan dua model komunikasi top down dan button up yang ada, maka mengukur efektivitas komunikasi dakwah secara rinci haruslah memasukkan model penilaian dari kedua model dimaksud.

Penetapan efek dengan fokus pada efek kesenangan dan sikap positif pada pesan dakwah ini sesungguhnya merupakan efek simbol (tanda terpenuhinya) dari efek keseluruhan efek yang diharapkan yaitu efek yang menjelaskan bahwa, kedatangan Islam akan menjadi rahmat (QS, al-Ambiya, 21: 107) ketika kehadiran Islam yang dibawa para da'i itu muncul sebagai pesan-pesan yang membawa (pemenuhan kebutuhan manusia dan oleh karenanya menimbulkan) **kesenangan** dengan penuh (sikap) **suka cita** bagi jamaahnya. Itulah **berita gembira**, *basyiran* yang dimaksudkan oleh ayat 28 surat Saba,

yaitu Islam yang menghadirkan kesenangan dan rasa suka cita bagi seluruh manusia, khususnya manusia yang menjadi target audiensnya.

## **BagianKedua: APLIKASI DAKWAH RAMAH**

Ketika kita memahami dan mengembangkan Islam yang *rahmatan lil 'alamin* bagi manusia, maka sesungguhnya setiap kegiatan komunikasi dakwah itu adalah sebuah proses pembangunan yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan manusia, secara materiil dan spiritual sekaligus dalam hidup diri, sosial dan lingkungannya.

### **A. DAKWAH SEBUAH PROSES PEMBANGUNAN**

Pembangunan direncanakan dan dilaksanakan dan sebesar-besarnya memanfaatkan potensi sumberdaya yang ada dan dapat dilaksanakan oleh pemerintah-lembaga dan masyarakat. Pembangunan ini diupayakan dari atas dan dikembangkan dari bawah. Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa, komunikasi yang membangun biasa dikenal dengan komunikasi pembangunan.

#### **Beberapa Pijakan Dasar**

- Allah tidak merubah suatu kaum kecuali dirinya yang merubahnya (QS, 13: 11)
- Manusia tidak pernah memperoleh kecuali apa yang telah diusahakan (QS, 53: 39-40)
- Tolong menolonglah dalam kebaikan; jangan tolong menolong dalam keburukan (QS, 5: 2)
- Bersama kesulitan ada kemudahan; dan jika berhasil segera kembangkan yang lain (QS, 94: 5-7)
- Kita harus percaya diri dengan penuh semangat dan ceria karena kita telah dirancang Allah sebagai manusia berprestasi dalam mencapai kemuliaan (QS, 3: 139).

## **Pembangunan dari Atas**

Pembangunan dari Atas ini adalah usaha pembangunan yang akan menggunakan kepemimpinan profesional yang diberikan oleh sumber daya eksternal dalam mana dia akan merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program pembangunan (MacDonald, 1995). Model pembangunan ini mempunyai fokus:

1. Penyediaan kepemimpinan profesional
2. Pelayanan yang mendukung
3. Masyarakat ikut dan dapat akses dengan layanan yang diprogramkan
4. Terjadi perubahan (persepsi-prilaku)
5. Standar hidup terpenuhi

## **Pembangunan dari Bawah**

Pembangunan model ini dikembangkan oleh Billups (1990), Rubin & Babbie (1993), Midgley (1993), dan David (1993) yang akan mengupayakan:

1. Mengembangkan partisipasi masyarakat yang komprehensif
2. Pengembangan motivasi masyarakat lokal
3. Perluasan kesempatan belajar
4. Peningkatan pengelolaan sumberdaya lokal
5. Replikasi pembangunan manusia
6. Peningkatan komunikasi dan pertukaran
7. Lokalisasi akses keuangan (Theresia, 2015: 30).

Pembangunan dari atas yang dikenal dengan Model top down pada awal sejarahnya, mendominasi dalam program pengembangan yang terstruktur. Model top down merupakan proses yang memungkinkan para profesional untuk memberikan kepemimpinan dan layanan yang mendukung rencana pengembangan yang dibuat oleh pihak eksternal. Model ini diterapkan pada **program pengembangan masyarakat yang memerlukan intervensi pembangunan struktural.**

Berbeda dengan pembangunan dari bawah yang dikenal dengan Model bottom up. Model ini berfokus pada bagaimana seorang da'i dapat mengembangkan orang-

orang dalam masyarakat mengarahkan proses pembangunan mereka sendiri. Model button up ini dimaksudkan untuk **menciptakan kemitraan antara masyarakat dan profesional yang memberi dukungan tehnik**. Namun demikian kedua model ini mempunyai Kelebihan dan Kelemahan.

Kelebihan Model Top Down:

- Masyarakat menikmati program dari kerja optimal pemerintah.
- Program bisa jalan optimal karena didukung dana penuh.
- Kinerja pekerja pemerintah bias optimal.

Kelemahan Model Top Down:

- Masyarakat tidak berperan aktif.
- Masyarakat tidak tahu pelaksanaan program.
- Masyarakat hanya sebagai penerima keputusan.
- Pemerintah tidak tahu kebutuhan riil masyarakat.
- Masyarakat terabaikan karena suaranya tidak didengar.
- Masyarakat kurang kreatif.

Kelebihan Button Up:

- Peran masyarakat optimal dalam memberi masukan.
- Tujuan masyarakat berjalan sesuai keinginan.
- Pemerintah lebih lancar karena peran masyarakat.
- Masyarakat lebih kreatif dalam membuat dan menjalankan program.

Kelemahan Button Up:

- Pemerintah tidak berharga karena peran yang minim.
- Hasil program beragam karena pendidikan yang tidak merata.
- Masyarakat dan pemerintah bisa salah paham yang dikarenakan tugas masyarakat dan tugas pemerintah menjadi tidak jelas (Theresia, 2015: 31).

## Penggunaan Model Pembangunan

Kedua model digunakan untuk program pembangunan yang bertujuan:

1. Mempengaruhi **perubahan persepsi** warga masyarakat tentang bagaimana meningkatkan taraf hidup.
2. **Menciptakan perubahan** persepsi warga komunitas masyarakat yang berorientasi pada perilaku dasar untuk membangun.
3. **Meningkatkan standar hidup** di antara mayoritas warga

Untuk mencapai tujuan pembangunan minimal dibutuhkan dua hal:

1. Adanya **legitimasi** masyarakat untuk mengakui adanya masalah
2. Masyarakat bersedia **berpartisipasi** dalam proses pengembangan program (Theresia, 2015: 30). Kedua hal ini tercermin dalam konsep dakwah bil hikmah.

## Konsep Dakwah Bil Hikmah dan Model Dakwah Ramah

Sebagaimana telah dijelaskan oleh pendapat Qohtani, yang diperkuat dengan temuan penelitian lapangan bahwa **DAKWAH bil HIKMAH** itu meliputi dua metode dakwah:

1. Hikmah Teoritis adalah dakwah dengan fokus *mauidhah hasanah* yang dalam ilmu komunikasi setara dan dikategorikan dengan **Komunikasi Penerangan**;
2. Hikmah Praktis adalah dakwah dengan fokus *mujadalah ahsan* yang dalam ilmu komunikasi setara dan dikategorikan dengan **Komunikasi Penyuluhan**.

Terkait dengan dua model komunikasi pembangunan di atas, maka sesungguhnya kedua model, top down dan bottom up, di dalamnya mengandung dua metode dakwah bil hikmah itu: *mauidhah hasanah* dengan Komunikasi Penerangan dan *mujadalah ahsan* dengan Komunikasi Penyuluhan. Lebih jauh lagi, maka sesungguhnya kedua model itu akan terangkai dalam Model Dakwah Ramah Untuk Semua yang tahap pelaksanaannya akan meliputi: Pengenalan Umat, Perencanaan Komunikasi Dakwah, Pelaksanaan Komunikasi Dakwah, Penilaian Hasil Komunikasi Dakwah.

## B. DAKWAHYANG MEMBANGUN (Top down)

### 1. Pengenalan Umat

**Program Pembangunan dan Perencanaan Komunikasi.** Sering pembangunan dari bawah (bottom up) dikonotasikan sebagai yang lebih baik dibandingkan Pembangunan dari Atas (top down). Nyatanya, pembangunan dari atas yang dirancang Khan (Scramm-Learner, 1976) di Banglades menunjukkan hasil yang baik (Theresia, 2015: 29). Pembangunan berbasis masyarakat adalah pembangunan yang diupayakan dari atas juga pembangunan yang dikembangkan dari bawah. Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa, komunikasi yang membangun biasa dikenal dengan komunikasi pembangunan. Komunikasi model top down ini mendasarkan diri pada program pembangunan yang telah ditetapkan dan ditargetkan oleh pemerintah setempat, oleh sebuah lembaga dakwah atau sebuah lembaga dalam masyarakat atau komunitas. Program tersebut adalah sebuah program yang didasarkan kepada survei yang dilakukan. Berdasarkan program tersebut kemudian dirancang perencanaan komunikasi, bagaimana komunikasi direncanakan agar sebuah program pembangunan dapat dilaksanakan dengan lancar dan dapat diukur keberhasilannya.

Pada proses pengamatan umat, minimal akan melahirkan dua laporan: gambaran umum masalah dan analisis masalah komunikasi, yang dalam konsep Berger dikenal dengan: a). pengetahuan khusus berupa kebutuhan atau masalah apa yang sedang dirasakan masyarakat sehingga kita harus merencanakan pesan komunikasi apa yang harus dipersiapkan; dan b). Pengetahuan umum berupa gambaran potensi komunikasi masyarakat sehingga kita dapat merencanakan cara komunikasi yang tepat bagi masyarakatnya (Lihat Gambar 5).

#### a. Gambaran Umum Masalah

Pada tahapan kegiatan pengamatan umat, hal yang perlu dicermati dan dilaporkan adalah: gambaran umum masalah dan analisis masalah komunikasi. Gambaran umum masalah akan mengungkap secara detail misalnya:



- 1) **Potensi daerah.** Potensi daerah bisa meliputi potensi alam, potensi sosial budaya, potensi sumber daya manusia.
- 2) **Permasalahan daerah.** Permasalahan daerah bisa meliputi masalah alam dan lingkungannya, masalah individu, sosial dan budaya yang ada di dalamnya.
- 3) **Pemerintahan setempat.** Dapat juga diungkap potensi dan permasalahan yang ada pada pemerintah setempat.
- 4) **Lembaga sosial.** Potensi dan permasalahan yang ada pada lembaga sosial setempat atau potensi dan permasalahan yang ada pada lembaga keagamaan atau lembaga adat setempat juga penting untuk diungkap.

#### b. Analisis Masalah Komunikasi

Pada survei lapangan, ada beberapa hal yang dapat diungkapkan sehubungan dengan analisis masalah komunikasi diantaranya akan mencermati dan mengungkapkan:

- 1) **Audiens.** Masyarakat setempat sebagai audiens, misalnya: pendidikan, ekonomi, tingkat literasi media, sosial keagamaan, dan lainnya.
- 2) **Media.** Media atau forum yang digunakan, misalnya: radio, TV, koran, media baru, forum pengajian, forum rapat, forum arisan, dan lainnya.
- 3) **Pesan.** Pesan yang diterima, misalnya: pesan agama terbatas, pesan pembangunan kurang diminati, hiburan menjadi kebutuhan, dan lainnya.
- 4) **Kendala.** Kendala yang dihadapi, misalnya: pesan beda kelompok agama sering kurang memperoleh respon dan lainnya.

Analisis masalah komunikasi ini dapat dideskripsikan lebih rinci dalam bentuk **Analisis Akhir Informasi** yang akan mendeskripsikan sejumlah poin dari Analisis Masalah Komunikasi yang hal ini dapat dijadikan pijakan dalam membuat langkah kegiatan komunikasi dakwah untuk sebuah program pembangunan.

## 2. Perencanaan Komunikasi Dakwah

Perencanaan di bidang komunikasi terutama dalam negara berkembang menjadi penting, hal ini dikarenakan: 1). Sarana komunikasi dan informasi yang terbatas.

2). Perencanaan komunikasi merupakan **kegiatan yang rasional**. 3). Perencanaan komunikasi merupakan kegiatan pengelolaan **proses penyesuaian diri** dan pemenuhan kebutuhan bagi semua pihak sehingga program baru bisa terwujud dan sekaligus menjadi kebutuhannya (Astrid S Susanto, 1982). Perencanaan komunikasi akan mudah mencapai efektif yang diinginkan dan efisien manakala kita menggunakan Pendekatan Komunikasi dan Desain Sistem Komunikasi.

#### a. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi adalah sebuah cara memandang seorang perencana komunikasi terhadap suatu masalah (kenyataan) yang sedang ditelaah. Berdasarkan pendekatan ini nantinya akan lahir gagasan atau pola bagaimana suatu komunikasi sebagai bagian dari upaya pembangunan sosial bisa direncanakan dan dilakukan sehingga nantinya sebuah perencanaan komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien. Dua di antara lima pendekatan yang dikemukakan John Middleton (1980) adalah pendekatan proses dan pendekatan sistem.

**Pendekatan Proses.** Pendekatan proses didasarkan pada pemikiran bahwa perencanaan pada hakekatnya merupakan penerapan suatu teori. Sebagaimana diketengahkan oleh Middleton bahwa perencanaan sebagai penerapan teori kepada kenyataan untuk menentukan apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana.

Ada empat teori pilihan yang relevan dengan perencanaan komunikasi: 1) teori pembangunan, 2) teori sosiologi, 3) teori komunikasi dan 4) teori organisasi. Teori apa yang dipakai, maka nantinya akan mempengaruhi di dalam pembuatan perencanaan komunikasi. Dari empat teori di atas dua teori yang akan dipergunakan dalam contoh aplikasi pendekatan di sini: **teori sosiologi** yang menfokuskan pada masyarakat sebagai individu dan kelompok dan **teori komunikasi** yang menfokuskan pada teori informasi dan hubungan komunikasi.

Teori sosiologi yang menfokuskan pada masyarakat sebagai kelompok dan individu menjelaskan bahwa, masyarakat merupakan hasil kolektif dari pada perilaku individu, tetapi juga merupakan produk masyarakat. Berdasarkan kerangka di tersebut,

maka perencanaan komunikasi ditekankan pada pencapaian perubahan sosial -- misalnya melakukan dan mengembangkan sebuah program pembangunan -- melalui **perubahan individu dan kelompok.**

Teori komunikasi yang menfokuskan pada teori informasi menjelaskan bahwa, informasi merupakan komponen pusat dari pada proses komunikasi dan informasi adalah sesuatu yang mempengaruhi tingkat kepastian seseorang di dalam suatu situasi. Berdasarkan kerangka ini perencanaan komunikasi ditekankan pada upaya **memberikan informasi sebanyak-banyaknya** -- misalnya informasi mengenai berbagai hal tentang pembangunan pariwisata rohani – sehingga dengan proses komunikasi dan informasi yang membentuk pengetahuannya, seseorang menjadi memahami duduk persoalan program pembangunan yang dihadapinya.

Teori komunikasi yang menfokuskan pada hubungan komunikasi menjelaskan bahwa, orang memasuki hubungan komunikasi karena mempunyai tujuan dan tujuan ini menurut Kincaid dan Schramm (1975) dapat dibagi kepada empat tujuan: memberi informasi, membujuk, mengajar dan mengadakan dialog. Berdasarkan kerangka ini perencanaan komunikasi harus dirancang kepada empat ketegori tersebut dan ujungnya adalah terjadinya perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku. Dengan demikian penggunaan teori-teori persuasi satu hal yang tidak bisa dielakkan. Selain itu pembinaan (pengajaran) dan dialog (komunikasi penyuluhan) juga perlu diprogramkan guna melahirkan ketrampilan perilaku yang diinginkan.

**Pendekatan Sistem.** Pendekatan sistem dijelaskan oleh Lyons (1980) sebagai suatu pendekatan yang berusaha mengadakan pemecahan menyeluruh terhadap masalah yang ada di mana masalah dipahami sebagai kumpulan dari sub-sub masalah yang satu dengan yang lain saling terkait dan saling berinteraksi. Perencanaan komunikasi dengan pendekatan sitem, kegiatan akan dilakukan ke dalam enam fase:

- a) **Identifikasi masalah,** yaitu suatu upaya menemukan masalah sehingga diketahui bahwa masalah itu ada.

- b) **Analisis sistem**, yaitu upaya menggambarkan masalah secara lebih rinci sehingga dapat dikembangkan bagaimana sistem dan spesifikasi baru berurusan dengan sub-sub masalah tersebut
- c) **Desain sistem**, yaitu upaya merancang sistem kaitannya dengan pemecahan sub-sub masalah yang telah dirinci
- d) **Implimentasi**, yaitu melakukan kegiatan yang menunjang beroprasinya suatu sistem seperti penyiapan hard ware dan soft ware, juga masuk di dalamnya latihan-latihan bagi tenaga yang akan beroprasi
- e) **Pelaksanaan**, yaitu pelaksanaan kegiatan berdasarkan rencana dan aturan yang telah ditetapkan
- f) **Pemeliharaan dan modifikasi**, yaitu pengembangan dan pemantauan terhadap sistem organisasi yang berjalan, mengingat keterbatasan daya tahan dan kegunaan dari sistem yang dibuat manusia

#### b. **Disain Sistem Komunikasi**

Pelaksanaan program kegiatan suatu program pembangunan akan dilakukan dengan mendasarkan pada disain sistem yang telah dirancang. Program dapat dilakukan ke dalam empat tahap selama rentang waktu beberapa tahun, misalnya lima tahun. Tahap I dan tahap II akan diselesaikan pada dua tahun pertama; tahap III diselesaikan pada dua tahun kedua; sedangkan tahap IV diselesaikan pada tahun kelima. Adapun rinciannya sebagai berikut:

- 1) Pada tahap pertama berupa **Penyadaran** dengan target: terjadi **persamaan persepsi dan penerimaan** suatu program dakwah pembangunan tertentu, misalnya Pengembangan Pariwisata Rohani.
- 2) Pada tahap kedua berupa **Adopsi & Aplikasi** dengan target: pengelola telah **membangun** tempat dan membuat paket wisata rohani; sedangkan masyarakat mulai melakukan pariwisata rohani.
- 3) Pada tahap ketiga berupa **Pemeliharaan** dengan target: pengelola telah **mengembangkan** wisata rohani secara layak; sedangkan masyarakat mulai mencintai pariwisata rohani.

- 4) Pada tahap keempat berupa **Pelembagaan** dengan target: tempat-tempat pariwisata rohani **menjadi pilihan utama** untuk wisata keluarga. Desain sistemsebaiknya dibuat gambar untuk memudahkan dalam langkah kerja.

### 3. Pelaksanaan Komunikasi Dakwah

Berdasarkan model Komunikasi Dakwah yang ada, maka kegiatan komunikasi dakwah meliputi komponen berikut:

- a. Metode komunikasi dakwah
- b. Penyampaian pesan dakwah
- c. Tema pesan dakwah
- d. Bentuk komunikasi dakwah

**Tabel 04: Pelaksanaan Komunikasi Dakwah\***

No	Komponen: Langkah:	Metode	Tema	Penyampaian	Bentuk
1	Penyamaan persepsi-langkah	Penyiaran-Penyuluhan	Penunjang-	Jelas	KAP - KK-KM**
2	Legitimasi	penyuluhan	Penting	Jelas-Memotivasi	KAP-KK
3	Galang dukungan	Penyiaran	Penunjang-Penting	Jelas-Memotivasi	KM
4	Aksi dg tahapan:				
	-Penyadaran	Penyiaran	Penting	Jelas-Memotivasi	KK-KM
	-Adopsi & Aplikasi	Penyuluhan	Penunjang-	Jelas-Memotivasi	KAP-KK
	-Pemeliharaan	Penyiaran-Penyuluhan	Penunjang-Penting	Jelas-Memotivasi	KAP-KK-KM
	-Pelembagaan	Penyuluhan	Penunjang-	Jelas-Memotivasi	KAP-KK

**Catatan:** \* = Menyesuaikan kebutuhan di lapangan;

\*\*=KAP= Komunikasi Antar Pribadi; KK=Kominikasi Kelompok; KM=Komunikasi Massa

Pada pelaksanaan model komunikasi dakwah tersebut hal yang utama dan menentukan menurut model yang ada adalah metode komunikasi dakwah, sedangkan komponen yang lain dapat mengikuti dan mendukungnya sesuai dengan porsi yang ada dalam model. Kemudian ketika model komunikasi dakwah dipadukan dan menggunakan

komunikasi pembangunan Model Top Down maka pelaksanaan komunikasi dakwah akan nampak pada tabel 04.

#### **4. Penilaian Komunikasi Dakwah**

Ketika pengamatan umat telah dilakukan, perencanaan telah dirancang dan langkah pelaksanaan sedang dilakukan, maka kegiatan penilaian atas kerja yang sedang dan telah dikerjakan perlu dipersiapkan dan dikerjakan dengan cermat. Kegiatan penilaian komunikasi dakwah akan meliputi dua langkah: Monitoring dan Evaluasi.

##### **a. Monitoring**

Kegiatan monitoring dilakukan pada masing-masing tahap yaitu tahap penyadaran, tahap adopsi - aplikasi, tahap pemeliharaan, dan tahap pelembagaan. Monitoring dilakukan oleh petugas proyek program dakwah pembangunan dengan jadwal yang telah ditetapkan. Monitoring dilakukan untuk memantau proses penyelenggaraan pengembangan dakwah secara menyeluruh, tidak terkecualikan kegiatan komunikasi yang telah dirancang. Selain itu monitoring juga dilakukan untuk memantau hasil yang dicapai atau mungkin justru ditemukan beberapa kemacetan. Berdasarkan monitoring ini program pengembangan, pesan komunikasi dan beberapa strateginya bisa di dimodifikasi atau diganti yang lain.

##### **b. Evaluasi**

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan mencocokkan kembali sasaran apa yang telah ditargetkan dengan kenyataan yang ada. Laporan-laporan tentang keadaan riil menjadi bahan utama bagi kegiatan evaluasi, karena pada dasarnya evaluasi adalah mencocokkan kembali antara target sasaran dengan laporan akhir.

Evaluasi dilakukan pada akhir masa kegiatan pengembangan yang berlangsung selama tahun yang ditetapkan, misalnya lima tahun. Selain kegiatan evaluasi dalam bentuk pencocokan tersebut, juga dilakukan evaluasi yang berbentuk survei dalam mana akan cukup berguna untuk penyusunan strategi berikutnya.

## C. DAKWAH YANG MEMBERDAYAKAN (Button up)

### 1. Dakwah dengan Komunikasi Partisipatif

Jika komunikasi pada Dakwah yang Membangun kita fokus pada program pembangunan dan perencanaan komunikasi, maka pada komunikasi Dakwah yang Memberdayakan kita akan fokus pada pengembangan komunikasi partisipatif, yang juga bisa disebut dengan dakwah partisipatif. Dakwah partisipatif dalam prakteknya dapat memanfaatkan model-model komunikasi pembangunan partisipatif yang ada seperti PRA (Participatory Rural Appraisal) sebuah penilaian pedesaan partisipatif, PLA (Participatory Learning and Action) sebuah pendekatan belajar dan praktek partisipatif dan PRCA (Participatory Rural Communication Appraisal) sebuah kajian komunikasi pedesaan secara partisipatif. PRCA merupakan perpaduan dua pendekatan partisipatif di atas, PRA dan PLA (Anyaeibunam, 2004).

PRCA adalah merupakan metode penelitian, kajian, pengamatan komunikasi yang memanfaatkan teknik visualisasi berbasis lapangan, wawancara dan kelompok-kerja. PRCA digunakan untuk menghasilkan informasi guna merancang program komunikasi yang efektif, bahan, media dan metode untuk tujuan pembangunan. Metode tersebut menjamin relevansi dan kepemilikan oleh masyarakat. Aplikasi pada Model Dakwah Ramah, sudah barang tentu model komunikasi tersebut dilakukan beberapa penyesuaian dengan Model Dakwah Ramah yang telah ada.

**Konsep PRCA.** PRCA sebagai metode kajian komunikasi yang memanfaatkan teknik visualisasi berbasis lapangan, wawancara dan kelompok-kerja. Kajian ini berusaha memfasilitasi dialog antara masyarakat desa serta antara mereka dan pekerja pembangunan, penyuluh atau da'i agar semua pihak mencapai saling pengertian dan suatu rencana untuk bertindak.



Gambar 6: Konsep PRCA

PRCA dibangun dengan komunikasi sebagai proses interaktif yang ditandai dengan pertukaran ide, informasi, sudut pandang dan pengalaman antara orang dan kelompok. Dalam PRCA, komunikasi adalah proses dua arah di mana semua orang dipandang sebagai **sumber informasi yang penting** dan **sumber ide-ide yang layak disimak**. Oleh karena itu, ketidakpedulian tidak ada dalam proses ini, karena kegiatan ini memerlukan kerjasama mental yang aktif dari semua orang yang terlibat, sampai kesadaran umum dan pemahaman bersama dicapai. Ini adalah proses di mana **semua peserta memutuskan tindakan bersama-sama**. Dalam konteks pembangunan, pandangan ini memperlihatkan dalam hal komunikasi bahwa **semua pelaku adalah sama**.

Pada akhir kegiatan, semua bahan yang dihasilkan dengan alat dan teknik PRCA harus dibiarkan bersama masyarakat. Tim PRCA harus membuat salinan untuk mereka gunakan sendiri.



## 2. Tahapan Kegiatan Mengenal Umat

Kegiatan PRCA dapat berlangsung dengan tahapan: pembukaan; mengenal lebih banyak masyarakat; menggali data isu-isu komunikasi; dan menggali data keyakinan serta pengetahuan masyarakat.

- a. Pembukaan akan meliputi: perkenalan, pemanasan dan penyemangatan.
- b. Menegal lebih banyak masyarakat akan mencoba menggali data geografi.s misalnya dengan alat dan tehnik: Peta dan Transek; Data waktu misalnya Garis waktu, Tren waktu dan Kalender musim.
- c. Menggali data isu-isu komunikasi akan berusaha: mengungkap persepsi masyarakat misalnya dengan alat dan tehnik: FGD, *pohon masalah* dan *jendela persepsi*; juga dapat memanfaatkan peran pemimpin seperti: *model* dan *trensetter*.
- d. Menggali data keyakinan & pengetahuan masyarakat misalnya dengan alat dan tehnik: wawancara dan observasi,

## 3. Menemukan Kebutuhan Umat dan Melaksanakan Program

Semua alat-alat dan tehnik PRCA mengandung elemen spesifik yang menunjuk kepada penemuan kebutuhan umat. Berdasarkan kegiatan pengenalan umat yang dilakukan, maka kebutuhan umat akan ditemukan dan dituangkan dalam rumusan NOPS masyarakat-umat. NOPS meliputi: Needs (kebutuhan), Opportunities (peluang), Problems (masalah) dan Solutions (solusi). Meskipun NOPS tidak mungkin sepenuhnya diperoleh secara rinci, namun bagaimana alat dan tehnik itu bisa dapat mengungkapkan kebutuhan, peluang, masalah dan solusi serta kekuatan, kelemahan, dan ancaman yang ada dalam masyarakat.

Berdasarkan temuan informasi mengenai realitas masyarakat yang berupa NOPS, maka kemudian masyarakat bersama seorang da'i penggerak pembangunan akan berusaha merumuskan PROGRAM pembangunan yang berusaha membangun diri, masyarakat dan lingkungannya. Masyarakat dengan programnya terus bergerak melaksanakan pembangunan dengan tetap didampingi oleh seorang da'i pembangunan.

Program ini dapat berlangsung dalam masyarakat dengan lancar sebagaimana mereka usahakan.

Namun demikian, program tersebut dapat dilanjutkan dengan merancang dan dilaksanakan dengan Model Dakwah Yang Membangun (Top Down). Dengan model ini, maka NOPS yang telah dirumuskan itu menjadi bagian dari tahapan awal (1) berupa tahap pengenalan umat. Tahapan berikutnya adalah bagaimana NOPS yang telah diketahui dan ditetapkan itu kemudian dikomunikasikan kepada umat (masyarakat) agar terwujud menjadi kenyataan. Tahapan-tahapannya: (2) perencanaan komunikasi dakwah; (3) Pelaksanaan Komunikasi Dakwah; (4) Penilaian Komunikasi Dakwah.

## SUMBER RUJUKAN

- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya*, Jakarta, Departemen Agama RI
- Anyaegbunam, Chike, Paolo Mepfalopulos and Titus Mustsabi, 2004, *Participatory Rural Communication Appraisal*, Rome, FAO UN.
- Astrid S Susanto, 1982, *Komunikasi Komtemporer*, Bandung, Binacipta.
- Aziz, J.A.A., 1997, *Ad-Da'wah, Qowa'id wa Ushuul*, Terjemah Abdus Salam Masykur: "Fiqhud Dakwah, Prinsip dan Kaidah Asasi Da'wah Islam", Solo, Citra Islami Press.
- Ban, A.W. v. dan H.S. Hawkins, , 1999, *Penyuluhan Pertanian*, Yogyakarta, Kanisius.
- Berlo, D. K., 1960, *The Process of Communication, An Introduction to Theory and Practice*, Newyork, Editorial El Ateneo.
- Craig, Robert T., 1999, *Communication Theory as a Field*, Copyright International Communication Association: 119-161
- Devito, J. A, 1997, *Komunikasi Antar Manusia*, Edisi kelima, Jakarta, Professional Books
- Effendy, O. U, 1986, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung, Remdja Karya.
- Ghazali, H. I., 2013, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*, Semarang, BP Universitas Diponegoro
- Griffin, EM, Andrew Ledbetter and Glen Sparks, 2012, *A First Look At Communication Theory*, Ninth Edition, McGraw Hill.
- Hancock, Alan, 1981, *Communication Planing for Development: An Oprational Fram Work*, Paris, UNISCO
- Jahi, A., 1993, *Media Siaran dalam Pembangunn Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga*, dalam "Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga", disunting oleh Amri Jahi, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.

- Middleton, John, 1980, *Approaches to Communication Planning: an Overview*, in “Approach to Communication Planing” edited by John Meddleton, Paris, UNISCO
- Lyons, James, 1980, *An Overview of System Analysis* in “Approach to Communication Planing” edited by John Meddleton, Paris, UNISCO
- Kincaid, DL., & Schramm W., 1975, *Fundamental Human Communication*, Honolulu, East-West Communication Institute
- Kholili, HM, 2009, *Beberapa Pendekatan Psikologi dalam Dakwah*, Yogyakarta, Amanah.
- Kholili, HM, 2013, *Implementasi Peraturan Menteri Agama Nomor 13 Tahun 2012 dalam Merancang Dakwah Yang Komunikatif*, Penelitian Individual, UIN Sunan Kalijaga.
- Mardikanto, T., 1993, *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*, Surakarta, Sebelas Maret University Press
- Nasution, Z., 1990, *Prinsip-prinsip Komunikasi untuk Penyuluhan*, Jakarta, Lembaga Penerbitan FE UI.
- Qoithani, S. A. al-, 1994, *al-Hikmah fi Da’wah ila Allah Ta’ala*, Terjemah Masykur Hakim: “Da’wah Islam da’wah Bijak”, Jakarta, Gema Insani Press
- Rakhmat, J., 1985, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Remadja Karya CV.
- Ray, GL., 1998, *Extension communication and Management, Trird Edition*, Calcutta, Naya Prokash.
- Shihab, M.Q., 2002, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an*, Jakarta, Lentera Hati
- Subejo, 2012, *Bahan Kuliah Dasar-dasar Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian*, Yogyakarta, Fakultas Pertanian UGM.
- Suisyanto, 2006, *Pengantar Filsafat Dakwah*, Jogjakarta, Teras

Sumardjo, 1999, *Transformasi Model Penyuluhan Pertanian Menuju Pengembangan Kemandirian Petani*, Disertasi, Institut Pertanian Bogor.

Sumarsono, HM. S, 2004, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Graha Ilmu.

Suparta, M. dan H. Hefni (Editor), 2009, *Metode Dakwah*, Jakarta, Kencana

Susanto, A. S, 1974, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek jilid I*, Jakarta, Binacipta.

Susanto, A. S, 1974, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek jilid II*, Jakarta, Binacipta.

Theresia, Aprilia, Dkk., 2015, *Pembangunan Berbasis Masyarakat*, Bandung, Alfabeta.

Valera, J. B., Martinez, V.A., & Plopino, R. F., 1987, *An Introduction to Extension Delivery System*, Manila, Island Publishing House, Inc.

Zulfikar, Erik, *unixlifes.blogspot.com/2011/10/ilmu-penerangan.html* (Diakses: 12-1-2013)