

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam upaya memahami maksud dari judul skripsi ini, penulis terlebih dahulu akan menegaskan istilah-istilah yang terkandung di dalamnya, yaitu sebagai berikut :

1. Teknik Komunikasi

Teknik adalah cara atau seni penyampaian sesuatu pesan.¹ Sedangkan komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain yang di dalamnya terdiri dari beberapa unsur yang meliputi komunikator, pesan, komunikan, media, dan efek yang ditimbulkan.² Teknik komunikasi yang dimaksud penulis adalah seni atau cara penyampaian suatu pernyataan atau pesan oleh K.H. Muharror kepada masyarakat di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora dengan dibarengi beberapa unsur komunikasi yang mendukungnya. Adapun bentuk komunikasinya adalah komunikasi kelompok (group communication).

2. Dakwah

¹). Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 16.

²). *Ibid.*, hlm. 3.

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berarti panggilan, seruan atau ajakan. Dari segi istilah menurut H.SM Nasrudin Latif dakwah adalah setiap usaha dengan lisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah sesuai dengan garis-garis aqidah syari'at serta ahlak Islam³ Dakwah yang dimaksud di sini adalah setiap usaha dengan lisan dan perbuatan nyata yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil, manusia yang dilakukan K.H. Muharror di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora.

3. K. H. Muharror

K.H. Muharror adalah seorang pengasuh Pondok Pesantren (PP) Khozinatul 'Ulum yang alamatnya di Jl. Mr. Iskandar XII/2 Kaliwangan kecamatan Blora kabupaten Blora. Nama lengkap beliau adalah K.H. Muharror Ali yang lahir di Surabayan Jepara. Ali adalah nama ayahnya. Beliau aktif dalam kegiatan dakwah di kabupaten Blora melalui berbagai bentuk dakwah.

Dengan demikian maksud dari judul "Teknik Komunikasi K.H. Muharror dalam Berdakwah di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora" secara keseluruhan adalah cara berkomunikasi yang dilakukan K.H. Muharror dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat Tunjungan kabupaten Blora sebagai sasarannya.

³). Rhosed Shaleh, *Manajamant Dakwah Islam*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1977), hlm.

B. Latar Belakang

Sejak tatanan pemerintahan Indonesia mengalami perubahan pada awal tahun 1998 membawa dampak negatif pada perilaku masyarakat perkotaan dan pedesaan yang itu membutuhkan penanganan yang serius dari setiap kalangan. Seperti masalah yang ada di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora. Banyak masyarakatnya yang berperilaku negatif, misalnya perilaku berupa pencurian binatang ternak, perjudian atau jual nomor judi, penebangan hutan jati secara liar, serta perilaku negatif lainnya. Perjudian tersebut telah melibatkan pemuda, bapak-bapak, dan ada sebagian ibu rumah tangga yang tergiur dengan perjudian itu. Mereka yang berjudi mempunyai berbagai macam alasan, yaitu ada yang menganggap sebagai hiburan, sebagai cara mendapatkan keberuntungan dan juga sebagai bentuk permainan saja tanpa melihat dampak negatif yang ditimbulkannya.

Untuk masalah hutan jati, ada dua belah pihak yang berselisih. Kedua belah pihak itu adalah masyarakat dengan pemerintah setempat. Mereka mempunyai pandangan atau anggapan yang berseberangan. Di pihak pemerintah beranggapan hutan itu dibawah pengawasan dan perlindungannya, yang hasilnya digunakan untuk kesejahteraan masyarakat. Dasar yang dikemukakan bahwa, semua kekayaan alam adalah milik bersama atas perlindungan negara dan hasilnya untuk kesejahteraan masyarakat. Adapun dipihak masyarakat hutan itu milik mereka yang tidak ada salahnya kalau di manfaatkan untuk kepentingannya. Sebab pada pemerintahan orde baru

mereka tidak pernah mendapatkan bagian dari hasil kayu jati. Dasar itu yang menjadi kekuatan mereka untuk memanfaatkannya.

Adapun kondisi masyarakat kecamatan Tunjungan pada umumnya adalah sebagai berikut :

- a) Dari sisi ekonomi penduduknya menengah kebawah.
- b) Dari sisi pendidikan penduduknya rata-rata tamat SLTP dan SLTA kebawah
- c) Dari sisi pekerjaan penduduknya rata-rata petani dan pekerja musiman.
- d) Dan agama yang dianut mayoritas beragama Islam

Di dalam kehidupan manusia perubahan selalu terjadi setiap saat baik itu perilaku, keinginan dan tuntutan fisik lainnya. Demikian pula iman dan taqwa umat Islam selalu mengalami naik turun. Hal yang demikian itu sangat membutuhkan orang yang mau menyadarkan dan melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Dakwah Islam berupaya agar umat manusia selalu meningkatkan situasi dan kondisinya baik lahir maupun batinnya, berupaya agar semua kegiatannya masuk dalam rangka ibadah untuk mencapai kesejahteraan, kebahagiaan yang memperoleh ridha Allah SWT.

Islam memiliki ajaran sebagai penawar dari segala dampak negatif kemajuan IPTEK pada era globalisasi dan Islam datang sebagai agama dakwah yang menugaskan umat manusia untuk menyeru dan mengajak seluruh umat manusia kepada kebaikan.

Dalam upaya penyebaran agama Islam, berbagai cara dapat dilakukan. Dengan kata lain, dakwah mempunyai macam bentuk dan cara atau setrategi dalam setiap penyampaian pesan atau pernyataan kepada khalayak.

Bersamaan kondisi masyarakat yang berperilaku negatif tersebut ada seorang tokoh masyarakat yang sedang melakukan kegiatan dakwah di tempat yang dimaksud, dengan tujuan memberikan penyadaran dan mengajak pada jalan yang benar. Dakwah tersebut dilakukan oleh K.H Muharror, beliau adalah seorang pimpinan dan pengasuh Pondok Pesantren Khozinatul 'Ulum Blora serta aktif di organisasi Islam. Disamping itu beliau juga seorang da'i yang mempunyai kedekatan dengan pemerintah setempat.

Penulis ingin mengamati kegiatan dakwah yang telah dan yang akan dilakukan K.H. Muharror, dengan melihat teknik komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan materi atau pesan dakwahnya terhadap masyarakat desa Keser dan Sitirejo kecamatan Tunjungan. Sebab permasalahannya K.H. Muharror menghadapi masyarakat yang heterogen, baik dari segi umur, ekonomi, dan perilaku yang menyimpang, sedangkan bentuk kegiatan yang diberikan adalah pengajian dan pendidikan melalui kursus-kursus. Dari masalah tersebut sangat menarik apabila dikhususkan membahas kegiatan dakwah yang dilakukan-Nya. Dengan menggunakan Teknik komunikasi apa K.H. Muharror dalam melaksanakan dakwahnya? Sebab apabila teknik komunikasi yang digunakannya tidak sesuai dengan bentuk kegiatan dan sasarannya, maka pesan atau materi yang disampaikannya sulit untuk dipahami, yang pada akhirnya pesan tersebut tidak diterima.

C. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang masalah tersebut maka penulis merumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana sasaran atau objek dakwah yang dihadapi oleh K.H. Muharror di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora.
2. Bagaimana teknik komunikasi yang dipakai K.H. Muharror dalam menghadapi sasaran atau objek dakwah di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora.

D. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan sasaran atau objek dakwah yang dihadapi oleh K. H. Muharror di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora.
2. Mendeskripsikan teknik komunikasi yang dipakai K.H. Muharror dalam menghadapi sasaran atau objek dakwah di kecamatan Tunjungan kabupaten Blora

E. Kegunaan Penelitian

Penulisan skripsi ini mempunyai dua kegunaan yang sangat penting, yaitu kegunaan praktis dan kegunaan teoritis.

1. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis adalah kegunaan yang berhubungan secara langsung dengan kepentingan lembaga tertentu khususnya masyarakat

pada umumnya,⁴ maka dalam penelitian ini mempunyai beberapa kegunaan praktisnya, yaitu sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada para da'i dalam mengemban misi dakwahnya.
- b. Memberi masukan kepada lembaga dakwah dan para da'i agar tepat dalam memilih teknik komunikasi dalam setiap mengatasi permasalahan.

2. Kegunaan Teoritik

Kegunaan teoritik adalah kegunaan yang menunjukkan relevansi penelitian dengan disiplin ilmu yang lebih luas, yaitu dengan menghubungkan penelitian dengan suatu kerangka konseptual.⁵ Dari pengetahuan tersebut, maka kegunaan teoritik dari penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian dapat menjelaskan atas teknik-teknik komunikasi yang telah ada
- b. Mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh.

F. Kerangka Pemikiran Teoritik

1. Tinjauan Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut masdar.

⁴). Jalaludin Rachmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 106-107.

⁵). *Ibid.*, hlm. 107-108.

Sedang bentuk kata kerjanya atau fi'ilnya adalah da'aa-yad'uu yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.

Kegiatan dakwah merupakan bentuk komunikasi Islami (dakwah) adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang didasarkan pada ajaran Islam. Pengertian tersebut menunjukkan, bahwa komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam)

Berikut beberapa pendapat tentang pengertian dakwah ditinjau dari segi istilah :

Menurut H. SM. Nasrudin Latif dakwah adalah setiap usaha dengan lisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis aqidah syari'at serta ahlak Islam.

Adapun menurut Lejen H. Sudirman dari segi istilah dakwah adalah usaha untuk merealisasikan ajaran Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari baik bagi kehidupan seseorang maupun bagi kehidupan masyarakat secara keseluruhan hidup (di dalam tata agama) dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia untuk memperoleh keridhoan-Nya.⁶

Menurut pendapat Toha. Yahya Umar dakwah mempunyai arti: dakwah menurut Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar, sesuai dengan perintah Allah untuk

⁶). Rhosed Shaleh, *Manajamant Dakwah Islam*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1977), hlm.

kemaslahatan manusia agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akherat.⁷ Atau lebih jelasnya proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktifitas dengan sadar dan sengaja yang dilakukan seseorang maupun secara terorganisasi dalam rangka agar manusia beriman kepada Allah dan berupaya mengadakan perubahan dari keadaan yang tidak baik menjadi keadaan baik dan dari yang baik menjadi keadaan yang lebih baik, dengan lisan maupun tulisan agar seseorang mendapat kebahagiaan di dunia dan akherat. Proses tersebut terdiri dari :

1. subjek dakwah (dai)
2. materi dakwah yaitu al-Islam
3. objek dakwah
4. metode dakwah
5. media dakwah⁸

Menurut pendapat Syaikh Ali Makhsuf dalam kitabnya Hidayat al Mursyidin bahwa dakwah mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akherat.

Menurut Endang S. Anshori, membagi pengertian dakwah menjadi dua yaitu dakwah dalam pengertian terbatas dan dakwah dalam pengertian luas. Dakwah dalam arti terbatas adalah menyampaikan Islam

⁷). Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : wijaya, 1967), hlm. 45.

⁸). Wardi Bactiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), hlm.

kepada manusia secara lisan, tulisan ataupun lukisan. Sedangkan dalam pengertian luas berarti penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan dan penghidupan manusia termasuk di dalamnya politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, dan kekeluargaan.

b. Perintah Dakwah

Berdakwah dengan segala bentuknya adalah wajib hukumnya bagi setiap muslim atau kelompok muslim. Seperti halnya amar ma'ruf nahi mungkar, memberi nasehat sesuai dengan kemampuannya.

Adapun orang yang diajak, ikut atau tidak itu urusan Allah.

Diterangkan dalam Al-Qur'an Surat Al-Imran.

ولكن منكم امة يدعون الى الخير ويامرون بالمعروف وينهون عن المنكر واولئك هم المفلحون
(ال عمران : ١٠٤)

Artinya : "Dan hendaklah ada segolongan umat diantara kamu sekalian yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kemungkarannya. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung" (Q.S. Al-Imran : 104)

Keuntungan bagi kaum yang berdakwah terdapat dalam Q.S Al-Imran :110

كنتم خيرا مة اخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر (ال عمران : ١١٠)

Artinya : “kamulah sebaik-baik umat yang dilahirkan ditengah-tengah manusia, karena menganjurkan kebaikan dan mencegah kemungkaran” (Q.S. Al-Imran : 110).

Adapun ditengah-tengah keberuntungan bagi kaum berdakwah, ada juga ancaman dari Allah bagi mereka yang enggan berdakwah. Seperti yang terdapat dalam sabda Rasulullah : “ Demi Allah yang dariku ini terpegang dalam tangannya, wajiblah kamu sekalian menyuruh berbuat ma’ruf dan mencegah berbuat yang mungkar. Kalau kamu tidak mau, maka akan datanglah siksaan kepadamu dari Tuhan”.

Ancaman Allah tidak hanya terhadap mereka yang tidak mau berdakwah, akan tetapi juga bagi mereka yang sanggup amar ma’ruf nahi mungkar namun tidak mau mengamalkannya dan selalu berbuat mungkar.⁹

c. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah mempunyai tujuan, yaitu sebagai berikut :

1. Membentuk pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat dan berperilaku sesuai dengan ketentuan hukum Islam.
2. Terciptanya keluarga yang sakinah penuh kasih sayang antar anggota keluarga.

⁹). Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Islam*, (Surabaya : Al-Ihlas, 1983), hlm. 27-31.

3. Terbentuknya masyarakat yang adil dan ma'mur yang penuh suasana keislaman, taat kepada Allah dan Rasul-Nya serta taat kepada pemimpin bangsa yang baik.
4. Usaha terbentuknya masyarakat dunia yang penuh kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya eksploitasi dan menjaga utuhnya ukhuwah Islamiyah.¹⁰

Adapun fungsi dakwah Islam, yaitu merealisasikan ajaran agama Islam dalam masyarakat.¹¹

d. Subjek Dakwah (da'i atau mubaligh)

Subjek dakwah adalah orang yang melaksanakan tugas-tugas dakwah (da'i atau mubaligh).

Menurut Ahmad Suyuti da'i atau mubaligh adalah mubaligh berasal dari bahasa arab "Balagho yubalighu" yang berarti orang yang menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat penerima dakwah. Adapun dipandang dari sudut metode penyampaiannya, pengertian da'i atau mubaligh cenderung diartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui bahasa tutur (dakwah bil lisan)

Menurut Muriah dalam bukunya yang berjudul " Metodologi Dakwah Kontemporer" bahwa da'i dibagi menjadi dua kriteria, yaitu

¹⁰). M. Mansyur Amin, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan*, (Yogyakarta : Sumbangsih, 1980), hlm. 22.

¹¹). Masdar Helmy, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, (Semarang : Toha Putra, 1973), hlm. 3.

umum dan khusus. Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang berdakwah sebagai kewajiban yang melekat tidak terpisahkan dari missinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah “ *Ballighu anni walau ayat* “. Sedangkan secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhosis) dalam bidang dakwah Islam dengan kesungguhan dan qudrah hasanah.¹²

Dari beberapa pendapat tersebut penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa da'i atau mubaligh adalah orang yang menyampaikan ajaran Islam atau risalah Allah kepada seseorang atau kelompok sebagai sasaran dakwahnya dengan cara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang nyata. Lebih jelasnya orang yang menyampaikan ajaran Islam disebut da'i dan orang yang menerima ajaran Islam disebut mad'u (penerima). Sehingga ada kemungkinan seorang da'i sewaktu-waktu akan menjadi mad'u sebaliknya mad'u sewaktu-waktu bisa menjadi seorang da'i.

e. Syarat-Syarat Da'i atau Mubaligh

Adapun persyaratan yang harus dimiliki seorang da'i atau mubaligh, antara lain :

- a. Menguasai tentang isi al-Qur'an dan sunah Rasul serta hal-hal yang berhubungan dengan agama Islam.

¹²). Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000), hlm. 23

- b. Mengetahui dan menguasai ilmu-ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan berdakwah, misalnya perbandingan agama, ilmu jiwa, ilmu sosial dan ilmu pengetahuan umum lainnya.
- a. Mempunyai kepribadian yang taqwa kepada Allah.
- b. Bertaqwa sesuai dengan garis-garis Dinul Islam.¹³

Menurut Ahmad Suyuti ada 4 syarat yang harus dimiliki oleh seorang da'i, yaitu :

1. Memahami teori dan seni berpidato

Seorang da'i seharusnya memahami seni dan teknik berpidato guna menyampaikan pikiran, gagasan, nasehat, saran, dan pesan-pesan dakwahnya kepada umat. Karena pengetahuan dan keterampilan berbicara sangat relevan untuk diterapkan dalam dakwah dan kegiatan-kegiatan tabligh yang banyak menggunakan media pidato. Seorang da'i, tokoh masyarakat, dan seorang pemimpin apabila tidak mempunyai seni retorika atau berbicara akan sulit menjalin komunikasi dengan anggota masyarakat dan anggotanya.

2. Kesiapan Mental

Sebelum tampil menjadi mubaligh, seorang perlu menyiapkan mental dengan baik nantinya sewaktu berpidato tidak gemeteran atau demam panggung. Upaya untuk kesiapan mental adalah :

- a) Memperbaiki diri sendiri termasuk keluarganya, sehingga dirinya patut untuk menjadi panutan bagi jamaah audiennya.

¹³). Masdar Helmy, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, (Semarang : Toha Putra, 1973), hlm. 49.

- b) Memiliki iman yang teguh dan rasa cinta yang dalam kepada Allah dengan selalu berlaku taat kepadanya dan taat kepada Rosulnya.
 - c) Selalu berserah diri kepada Allah
 - d) Memiliki agama dan pengetahuan umum
 - e) Berahlak mulia dan terpuji
 - f) Bisa bekerjasama dengan da'i lain
 - g) Menguasai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
3. Penguasaan ilmu agama

Seorang mubaligh harus membekali dirinya dengan ilmu agama dan ilmu pengetahuan umum. Adapun pengetahuan agama yang harus dimilikinya adalah :

- a) Menguasai bacaan Al-Qur'an dengan benar dan mengetahui tafsirnya.
- b) Mempelajari, memahami dan menghafal hadits-hadits Nabi
- c) Memahami hukum-hukum Islam
- d) Mendalami pokok-pokok akidah Islamiah
- e) Mengetahui sejarah Rosulullah
- f) Berahlak mulia, seperti iklas, sabar, jujur, zuhud, tawakal syajaah

4. Figur panutan yang kredibel

Seorang mubaligh harus memperhatikan kematangan jiwanya dan senantiasa memberikan keteladanan kepada jamaah tablighnya terutama ketika berdakwah ia harus menunjukkan sifat dan ahlak yang terpuji. Seorang mubaligh harus menyadari betul, bahwa dari isi pesan

dakwah yang disampaikan, bahasa yang diucapkan, dan sikap yang ditampilkan, semuanya dapat dinilai apakah ia seorang alim, arif, bijak, jujur, terpercaya, dan ahli ibadah ataukah sekedar orang yang pandai berbicara.¹⁴

Menurut Muriah seorang da'i harus memiliki sifat-sifat mahmudah, yaitu :

- a. Lemah lembut dalam menjalankan dakwah
- b. Bermusyawarahlah dalam segala urusan, termasuk urusan dakwah
- c. Kebulatan tekad dalam menjalankan dakwah
- d. Tawakal kepada Allah
- e. Meminta pertolongan dari Allah dalam setiap urusan hidupnya
- f. Menjahui kecurangan
- g. Mempunyai iman yang kuat dan senantiasa bertaqwa kepada Allah
- h. Memahami secara mendalam tentang ilmu agama, seperti hukum-hukum Islam, ilmu tajwid.¹⁵

Menurut Muhammad Ghozali bahwa ada 3 sifat yang harus dimiliki oleh seorang juru dakwah ke jalan Allah SWT, yaitu :

1. Setia kepada kebenaran
2. Menegakkan perintah kebenaran
3. Menghadapi semua manusia dengan kebenaran

¹⁴). Achmat Suyuti, *Cara Cepat Menjadi Orator Da'i dan MC*, (Pekalongan : Cinta Ilmu, 2002), hlm. 8.

¹⁵). Muriah, *Metodologi Dakwah kontemporer*, (Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000), hlm. 29-30.

Ketiga sifat dasar itu harus dimiliki juru dakwah karena sebagai dasar berpijak dan merupakan sikap hidup yang utama bagi diri da'i.

Adapun Syarat-syarat da'i yang ideal menurut Muhammad Ghozali adalah :

1. Syarat yang bersifat aqidah

Para da'i harus yakin bahwa Islam dengan segenap ajarannya itu adalah benar. Mereka harus beriman terlebih dahulu dengan iman yang mantap sebelum mengajak orang lain untuk beriman.

2. Syarat yang bersifat ibadah

Seorang da'i harus selalu mengadakan komunikasi terus menerus dengan Allah yang merupakan kewajibannya, baik berupa ibadah fardhu maupun ibadah sunnah.

3. Syarat yang bersifat ahlakul karimah

Para da'i dituntut untuk membersihkan hati dari kotoran yang tidak terpuji, seperti munafik, riya, dengki dan lainnya.

4. Syarat yang bersifat ilmiah

Mempunyai kemampuan ilmiah yang luas dan mendalam, terutama menyangkut materi dakwah.

5. Syarat yang bersifat jasmaniah

Para da'i harus mempunyai kondisi fisik yang sehat. Sebab kondisi fisik yang sehat mempengaruhi kondisi pikirannya.

6. Syarat yang bersifat kelancaran berbicara

Seorang da'i diharapkan mempunyai ketrampilan berkomunikasi yang lancar, sebab kelancaran berkomunikasi membuktikan mempunyai wawasan yang luas.

7. Syarat yang bersifat mujadalah

Mempunyai semangat berdidikasi kepada masyarakat serta semangat berjuang untuk menegakkan kebenaran, dengan berani mengorbankan tenaga, pikiran, waktu, harta dan jiwa.¹⁶

Dari beberapa pendapat tentang syarat-syarat seorang da'i atau mubaligh tersebut, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa seorang da'i atau mubaligh harus memiliki bekal ilmu pengetahuan agama dan pengetahuan umum, memiliki seni retorika, memiliki kepribadian yang baik dan bisa menjadi panutan yang baik terhadap jemaahnya.

f. Materi Dakwah

Materi dakwah bersumber dari Al-qur'an dan sunah Rasul sebagai sumber utama yang meliputi akidah, syari'ah, dan ahlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.¹⁷

Aqidah dalam Islam bersifat i'tiqad batiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat kaitannya dengan ruun iman. Syari'ah dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati hukum Allah guna mengatur hubungan manusia dengan Allah dan mengatur hubungan antar sesama manusia dalam hidup bermasyarakat.

¹⁶). Munz dakir, *Aktifitas Dakwah Islam Studio PTDI Kaliwungu*, (Skripsi : 1990), hlm. 11-13.

¹⁷). Wardi Bactiar, *Metodologi Penelitian ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), hlm. 33-34.

dan masalah ahlak dalam masalah dakwah adalah pelengkap saja, yaitu untuk melengkapi atau penyempurnaan keimanan dan keislaman manusia.

Materi dakwah selain bersumber dari Al-Qur'an dan sunah Rasul, Islam juga membolehkan umatnya untuk berpikir, berijtihad menemukan hukum-hukum operasional sebagai tafsiran dan takwil Al-Qur'an dan Sunah Rasul.

Dengan kata lain penemuan-penemuan baru yang tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist dapat dijadikan sumber materi dakwah.¹⁸

g. Objek Dakwah (sasaran dakwah)

Objek dakwah adalah manusia baik seorang atau lebih, yaitu masyarakat. Masyarakat sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah adalah salah satu unsur yang penting di dalam sistem dakwah yang tidak kalah peranannya di bandingkan dengan unsur-unsur dakwah yang lain. Oleh sebab itu masalah masyarakat harus dipelajari dengan sebaik-baiknya, maka dari itu sebagai bekal bagi da'I atau mubaligh hendaknya melengkapi dirinya dengan beberapa pengetahuan dan pengalaman yang erat hubungannya dengan masalah masyarakat. Misalnya sosiologi,

¹⁸). Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya : Al-Ihlas, 1983), hlm 60-64.

ekologi, psikologi, ilmu sejarah, ilmu politik, ilmu hukum, antropologi, ekonomi, geografi dan lain-lainnya.¹⁹

Menurut Muriah ada beberapa kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dakwah yang perlu diketahui :

1. sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari segi sosiologis, berupa masyarakat terasing, pedesaan, kota besar dan kecil serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar.
2. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari segi struktur kelembagaan, berupa masyarakat desa, pemerintah dan keluarga.
3. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari tingkat usia, berupa golongan anak-anak, remaja dan orang tua.
4. Sasaran yang dilihat dari tingkat hidup sosial-ekonomis berupa golongan orang kaya, menengah, miskin.
5. Sasaran yang berupa kelompok-kelompok masyarakat dilihat dari segi sosial kultural berupa golongan priyayi, abangan dan santri (klasifikasi ini terdapat pada masyarakat jawa)
6. Sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi okuposional (profesi atau pekerjaan), berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh, dan pegawai negeri.

¹⁹). Wardi Bactiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), hlm. 35-36.

Bila dilihat dari kehidupan psikologis, masing-masing golongan masyarakat tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sesuai dengan kondisi dan konteks lingkungannya. Sehingga hal tersebut menuntut kepada sistem dan metode pendekatan dakwah yang efektif dan efisien, mengingat dakwah adalah ajaran agama sebagai pedoman hidup yang universal, rasional dan dinamis. Kita dapati bahwa Al Qur'an mengarahkan dakwah kepada semua pihak, semua golongan dan siapa saja, sesuai dengan misi dakwah Nabi sebagai Rahmatan li al- Amin.²⁰

h. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang di pergunakan seorang da'I untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.

Sumber metode dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an menunjukkan ragam yang banyak, seperti Hikmah, Nasehat yang benar dan mujadalah atau diskusi dengan cara yang lebih baik.(Q.S.Al-Nahl :125)

Dari sumber metode itu tumbuh metode-metode yang merupakan operasionalisasinya yaitu dakwah dengan lisan, tulisan, seni dan bil hal. Dakwah dengan lisan berupa ceramah, seminar, symposium, diskusi, khutbah saresehan dan lain-lain. Dakwah dengan tulidsan bisa dengan buku, majalah, surat kabar, pamplet, lukisan dan lain-lain. Dakwah bil

²⁰) Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000), hlm. 33-34.

hal berupa perilaku yang baik, memelihara lingkungan, menolong sesama dan lainnya.²¹

i. Media Dakwah

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah, pada zaman modern misalnya televisi, radio, majalah, surat kabar dan termasuk melalui berbagai macam upaya mencari nafkah dalam berbagai sektor kehidupan. Ada media dakwah secara audio visual yaitu cara penyampaian dakwah yang sekaligus merangsang indera penglihatan dan pendengaran, misalnya televisi, film, sandiwara, dagelan, wayang dan lain sebagainya.

Supaya media dakwah dapat terwujud maka harus dilengkapi dengan perlengkapan dakwah yaitu :

1. Ma'had atau lokakarya, tempat mendidik dan melatih para juru dakwah
2. Unit penguat suara, termasuk alat perekam dan tape recorder
3. Perusahaan penerbitan yang dilengkapi dengan percetakan buku dan pabrik clise untuk menerbitkan buku-buku, majalah dan surat kabar
4. Pemancar radio dan televisi yang mengumandangkan acara dakwah Islamiyah.
5. Kantor berita yang bertugas menyiarkan berita dakwah Islamiyah dan berita dunia Islam.

²¹). Wardi Bactiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), hlm. 35.

6. Studio dakwah yang bertugas menyiarkan dakwah dan membuat film-film yang menandakan dakwah Islam
- 7 Lembaga musik yang dilengkapi dengan instrumen yang memadai dan lainnya.²²

2. Tinjauan Tentang Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam berasal dari kata latin *Communis* yang berarti “sama”, *Communico*, *Communicatio*, atau *Communicare* berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*comunis*) adalah istilah paling sering disebut sebagai asal usul komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna, pesan dianut secara sama.²³

Menurut Everett M. Ronggers, Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah perilaku mereka. Sedangkan menurut Harold lasswell, komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) **Who Says What In Which Channel ToWhom With What**

²²) Abdul Kadir Munysi, *DIP. AD. ED. Metode Diskusi dalam Dakwah*, (Surabaya : Al-Ihlas, 1990), hlm. 42-44.

²³) Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 41-42.

Effect ? atau siapa, mengatakan apa, dengan salurannya apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana.²⁴

Berdasarkan definisi Lasswell tersebut dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lainnya, yaitu :

1. Sumber (*source*) atau disebut sebagai komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
2. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan , nilai, gagasan, atau maksud sumber tadi.
3. Media atau saluran adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran merujuk pada cara penyajian pesan apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak.
4. Penerima (*receiver*) atau disebut juga sasaran, adalah orang yang menerima pesan dari sumber.
5. Efek, adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Hal ini bisa terlihat dengan penambahan pengetahuan (yang semula tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku.

Menurut Carl I. Hovland, komunikasi adalah proses merubah perilaku orang lain. Untuk mampu merubah perilaku atau pendapat orang lain tersebut komunikasinya harus komunikatif.

²⁴). *Ibid*, hlm. 62-63.

b. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi berdasarkan jumlah komunikan yang dihadapi komunikator, komunikasi tatap muka dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok.

1. Komunikasi Antar Personal

Komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan.²⁵ Komunikasi ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, sehingga komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu positif atau negati, berhasil atau tidak. Jika tidak, komunikator dapat meyakinkan komunikan ketika itu juga karena ia dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

2. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok (*group communication*) adalah komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sejumlah komunikan atau sekelompok orang yang jumlahnya lebih

²⁵). Onong Uchjana Effendy, *Dinamika komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 8.

dari dua orang.²⁶ Jenis komunikasi kelompok tersebut diklasifikasikan menjadi komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Dasar pengklasifikasiannya bukan jumlah yang dihitung secara sistematis, melainkan kesempatan komunikasi dalam menyampaikan tanggapannya.

Sekelompok orang yang menjadi komunikasi itu bisa sedikit, bisa banyak. Apabila jumlah orang yang dalam kelompok itu sedikit yang berarti kelompok tersebut kecil. Jika jumlahnya banyak dalam arti kelompoknya besar dinamakan komunikasi kelompok besar.

1. Komunikasi Kelompok Kecil

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) apabila komunikasi seperti itu dapat diubah menjadi komunikasi antar personal dengan setiap komunikasi. Dengan lain perkataan, antara komunikator dengan setiap komunikasi dapat terjadi dialog atau tanya jawab.²⁷

Komunikasi kelompok kecil kurang efektif dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikasi, karena diri tiap komunikasi tidak mungkin dikuasai seperti halnya pada komunikasi antar persona.

²⁶). Onong Uchjana Rffendy, *Ilmu Teori dan Filasafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 75.

²⁷). Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 8.

Menurut Robert F. Bales dalam bukunya “ *Interaction Process Analysis*” mendefinisikan kelompok kecil sebagai :

“ Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka (*face to face meeting*), di mana setiap anggota mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara , sehingga dia pada saat timbul pertanyaan maupun sesudahnya dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perorangan”.

Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, dan rapat. Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Adapun prosesnya berlangsung secara dialogis dan sirkuler. Komunikan pada kelompok kecil ini bersifat homogen.

2. Komunikasi Kelompok Besar

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok besar (*large group communication*) jika antara komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi antar personal.²⁸ Kecil kemungkinan untuk terjadi dialog seperti halnya pada komunikasi kelompok kecil. Pada situasi komunikasi seperti itu para komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator lebih bersifat emosional, lebih-lebih apabila

²⁸).Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Loc. Cit., hlm. 9.

komunikannya bersifat heterogen atau beragam jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, usia, dan pengalamannya.

Pesan yang disampaikan komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada hati atau perasaannya, misalnya kegiatan rapat raksasa. Komunikasikan pada kelompok besar ini bersifat heterogen.²⁹

b. Macam-Macam Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi adalah cara atau seni penyampaian pesan yang dilakukan komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan.³⁰ Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran dan sebagainya. Ada beberapa teknik komunikasi, yaitu :

1. Teknik Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)

Komunikasi informatif adalah komunikasi yang hanya memberikan penerangan dan pengertian kepada komunikan atau audien agar mereka mengerti tentang sesuatu hal atau memperluas bidang pengetahuan.³¹

²⁹). Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Loc. Cit., hlm. 72-77.

³⁰). Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Loc. Cit., hlm. 16.

³¹). Ahmat Suyuti, *Cara Cepat menjadi Orator Da'i dan MC*, (Pekalongan : Cinta Ilmu, 2002), hlm. 8.

Menurut Ehminge, Monroe, dan Gronbeck membagi 3 macam komunikasi informatif

- a. *Oral Repots* (laporan lisan) bisa berupa laporan ilmiah, laporan tahunan, laporan panitia, laporan proyek
- b. *Oral Instruction* (pengajaran), bisa guru yang menjelaskan pelajaran kepada muridnya, pemimpin yang membagi tugas kepada bawahannya.
- c. *Informative Lectures* (kuliah) bisa berupa ceramah umum, presentasi di depan peserta konferensi, penyajian makalah dan pengajian-pengajian.³²

2. Teknik Komunikasi Intruktif (*Intruktive*)

Komunikasi intruktif adalah komunikasi yang bersifat memerintah oleh komunikator kepada komunikan agar melakukan sesuatu yang dimaksud dari pesan yang disampaikan kepada komunikan.³³

3. Teknik Komunikasi Hubungan Manusiawi (*Human Common*)

Komunikasi hubungan manusiawi adalah komunikasi yang bersifat berhubungan secara langsung (*face to face*) antara dua orang atau lebih yang saling memberikan pesan dan informasi, hal ini bisa berbentuk diskusi atau dialog.³⁴

³²). Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 89.

³³). Ahmat Suyuti, *Cara Cepat menjadi Orator Da'i dan MC*, (Pekalongan : Cinta Ilmu, 2002), hlm. 8.

³⁴) *Ibid*, hlm. 8.

4. Teknik Komunikasi Propaganda (*Agitatif*)

Komunikasi *agitatif* adalah komunikasi yang bersifat mempengaruhi massa atau mencari simpati orang banyak dengan menggunakan taktik sugesti dan psikologi untuk mempengaruhi emosi massa dengan tujuan menggiring massa ke arah ide, pendapat, norma, atau nilai-nilai yang akhirnya mempengaruhi dan merubah perbuatan serta tingkah laku massa agar mengikuti garis-garis yang telah direncanakan oleh komunikator biasanya tidak jelas.³⁵

5. Teknik Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bersifat membujuk, mengajak, atau merayu yang telah direncanakan untuk mempengaruhi orang-orang lain untuk mengubah kepercayaan, nilai atau sikap komunikan.³⁶

Menurut Ehniger, Monroe, dan Gronbeck dalam *principles and types of communication*, merinci teknik-teknik persuasi berdasarkan jenis khalayaknya.

a. Khalayak tidak sadar

Kadang-kadang pendengar tidak sadar adanya masalah atau tidak tahu bahwa perlu mengambil keputusan. Apabila persoalannya demikian dapat menggunakan langkah-langkah berikut:

³⁵). *Ibid*, hlm. 8.

³⁶). *Ibid*, hlm. 8.

1. *Tahap perhatian.* Bangkitkan minat khalayak dengan ilustrasi faktual, kutipan yang tepat, atau dengan beberapa fakta dan angka yang mengejutkan.
2. *Tahap kebutuhan.* Sajikan sejumlah besar fakta, angka, dan kutipan yang ditunjukkan untuk memperlihatkan bahwa memang benar-benar ada masalah dan tunjukkan ruang lingkup masalah dan implikasinya.
3. *Tahap pemuasan, visualisasi dan tindakan.* Mengingat pentingnya relevansinya masalah yang sudah ditunjukkan, kembangkanlah dengan pemuasan dan visualisasi.

b. Khalayak Apatis

Tahapan-tahapan untuk mempengaruhi pada khalayak apatis atau yang tidak ada kepeduliannya, yaitu :

1. *Tahap perhatian.* Tinggalkan sifat apatis atau ketidak pedulian mereka dengan menyentuh secara singkat beberapa hal yang berkaitan dengan kepentingan pendengar, sampaikan fakta dan angka yang mengejutkan, gunakan ungkapan-ungkapan yang hidup untuk menunjukkan bagaimana kesehatan, kebahagiaan, keamanan, dan kesempatan maju.
2. *Tahap kebutuhan.* Bila sudah tumbuh perhatian, selanjutnya dengan menunjukkan secara langsung dan dramatis bagaimana masalah tersebut mempengaruhi setiap orang yang hadir, dengan

menunjukkan efek yang ditimbulkan baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. *Tahap pemuasan*. Tahap ini menegaskan kembali pada tawaran atau usulan dalam pemecahan masalah.
4. *Tahap visualisasi dan tindakan*. Selanjutnya menggambarkan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh, setelah mereka menerima gagasan anda.

c. Khalayak yang tertarik tetapi ragu.

Ada beberapa tahap untuk meyakinkan pada khalayak yang tertarik tetapi ragu, yaitu :

1. *Tahap perhatian*. Meskipun khalayak sudah tertarik namun perlu tetap menjaga perhatian mereka pada pokok-pokok permasalahan yang berhubungan dengannya.
2. *Tahap kebutuhan*. Usahakan ide yang anda tawarkan menjadi kebutuhannya.
3. *Tahap pemuasan*. Nyatakan usulan anda, tunjukan secara ringkas rencana tindakan yang harus dilakukan.
4. *Tahap visualisasi*. Gunakan bahasa yang hidup dan persuasif, jangan berlebih-lebihan.
5. *Tahapan tindakan*. Nyatakan kembali secara tegas usulan, anjuran, rencana yang anda canangkan.

d. Khalayak yang bermusuhan

Ada beberapa tahap untuk mempengaruhi khalayak yang bermusuhan, yaitu :

1. *Tahap perhatian.* Awali dengan persahabatan, usahakan mereka mau mendengarkan usulan anda, kemudian jelaskan secara berangsur-angsur.
2. *Tahap kebutuhan.* Usahakan anda mampu mencapai prinsip-prinsip atau keyakinan-keyakinan, gunakan keyakinan itu untuk mengukur pernyataan yang anda kemukakan.
3. *Tahap visualisasi dan tindakan.* Usahakan khalayak sudah pada tingkat ketertarikan terhadap usulan atau pernyataan anda.³⁷

Salah satu kelebihan yang dimiliki komunikasi persuasif selain memberikan informasi sekaligus juga bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang. Sedangkan akibat dari kegiatan persuasif adalah kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang. Teknik komunikasi persuasif dibagi menjadi lima,³⁸ yaitu :

- a. Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengangkat tema pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.
- b. Teknik integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan.

³⁷). Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 97-98.

³⁸). Ahmat Suyuti, *Cara Cepat menjadi Orator, Da'i dan MC*, (Pekalongan : Cinta Ilmu, 2002), hlm. 22-24.

- c. Teknik ganjaran (*pay-off technique*) adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara memberikan hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.
- d. Teknik penataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.
- e. Teknik *red-herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah kemudian mengalihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikusainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

Demi berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis, yaitu dengan landasan pelaksanaan formula AIDDA.³⁹ Formula AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif. Penjelasannya adalah sebagai berikut :

A- *Attention* : Perhatian

I - *Interest* : Minat

D - *Desire* : Hasrat

D - *Decision* : Keputusan

A - *Action* : Kegiatan

³⁹). Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 25.

Berdasarkan formula AIDDA itu, komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Apabila perhatian sudah berhasil terbangkitkan lalu diupayakan adanya minat. Upaya ini bisa berhasil apabila memenuhi kebutuhan komunikan.

Kemudian memunculkan hasrat pada komunikasi untuk melakukan bujukan, ajakan atau rayuan komunikator. Tahap berikutnya adalah membuat keputusan untuk melakukan kegiatan sesuai dengan kebutuhan komunikan.

C. Kegunaan Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi adalah cara atau seni penyampaian pesan oleh komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator bisa berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, anjuran, imbauan dan sebagainya.

Dalam upaya merubah kondisi masyarakat yang tidak baik menjadi kondisi masyarakat yang lebih baik sangat diperlukan teknik atau cara berkomunikasi yang tepat dan terencana sehingga dapat mencapai maksud dan tujuan dari isi pesan yang disampaikan. Apabila proses penyampaian pesan tidak memakai pendekatan teknik tertentu, besar kemungkinan akan mengalami kegagalan dalam berkomunikasi sehingga pesan yang disampaikan tidak akan diterima.

Teknik komunikasi tidak hanya sebatas cara atau seni penyampaian pesan, namun juga merupakan perencanaan. Perencanaan ini bisa siapa komunikatornya, bagaimana pesan atau penyusunan pesan,

cara memakai media, dan siapa komunikannya, sehingga dapat memprediksi dalam pencapaian tujuan berkomunikasi.

d. Persamaan dan Perbedaan Komunikasi Islami (dakwah) dengan Komunikasi Umum

Secara umum semua macam komunikasi manusia memiliki ciri-ciri yang sama atau serupa, misalnya proses, model, dan pengaruh pesannya. Tetapi yang membedakan komunikasi Islami (dakwah) dengan teori komunikasi umum adalah terutama latar belakang filosofisnya, yaitu komunikasi Islami bersumber pada Al-Qur'an (Firman Allah) dan Hadits Nabi dan aspek etikanya yang juga bersumber pada landasan filosofisnya tersebut. Pada umumnya etika komunikasi Islami dengan etika komunikasi umum tidak jauh berbeda, isi perintah dan larangan sama serupa antar keduanya. Hanya saja yang membedakan keduanya adalah sanksi dan pahalanya.

Sanksi pada komunikasi umum yang melanggar etika hanya berlaku di dunia saja. Sedangkan sanksi terhadap pelanggaran etika komunikasi Islami berlaku sampai diakherat. Para komunikator yang melanggar etika komunikasi Islami akan mendapatkan siksa neraka sebaliknya yang mematuhi etika tersebut akan mendapat ganjaran dan pahala.⁴⁰

⁴⁰). A. Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 66-67.

e. Model Komunikasi Islami (dakwah)

Secara sederhana dapat dikatakan, bahwa semua macam komunikasi Islami (dakwah) tersebut pada dasarnya tidak berbeda dengan komunikasi non-Islami dalam hal model, proses, dan efeknya. Yang membedakannya lebih pada landasan teori dan filosofisnya, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Nabi. Dengan sendirinya komunikasi Islami (dakwah) terikat pada pesan khusus, yaitu dakwah, karena Al-Qur'an adalah petunjuk bagi seisi alam dan memuat peringatan.

Mengenai model komunikasi secara ilmiah tentu berlaku universal, seperti dinyatakan oleh Marshall McLuhan dan Eric McLuhan, bahwa hukum-hukum media mencakup unsur komunikator, pesan, saluran, gangguan, komunikan atau khalayak, efek dan umpan balik.⁴¹

Model komunikasi Islami (dakwah) yang pesannya bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits Nabi. Tentulah pesan tersebut bersifat imperatif (wajib hukumnya untuk dilaksanakan) karena merupakan pesan kebenaran, pesan yang tidak boleh merupakan sensasi atau kebohongan, kefasikan, pelintiran kata-kata dan kebohongan publik (*public lies*).

Komunikator dalam perspektif Islam pada hakekatnya adalah saluran pesan dalam arti orang yang menyampaikan firman-firman Tuhan dan Hadits Nabi kepada semesta alam. Seorang komunikator dalam hal ini harus mempunyai sifat-sifat yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu tidak boleh bohong, tidak menjual ayat-ayat Alqur'an demi kepentingan

⁴¹). *Ibid.*, hlm. 70.

dirinya, mempunyai hati yang iklas, hanya harapan ridho dari Allah yang ia inginkan besok kelak dan benar-benar memahami ajaran yang dikandung di dalam al-qur'an dan hadits. Dengan demikian proses komunikasi Islami harus terikat pada norma-norma agama (Islam).⁴²

G. Metode Penelitian

Metode adalah suatu cara bertindak menurut sistem aturan yang bertujuan agar kegiatan praktis terlaksana secara rasional dan terarah sehingga dapat mencapai hasil yang optimal. Penelitian adalah usaha pencarian fakta menurut metode objektif yang jelas, untuk menemukan hubungan fakta dan menghasilkan dalil atau hukum.⁴³

Jadi metode penelitian adalah suatu cara bertindak yang praktis, rasional, objektif dan terarah untuk menemukan hubungan fakta dan menghasilkan dalil atau hukum. Adapun langkah-langkah penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data dari penelitian di mana data itu diperoleh.⁴⁴

⁴²). *Ibid.*, hlm. 71.

⁴³). Moh. Nadhir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia, 1998), hlm. 14.

⁴⁴). Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Renika Cipta, 1991), hlm. 102.

Sedangkan subjek penelitian ini adalah K.H. Muharror dan orang-orang yang dekat dengan beliau, yaitu orang-orang yang banyak mengetahui dan membantu dalam berdakwah atau menyampaikan pesan dalam hal ini bisa keluarganya dan orang yang dekat dengannya serta orang-orang yang menjadi sasaran dakwahnya.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah masalah apa yang ingin diteliti atau masalah penelitian yang dijadikan objek penelitian.⁴⁵

Sedang objek penelitian ini adalah sasaran atau obyek dakwah yang dihadapi oleh K.H. Muharror di Kecamatan Tunjungan Kabupaten Blora, meliputi kelompok remaja, kelompok orang tua, personal dan masyarakat umum, Teknik komunikasi yang digunakan K.H. Muharror dalam berdakwah di Kecamatan Tunjungan Kabupaten Blora.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Interview (wawancara)

Interview atau wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari

⁴⁵). Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta : PT. Raja Grafiika, 1995), hlm. 92-93.

seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.⁴⁶

Adapun interview yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview bebas terpimpin, yaitu dengan membawa kerangka pertanyaan untuk disajikan, terserah kepada interviwer. Dengan metode ini diharapkan permasalahan penelitian dapat ditanyakan dengan jelas dan mendalam. Disamping itu pertanyaan dapat diajukan dengan luwes. Dalam pelaksanaannya penggunaan metode ini penulis menyiapkan interview guide sesuai dengan subyek penelitian yang akan memberi informasi.

Interview diperlukan dalam penelitian ini karena ingin mendapatkan informasi lebih dalam mengenai proses komunikasi selama dan setelah berlangsungnya komunikasi antara kedua belah pihak.

Pihak-pihak yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah K.H. Muharror, keluarganya, orang yang mempunyai kedekatan dengannya, dan masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Wawancara diperlukan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan informasi kegiatan dakwah K.H. muharror dan sasaran dakwahnya.

b. Metode Observasi

⁴⁶). Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 83.

Karl Weick mendefinisikan Observasi sebagai “pemilihan, perubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme sesuai dengan tujuan-tujuan empiris”.⁴⁷

Observasi yang digunakan dalam skripsi ini dimaksudkan untuk menjelaskan, dan merinci gejala selama dan setelah proses komunikasi berlangsung. Adapun metode observasi yang akan kami gunakan adalah observasi tidak berstruktur, yaitu tidak sepenuhnya melaporkan peristiwa.

Adapun tempat-tempat yang akan penulis observasi adalah tempat-tempat yang berhubungan dengan kegiatan dakwah yang dilaksanakan oleh K.H. Muharror di desa Keser dan Sitirejo kecamatan Tunjungan. Adapun dalam melaksanakan observasi pada kegiatan tersebut, penulis sebagai orang lain atau non partisipan.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah penyelidikan yang ditujukan pada penguraian dan penjelasan apa yang telah lalu melalui sumber-sumber dokumen. Jelasnya metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mempelajari catatan-catatan, arsip-arsip dan dokumen-dokumen yang ada di daerah penelitian.⁴⁸ Adapun Untuk dokumentasi

⁴⁷). Jalaludin Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 83.

yang penulis inginkan adalah dokumentasi yang ada hubungannya dengan penelitian, yaitu dokumentasi tentang gambaran umum Kecamatan Tunjungan, dokumentasi tentang profil K.H. Muharror dan dokumentasi yang lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian.

4. Validitas Data

Validitas data adalah kebenaran data, hal ini diukur berdasarkan besarnya frekuensi kejadian atau berdasar berartinya (*significansy*) variasi objeknya.⁴⁹

Ada lima teknik yang dipakai naturalis untuk menguji kredibilitas suatu studi, yaitu :

Pertama menguji terpercayanya temuan, Guba mengetengahkan teknik, yaitu memperpanjang waktu tinggal dengan mereka, observasi lebih tekun, dan menguji secara triangulasi. *Kedua* dengan pertemuan pengarahan kelompok kerja peneliti; berbagai ketidakjelasan, kemungkinan bias, kemungkinan pengembangan desain di lapangan didiskusikan dan dijelaskan. *Ketiga* lewat analisis kasus negatif, fungsinya adalah khusus untuk mengadakan revisi hipotesis. *Keempat* dengan menguji kembali pada data rekaman seperti photo, *audio cassette*, *video cassette*. *Kelima* dengan mencocokkan kepada warga masyarakat objek studi. Ringkasnya interview disajikan kembali kepada yang diinterview,

⁴⁸). Winarto Surachmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung : Turisto, 1980), hlm. 123.

⁴⁹). Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Rake Sarasin, 2000), hlm. 53.

disajikan kepada orang lain untuk mendapatkan komentar atau kelompok satu diuji pada kelompok lain untuk memperoleh pemahaman lebih dalam.⁵⁰

Untuk memperoleh data yang valid atau teruji kebenaran pada penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik atau cara untuk menguji data tersebut, yaitu :

Dengan mencocokkan hasil penelitian kepada warga masyarakat sebagai objek studi secara informal dan formal dan terus menerus, di mana interview disajikan kembali kepada yang diinterview untuk mendapatkan reaksi, dan disajikan kepada orang lain untuk mendapatkan komentar, serta interview dari kelompok satu diuji pada kelompok lain untuk memperoleh pemahaman mendalam.

Tujuan mencocokkan kembali hasil penelitian adalah untuk menangkap maksudnya, untuk membetulkan permasalahan, dan untuk mendapatkan informasi tambahan.

5. Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁵¹

⁵⁰). *Ibid*, hlm. 171-175.

⁵¹). *Ibid*, hlm. 142

Tujuan teknik analisis data adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan dengan jalan data dikumpulkan dan diklarifikasikan, yaitu diadakan pemisahan sesuai dengan jenis masing-masing data, kemudian diupayakan analisisnya dengan menguraikan, menjelaskan sehingga data tersebut dapat diambil pengertian dan kesimpulan sebagai hasil penelitian⁵²

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa diskriptif kualitatif artinya data yang diperoleh kemudian disusun dan digambarkan menurut apa adanya. Dalam hal ini penulis menggunakan pola pikir induktif, yaitu fakta-fakta disajikan terlebih dahulu kemudian ditarik kesimpulan atau dari fakta-fakta yang khusus menuju ke hal-hal yang lebih umum.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁵²). Winarno Surahmat, *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, Tarsito.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian dan pembahasan skripsi yang berjudul “Teknik Komunikasi K.H. Muharror dalam Berdakwah di Kecamatan Tunjungan Kabupaten Blora” di atas, yaitu mengenai hasil penelitian tentang sasaran atau objek dakwah yang dihadapi K.H. Muharror beserta pembantunya, teknik komunikasi yang digunakan K.H. Muharror dalam berdakwah terhadap masyarakat Tunjungan kabupaten Blora, maka dapat ditarik kesimpulannya, yaitu :

1. Masyarakat Tunjungan khususnya desa Keser dan Sitirejo telah mendapatkan bekal ilmu pengetahuan baik itu pengetahuan agama Islam maupun umum, melalui bentuk kegiatan pengajian-pengajian dan kursus-kursus yang menekankan kepada keterampilan. Dari bekal tersebut mereka mampu berpikir dan menerapkan ilmunya, hal tersebut terbukti ada sebagian remaja yang mengembangkan bakatnya di beberapa tempat.
2. Dari berbagai bentuk kegiatan yang dilaksanakan K.H. Muharror dan pembantunya itu telah memberikan perubahan terhadap perilaku di desa Keser dan Sitirejo, diantaranya perjudian sudah semakin berkurang, penebangan hutan secara liar juga berkurang, timbul kesadaran terhadap masyarakat ingin memperdalam ilmu pengetahuan agama Islam semakin bertambah, serta pengangguran sudah berkurang sebab mereka secara

teori dan praktek sudah diberikan bekal keterampilan melalui kegiatan kursus-kursus.

3. Teknik komunikasi yang dipakai K.H. Muharror bersama pembantunya adalah bervariasi, disesuaikan dengan bentuk kegiatan, yaitu teknik komunikasi *Informative Lectures* diterapkan pada kegiatan pengajian-pengajian, teknik komunikasi *Oral Instruction* diterapkan pada kegiatan kursus-kursus, teknik komunikasi persuasif juga diterapkan pada kegiatan pengajian-pengajian dan kursus-kursus dan teknik komunikasi hubungan manusiawi diterapkan pada sasaran yang personal yaitu dengan mengemukakan argumen yang kuat terhadap permasalahan yang dihadapi oleh sasarannya.
4. Dalam satu jenis kegiatan terdapat dua teknik komunikasi yang digunakan sekaligus, dilihat dari sifat pesan yang disampaikan dalam kegiatan itu, seperti kegiatan pengajian, teknik komunikasi yang dipakai adalah teknik komunikasi informatif dan teknik komunikasi persuasif. Demikian pula pada kegiatan kursus-kursus.
5. Ada tiga teknik komunikasi yang dipakai K.H. Muharror bersama pembantunya; teknik komunikasi informatif, teknik komunikasi persuasif, dan teknik komunikasi hubungan manusiawi.

B. SARAN-SARAN

Setelah memperhatikan kenyataan diatas, maka penulis memandang perlu untuk memberikan saran-saran, karena mungkin dapat berguna dalam

meningkatkan kegiatan dakwah terhadap masyarakat Tunjungan pada khususnya dan kepada masyarakat luas pada umumnya.

Adapun saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk para da'I hendaknya sebelum melakukan dakwahnya terlebih dahulu membaaur dengan masyarakat sebagai obyek dakwahnya, agar mendapatkan kepercayaan dan informasi-informasi dari masyarakat.
2. Hendaknya para da'I dalam menggunakan teknik komunikasi dakwah seharusnya secara bervariasi, karena bisa menghindarkan rasa bosan bagi masyarakat.
3. Untuk mempermudah dalam pelaksanaan dakwah perlu mengelompokan audien atau objek dakwah menurut usia dan jenis kelamin.
4. Materi-materi yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan permasalahan yang sedang terjadi pada objek dakwah, materi-materi tersebut usahakan materi yang bersifat pengetahuan agama dan umum.
5. Perlu mendapatkan dukungan dari pihak-pihak lainnya, baik instansi pemerintah maupun instansi swasta.

C. KATA PENUTUP

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan petunjuk dan rahmatnya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung

Muhammad SAW, yang telah memberi syafaat-Nya di dunia dan tetap kita harapkan syafaat-Nya di akherat kelak.

Kami ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik itu biaya, tenaga, dan pemikiran demi terselesaikannya skripsi yang berjudul “TEKNIK KOMUNIKASI K.H. MUHARROR DALAM BERDAKWAH DI KECAMATAN TUNJUNGAN KABUPATEN BLORA”. Semoga Allah SWT membalas amal baik kita semua, Aamiin Yaa Robbal’alamiin.

Skripsi yang telah kami selesaikan tersebut masih jauh dari sempurna, maka dari itu kami sangat terbuka menerima, saran, pendapat dan masukan dari berbagai pihak, kalau itu ditujukan untuk perbaikan yang lebih baik.

Demikian rasa terimakasih kami yang dapat kami sampaikan, akhir kata wassalamu’alaikum Wr.Wb.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

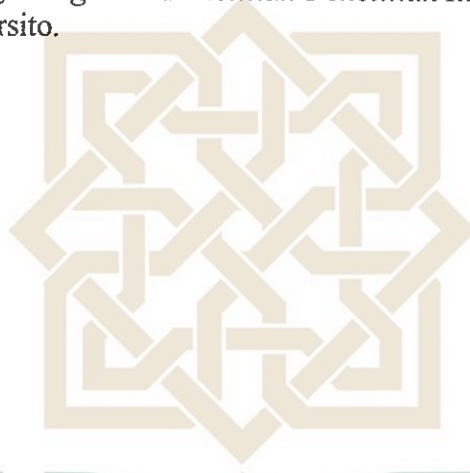
DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Muis, *Komunikasi Islam*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Achmad Suyuti, *Cara Cepat Menjadi Orator Da'i dan MC*, Pekalongan: Cinta Ilmu, 2002.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- _____, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Depag. *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Bumi Restu, 1976.
- Data Monografi Kecamatan Tunjungan*, Tunjungan: 2002.
- Ibrahim Hasan LML, *Apakah Judi Itu*, Jakarta: Lembaga Kajian Ilmiah Institut Ilmu Al-Qur'an, 1977.
- Jalalludin Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- _____, *Retorika Modern*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999.
- Kartini Kartono, *Patologi Sosial Jilid I*, Jakarta: Rajawali, 1983.
- Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000.
- Nadhir, Moh, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia, 1998.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- _____, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- _____, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya, 2000.

P.P Khozinatul ‘Ulum, *Profil Pondok Pesantren Khozinatul ‘Ulum*, Blera: 20001.

Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000.

Surahmat, Winarno,. *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, Tarsito.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA