

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul skripsi Prinsip Komunikasi Dakwah dalam Surat al-Nisa'[4]: 63 dan Thoha [20]: 44 maka perlu dijelaskan istilah-istilah dalam judul tersebut.

#### 1. Prinsip

Prinsip adalah nilai dasar yang dijadikan pijakan atau pedoman. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata prinsip mempunyai arti dasar, asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).<sup>1</sup>

#### 2. Komunikasi Dakwah

Komunikasi Dakwah adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan berupa ajaran Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad dalam rangka mendorong manusia untuk melakukan kebaikan, mengikuti petunjuk, menyuruh melakukan kebajikan, melarang perbuatan mungkar, agar memperoleh kesejahteraan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 935.

<sup>2</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), h. 49.

Secara oprasional, dakwah ada dua yaitu dakwah bil-hal adalah dakwah yang menekankan usaha dan kegiatannya pada perbuatan atau karya nyata, dan dakwah bil-lisan adalah dakwah yang menekankan usaha dan kegiatannya pada lisan. Jadi judul skripsi ini menekankan pada dakwah bil-lisan

Jadi yang dimaksud Prinsip Komunikasi Dakwah adalah nilai dasar yang dijadikan pijakan landasan atau pedoman dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan ajaran Islam dalam rangka mengajak manusia melakukan kebaikan, mengikuti petunjuk, menyuruh, melekukan kebajikan, melarang perbuatan mungkar agar memperoleh kesejahteraan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.

Berdasarkan batasan istilah-istilah tersebut di atas, maka maksud judul skripsi ini adalah suatu kajian atau penelitian untuk mendapatkan pengetahuan tentang nilai-nilai dasar yang terkandung dalam surat al-Nisa'[4]: 63 dan Thoha [20]: 44 yang dijadikan sebagai pijakan dan pedoman dalam kegiatan pengiriman dan penerimaan pesan ajaran Islam untuk mendorong manusia melakukan *amar ma'ruf nahi mungkar* dan bertakwa kepada Allah agar memperoleh kesejahteraan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.

Adapun dua ayat tentang prinsip komunikasi Dakwah tersebut adalah:

1. *Qaulan balighan* dalam surat al-Nisa'[4]: 63.

أولئك الذين يعلم الله ما في قلوبهم فأعرض عنهم وعظهم وقل

لهم في انفسهم قولا بليغا

*“Allah mengetahui segala yang ada di dalam hati mereka, berpalinglah dari mereka dan nasehatilah mereka, dan berkatalah dengan kata yang mengesankan jiwa mereka”.*<sup>3</sup>

2. *Qaulan layyin* dalam surat Thoha [20]: 44.

فقولا له قولا لينا لعله يتذكر أو يخشى

*“Berkatalah kepadanya dengan kata yang lemah lembut, mungkin ia akan ingat dan kemudian takut kepada Allah”.*<sup>4</sup>

## B. Latar Belakang Masalah.

Pada dasarnya manusia harus mempunyai pegangan hidup atau prinsip yang kuat untuk menjalani hidupnya sehari-hari, sebab manusia tanpa prinsip tidak akan dapat menemukan hasil dari tujuan hidupnya, semua manusia harus mempunyai prinsip, baik pedagang, petani, pebisnis, guru, dosen, mahasiswa, pelajar, kyai, santri, dan sebagainya. Seorang pedagang harus memiliki prinsip-prinsip perdagangan, seorang guru atau dosen harus memiliki prinsip mengajar yang baik, mahasiswa dan pelajar juga harus memiliki prinsip-prinsip belajar yang baik, begitu juga da'i.

<sup>3</sup> Abdurrahman, dkk, *Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*, (Yogyakarta: UII Press, 1999), h. 155.

<sup>4</sup> *Ibid.*, h. 545.

Di samping pedagang harus lincah dalam menarik keuntungan, pedagang harus jujur, sopan dan ramah, karena hal tersebut merupakan daya tarik yang sangat menguntungkan, dari sikap jujur, sopan dan ramah, maka pedagang akan mendapatkan banyak pelanggan atau pembeli. Seorang publik figur dan propagandis harus memiliki prinsip-prinsip komunikasi yang baik, begitu juga da'i, dia harus memiliki prinsip-prinsip komunikasi Dakwah, harus paham betul apa dan bagaimana prinsip-prinsip komunikasi Dakwah itu.

Keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh faktor komunikasi. Sebagai komunikator, ia harus pandai dalam mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah supaya pemahaman audiens terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh da'i tersebut dapat menimbulkan *feed back* dan menghasilkan keserasian makna, sehingga mengena pada tujuannya. Semakin baik komunikasi yang dilakukan, semakin baik pula hasil yang dicapai.<sup>5</sup> Maka dari itu dakwah harus dilakukan dengan menggunakan metode komunikasi yang baik dan benar. Prinsip komunikasi Dakwah harus dipahami betul dan aplikasinya tidak boleh asal-asalan, supaya dakwahnya berhasil dengan baik, sebab pesan atau informasi yang bernilai tinggi akan kehilangan daya pengaruhnya dan sia-sia.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: al-Amin Press & IKFA, 1996), h. 88-89.

<sup>6</sup> A. H. Hasanuddin, *Retorika Dakwah dan Publistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), h. 44.

Cara berbicara atau bertutur kata yang baik dan benar merupakan prinsip dasar berkomunikasi bagi para propagandis dan da'i, mereka harus dapat meletakkannya dalam situasi dan kondisi yang tepat.<sup>7</sup> Kalau kita amati sekian banyak da'i tingkat mikro sampai makro, da'i pelosok desa sampai da'i kota, da'i sedikit umat sampai da'i sejuta umat masih banyak yang belum begitu tahu tentang apa dan bagaimana prinsip-prinsip komunikasi Dakwah.

Sering kita jumpai ketika da'i menyampaikan pesan lewat pidato di hadapan khalayak, banyak dari mereka yang tidak memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi Dakwah yang harus diterapkan, di hadapan kalangan orang ekonomi bawah yang dipaparkan tentang sedekah, di hadapan orang tua kata-katanya kasar dan kadang jorok, di hadapan para muallaf memaparkan tentang hukum-hukum yang keras, dan sering juga tujuannya bukan Islam, tapi politik atau kepentingan pribadi dan golongan. Akhirnya tujuan dakwah yang sebenarnya tidak bisa diperoleh secara maksimal, karena tidak menerapkan prinsip-prinsip komunikasi Dakwah yang benar yang terdapat dalam al-Qur'an.

Dalam al-Qur'an terdapat dua ayat prinsip komunikasi Dakwah yaitu *qaulan balighan* dan *qaulan layyinan*. Komunikator di dalam berkomunikasi harus mampu melihat dan memahami keadaan komunikan, serta situasi dan kondisi sekitarnya, ia harus bijaksana dalam bertutur kata dengan perkataan yang baik dan mengena atau membekas dalam diri

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, h. 11.

komunikasikan. Sebagai da'i, kita harus dapat memahami dan mengaplikasikan prinsip komunikasi Dakwah yang tersirat dalam dua ayat tersebut di atas dengan benar, sehingga dapat mengena pada sasaran dan memperoleh hasil optimal dari tujuan dakwah itu sendiri.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah makna prinsip komunikasi Dakwah dalam surat al-Nisa' [4]: 63 dan Thoha [20]: 44 ?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui makna prinsip komunikasi Dakwah dalam surat al-Nisa' [4]: 63 dan Thoha [20]: 44 secara mendalam.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Pengembangan terhadap disiplin ilmu komunikasi serta ilmu lain yang terkait dengannya.
  - b. Pengembangan penelitian di bidang dakwah.
2. Secara Praktis
  - a. Agar dapat mengaplikasikan prinsip-prinsip komunikasi Dakwah dalam surat al-Nisa'; 63 dan Thoha; 44 dengan baik dan benar.
  - b. Menambah bahan bacaan di Perpustakaan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

## F. Telaah Pustaka

Kajian tentang prinsip komunikasi Dakwah dalam al-Qur'an ditinjau dari makna dan tafsirnya jarang sekali diketemukan, khususnya dalam surat al-Nisa' [4]: 63 dan Thoha [20]: 44 yang penyusun teliti. Sepanjang proses pengumpulan data pustaka yang penyusun lakukan sampai saat ini masih belum ada literatur yang secara khusus mengkajinya. Adapun buku-buku hanyalah bersifat umum dan global.

Dalam buku *Komunikasi Dakwah* oleh Toto Tasmara banyak membahas tentang komunikasi persuasif sebagai metode dalam melaksanakan dakwah dan tidak pernah membahas tentang prinsip komunikasi Dakwah dalam al-Qur'an. Buku tersebut merupakan kumpulan makalah dari hasil ceramah serta kuliah yang disampaikan dalam program *training* mujahid dakwah.<sup>8</sup>

Jalaluddin Rahmat dalam bukunya yang berjudul *Islam Aktual Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* sedikit menyinggung tentang prinsip-prinsip komunikasi Islam perspektif al-Qur'an. Menurutnya ada enam prinsip yaitu *qaulan ma'rufan*, *qaulan sadidan*, *qaulan balighan*, *qaulan maisuran*, *qaulan kariman*, dan *qaulan layyinan*, tetapi dia hanya membahas *qaulan sadidan* dan *qaulan balighan*, sedangkan lainnya belum dibahas.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*....., h. 49.

<sup>9</sup> Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*, (Bandung: Mizan, 1993), h. 77-78.

Dalam skripsi Ahmad Qusyairi jurusan Penerangan dan Penyiaran Agama Islam fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (tahun masuk 1994) yang berjudul *Prinsip Komunikasi Dakwah dalam al-Qur'an* menjelaskan bahwa prinsip komunikasi dakwah dalam al-Qur'an ada enam yaitu *qaulan ma'rufan*, *qaulan sadidan*, *qaulan balighan*, *qaulan maisuran*, *qaulan kariman*, dan *qaulan layyinan*. Jadi penekanannya adalah tentang jumlah prinsip komunikasi Islam yang ada dalam al-Qur'an dengan penjelasan makna dan tafsirnya secara global.

Dalam skripsi penyusun secara khusus memaparkan tentang dua ayat prinsip komunikasi dakwah yaitu *qaulan balighan* dalam surat al-Nisa' [4] : 63 dan *qaulan layyinan* dalam surat thoha [20] : 44 yang ditinjau dari kitab tafsir klasik, pertengahan, modern dan kontemporer.

Sepanjang penyusun meneliti kata *qaulan* dalam al-Qur'an dengan meninjau makna dan tafsirnya bahwa prinsip komunikasi Islam tersebut di atas tidak semuanya termasuk prinsip komunikasi dakwah secara tekstual, artinya dilihat dari lahirnya ayat telah jelas arti dan maknanya, walaupun secara kontekstual dapat ditafsirkan lain atau tidak murni arti teks ayat tersebut. Sebagai contoh *qaulan kariman* dalam surat al-Isra'[17] : 23, ayat ini telah jelas mengajarkan etika berhubungan dengan orang tua yaitu tidak boleh berkata " uf " atau kata yang tidak enak di denagar. Secara murni ayat ini mengajarkan etika, tetapi jika dipaksakan untuk dimasukkan dalam koridor ayat dakwah dengan alasan bahwa etika juga termasuk dakwah berarti dakwahnya tidak dakwah bil-lisan tetapi bil-hal, karena bil-hal adalah dakwah

yang berupa teladan atau tindakan secara riil, sedangkan bil-lisan adalah ucapan yang berarti mengkomunikasikan atau memaparkan konsep atau ide yang merupakan sebuah pesan, jadi tidak sebuah tindakan atau tingkah laku yang riil, padahal skripsi ini adalah termasuk bahasan dakwah bil-lisan.

Jadi secara murni teks hanya ada dua yang secara khusus dan jelas menerangkan tentang dakwah yaitu *qaulan balighan* dan *qaulan layyinan*, kendatipun *qaulan layyinan* menjelaskan tentang etika, tetapi penekanan dalam ayat tersebut adalah hal dakwahnya. sedangkan selain dua ayat tersebut yang masuk dalam ruang lingkup etika penekanannya pada etika murni.

Jadi dapat disimpulkan bahwa prinsip komunikasi Islam dalam al-Qur'an dengan meninjau kata *qaulan* dibagi menjadi dua kelompok, kelompok pertama yang penekanannya pada etika disebut prinsip komunikasi etika Islam yaitu *qaulan ma'rufan*, *qaulan sadidan*, *qaulan kariman* dan *qaulan maisuran*, yang hanya dibahas secara global dalam skripsi ini, sedangkan kelompok kedua yang penekanannya pada dakwah disebut prinsip komunikasi Dakwah yaitu *qaulan balighan* dan *qaulan layyinan*.

Jadi yang menjadi letak perbedaan antara Jalaludin Rahmat, Ahmad Qusyairi dan skripsi penyusun adalah :

1. Jika dalam bukunya Jalaludin Rahmat yang berjudul *Islam Aktual Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* menyebutkan prinsip komunikasi Islam dalam al-Qur'an dilihat dari kata *qaulan* ada enam prinsip yaitu *qaulan ma'rufan*, *qaulan sadidan*, *qaulan balighan*, *qaulan maisuran*, *qaulan kariman*, dan *qaulan layyinan*, tetapi dia hanya membahas *qaulan*

*sadidan* dan *qaulan balighan*, sedangkan lainnya belum dibahas. Dalam skripsi Ahmad Qusyairi menyebutkan bahwa prinsip komunikasi dakwah ada enam yaitu seperti yang disebutkan oleh Jalaludin Rahmat dan telah dibahas seluruhnya secara global dengan tidak meninjau dari kitab tafsir klasik, pertengahan, modern, dan kontemporer. Sedangkan dalam skripsi penyusun hanya membahas *qaulan balighan* dan *qaulan layyinan* yang ditinjau dari kitab tafsir klasik, pertengahan, modern dan kontempore.

2. Dalam skripsi Ahmad Qusyairi judulnya masih umum, dalam arti tidak menunjuk secara khusus ayat yang diteliti, itu berarti bahwa skripsinya bertujuan untuk mengemukakan tentang berapa jumlah ayat prinsip komunikasi dakwah dalam al-Qur'an disertai dengan penjelasannya secara global. Sedangkan dalam skripsi penyusun menunjuk secara khusus ayat yang menjadi penelitian yaitu surat al-Nisa' [4]: 63 dan Thoha [20]: 44, dengan meninjau dari kitab tafsir klasik, pertengahan, modern dan kontemporer.
3. Dalam metode penelitian, pengambilan data skunder dalam skripsi Ahmad Qusyairi tidak melalui dari kitab-kitab tafsir periode klasik, pertengahan, modern dan kontemporer. Sedangkan dalam skripsi penyusun mengambil dari kitab-kitab tafsir periode klasik, pertengahan, modern dan kontemporer.

## G. Kerangka Teori

### 1. Tinjauan tentang Komunikasi

Komunikasi adalah inti semua hubungan sosial. Apabila orang telah mengadakan hubungan tetap, maka komunikasi yang mereka lakukan akan menentukan apakah tersebut bisa mempererat atau mempersatukan mereka mengurangi ketegangan, atau melenyapkan persengketaan apabila muncul. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, opini, ide, konsepsi pengetahuan, perasaan, sikap perbuatan, dan sebagainya kepada sesamanya secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun penerima komunikasi, sehingga dengan demikian terbinalah perkembangan kepribadiannya, baik sebagai diri pribadi maupun sosial, serta tercapainya pula kehidupan bersama dan bermasyarakat. Dari komunikasi mungkin suatu ide (baru atau lama) tersebut dihayati orang dan dituntut, diterima ataupun ditolak orang. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang diselewengkan oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (*feed back*).<sup>10</sup>

#### a. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, kata dasarnya adalah *communis* artinya *sama*. Maksudnya antara

---

<sup>10</sup> Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 23.

komunikator dan komunikan sama arti dan makna.<sup>11</sup> Selain itu juga ada yang mengatakan berasal dari kata *communicat* yang artinya berpartisipasi.<sup>12</sup> Kalau ada dua orang yang terlibat dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan tersebut belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dikandung bahasa tersebut. Jelas percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila sama keduanya. Selain mengerti yang dipercakapkan, juga harus mengerti makna dari yang dipercakapkan.

Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha “menimbulkan respon melalui lambang verbal”.<sup>13</sup> Menurut A. W. Widjaja, komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengetahuan dari seseorang kepada orang lain. Edwar Depari, memberikan definisi komunikasi sebagai proses penyampaian gagasan, harapan, pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti dilakukan oleh penyampai

---

<sup>11</sup> Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1992), h. 4.

<sup>12</sup> M. Bahri Ghozali, *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), h. 5.

<sup>13</sup> Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991), h. 3.

pesan ditujukan pada penerima pesan dengan maksud mencapai kesamaan.<sup>14</sup>

Menurut Onong Uchjana Efendi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.<sup>15</sup> Jadi komunikasi merupakan proses penyampai pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media sehingga menimbulkan efek dengan tujuan keserasian arti dan makna.

b. Prinsip-Prinsip Komunikasi

1). Komunikasi adalah paket isyarat.

Dalam komunikasi pasti terjadi dalam paket yang melibatkan verbal ataupun non verbal atau keduanya, ketika kita marah, kita tidak akan mengungkapkannya dengan tersenyum, ketika kita sedih bisa mengeluarkan air mata, tetapi kadang pesan yang disampaikan itu kontradiktif ketika ingin mengkomunikasikan dua emosi sekaligus yaitu satu sisi menggunakan verbal dan sisi lain menggunakan non verbal contoh ketika kita benci kepada seseorang dan dia mengatakan suatu hal yang baik dan benar, maka ketika kita dimintai pendapat tentang

---

<sup>14</sup> A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 2.

<sup>15</sup> Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1992), hlm. 9-10.

dia, kita pasti mengungkapkan secara verbal dengan kata-kata dia benar dan dia bagus, tapi sikap kita mengungkapkannya secara non verbal dengan muka agak sinis.<sup>16</sup>

2). Komunikasi adalah proses penyesuaian.

Komunikasi hanya terjadi bila sistem isyarat yang digunakan sama ketika berkomunikasi dengan seseorang dan menggunakan bahasa berbeda, maka komunikasi tidak bisa berjalan ketika al-Qur'an diturunkan dan Nabi Muhammad sebagai penyampainya kepada umat manusia, maka al-Qur'an diturunkan menggunakan bahasa Arab, karena Nabi Muhammad adalah orang Arab.<sup>17</sup>

3). Komunikasi mencakup dimensi isi dan hubungan.

Ketika pesan disampaikan, maka komunikasi mempunyai dimensi isi dan hubungan, aspek isi mengacu pada tanggapan perilaku yang diharapkan. Sedangkan aspek hubungan menunjukkan bagaimana komunikasi dilakukan. Dalam setiap situasi komunikasi, dimensi isi mungkin tetap sama, tetapi aspek hubungannya dapat berbeda, atau aspek hubungan tetap sama, sedangkan isinya berbeda. Sebagai contoh, kyai mengatakan kepada santrinya, "*Sebaiknya kamu menemui saya setelah pengajian ini selesai*". Atau "*Dapatkah kita bertemu setelah pengajian ini?*" Dalam kedua hal tersebut, isi pesan pada dasarnya

---

<sup>16</sup> Josep A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 40

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 40-41.

sama, artinya pesan dikomunikasikan untuk mendapat tanggapan perilaku yang sama, tetapi dimensi hubungannya sangat berbeda. Dalam kalimat pertama, jelas tampak hubungan atasan bawahan. Pada yang kedua, kyai mengisyaratkan hubungan yang lebih setara dan memperlihatkan penghargaan kepada santri. Demikian pula, ada kalanya isi dapat berbeda, tetapi dimensi hubungan tetap sama. Sebagai contoh, santri baru mungkin berkata kepada pengurus pondok, "*Bolehkah saya pinjam kitabnya?*" dan "*Boleh saya menggunakan komputer ini?*" Isi kedua pesan ini jelas sangat berbeda, tetapi dimensi hubungannya tetap sama, jelas atas hubungan bawahan-atasan di mana ijin untuk melakukan sesuatu harus diperoleh.<sup>18</sup>

4). Komunikasi adalah proses transaksional.

Komunikasi adalah transaksi, adanya transaksi, maka komunikasi merupakan proses suatu kegiatan. Segala hal dalam komunikasi selalu berubah, baik komunikator, komunikan maupun lingkungan. Dalam setiap proses transaksi, komponen-komponen komunikasi saling bergantung dan terkait, tidak pernah independen, tidak mungkin ada komunikator tanpa komunikan, tidak ada pesan tanpa sumber dan tidak akan ada umpan balik, tanpa adanya komunikan. Dalam transaksi komunikasi, seringkali aksi dan reaksi kita dalam komunikasi ditentukan bukan hanya

---

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 41-44

oleh apa yang dikatakan, melainkan juga oleh cara kita menafsirkan apa yang dikatakan. Jadi, jika ada dua orang yang mendengarkan sebuah pesan seringkali menerimanya dengan arti yang sangat berbeda. Walaupun kata-kata dan simbol yang digunakan sama. Setiap orang menafsirkannya secara berbeda.<sup>19</sup>

5). Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.

Dalam komunikasi, makna pesan juga bergantung pada konteks ruang, waktu, sosial dan psikologis. Seorang komunikator harus tanggap terhadap situasi dan kondisi sekitar, ketika ingin menyampaikan pesan, apakah pesan yang hendak disampaikan tepat diutarakan pada ruang, waktu, sosial, dan psikologis yang dimiliki komunikan?, hal tersebut harus diperhatikan, sebagai contoh, topik-topik mengenai bisnis atau perdagangan tidak etis bila diutarakan di masjid, waktu khutbah Jum'at dilaksanakan tidak etis jika kita berbicara dan bercanda, tidak tepat juga ketika kita berpidato mengutarakan pesan tentang memperbanyak sedekah, infaq di depan orang-orang miskin, begitu juga tidak tepat bila kita bercanda di hadapan orang yang sedang marah.<sup>20</sup>

6). Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.

Komunikasi terikat oleh aturan atau tata krama, maka orang yang melakukan komunikasi harus memprediksikan efek perilaku

---

<sup>19</sup> *Ibid*, h.47-48.

<sup>20</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 103.

komunikasinya terhadap aturan dan tata krama setempat. Jadi dia harus memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon dengan baik. Misalnya ketika kita berbicara di depan publik, maka kita harus menggunakan bahasa yang baik dan sopan, jika tidak, responnya akan berdampak negatif. Hal seperti ini harus diprediksikan dengan baik oleh komunikator dalam menyampaikan pesan.<sup>21</sup>

- 7). Semakin mirip latar belakang sosial budaya, semakin efektiflah komunikasi

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan komunikator dan komunikan. Misalnya seorang penjual yang datang ke rumah untuk mempromosikan barang dianggap telah melaksanakan komunikasi yang efektif, jika akhirnya tuan rumah membeli barang yang ia tawarkan, sesuai dengan yang diharapkan penjual itu, dan tuan rumah pun merasa puas dengan barang yang dibelinya. Kesamaan agama, ras, bahasa, tingkat pendidikan atau tingkat ekonomi akan mendorong terjadinya komunikasi yang efektif. Kesamaan bahasa khususnya akan membuat orang-orang yang berkomunikasi lebih mudah mencapai pengertian bersama dibandingkan dengan orang-orang yang tidak berbicara atau memahami bahasa yang sama.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 104-105.

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 107.

### c. Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi yang merupakan faktor penting dalam mencapai keberhasilan komunikasi yaitu: komunikator, pesan, saluran (media) komunikasi dan efek.<sup>23</sup>

#### 1) Komunikator

Adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan. Komunikator dapat berupa individu yang berbicara, menulis, menggambar, melakukan suatu gerak-gerik atau berupa organisasi komunikasi, seperti surat kabar, biro publikasi, studio televisi, dan lain-lain. Di dalam proses komunikasi terkadang komunikator dapat menjadi komunikan dan sebaliknya.

#### 2) Pesan

Pesan adalah nilai-nilai yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mengandung inti pesan (tema) sebagai pengaruh dalam merubah sikap dan tingkah laku.

#### 3) Saluran/media

Media adalah perantara dalam penyampaian pesan. Media ada dua.<sup>24</sup>

a) Media primer, yaitu media simbolik yang berupa bahasa, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya.

---

<sup>23</sup> Onong Uchjana Efendi, *Komunikasi dan Modernisasi*, (Bandung: Alumni, 1979), h. 38.

<sup>24</sup> Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi...*, h. 11.

- b) Media sekunder, yaitu media kedua sebagai alat dari media primer seperti surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, sound system dan sebagainya.

Dalam komunikasi media tersebut di atas, sering dilakukan melalui dua cara, yaitu:

- a) Secara formal yang bersifat resmi dari garis wewenang organisasi
  - b) Secara informal yang bersifat tidak resmi seperti desas-desus, kabar angin, atau kabar burung.
- 4) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan dapat merupakan orang yang sedang membaca, mendengarkan, memperhatikan, atau anggota suatu kelompok seperti kelompok diskusi atau rapat juga berupa pembaca koran atau penonton televisi.

5) Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yaitu sikap dan tingkah laku orang sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan, jika sikapnya sesuai dengan kehendak kita maka berarti komunikasi kita berhasil demikian pula sebaliknya. Untuk mendapatkan efek yang baik maka harus mengikuti lima langkah dari *A. A. Procedure* yaitu proses dari *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *désire* (keinginan), *decision* (keputusan), *action* (tindakan). Secara praktis, ketika kita berbicara di depan umum,

maka kita harus membangkitkan perhatian mereka terlebih dahulu, setelah itu membangkitkan ketertarikan (*interest*) mereka dengan cara pesan yang disampaikan cocok dengan yang dibutuhkan oleh mereka. Lalu kembangkan keinginan-keinginan mereka untuk menerima komunikasi, sebab apa yang kita sampaikan menjawab kebutuhan masyarakat. Kembangkan terus sehingga timbul keputusan untuk melakukan pesan yang kita inginkan, dan proses terakhir diharapkan menimbulkan tindakan.

d. Proses Komunikasi

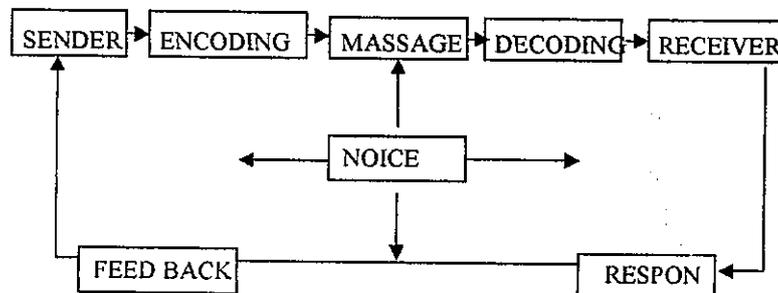
Proses komunikasi merupakan pengoperasian lambang-lambang yang mengandung arti. Kegiatan komunikasi selalu menghendaki adanya paling sedikit tiga unsur, yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. Syarat utama proses komunikasi berlangsung dan dipahami adalah lambang-lambang yang disampaikan diberi arti yang sama oleh komunikator dan komunikan.<sup>25</sup> Adapun secara jelas gambaran dari berlangsungnya proses komunikasi adalah: pertama kalinya komunikator menyalami atau mengkode pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, hal ini berarti bahwa komunikator menformulasikan perasaan atau pikiran dalam bahasa lambang yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan, selanjutnya komunikan menerima pesan itu dan menjadi atau menerjemahkan pesan tadi dalam konteks pengertiannya sehingga timbul suatu pemahaman dan

---

<sup>25</sup> Jalaluddin Rahmat, *Psikologi...*, h. 10.

pemikiran atau perasaan yang sama ataupun yang tidak sama, baik yang positif maupun yang negatif. Dan ketika antara komunikator dan komunikan timbul kesamaan makna dan pengertian yang positif secara langsung, maka komunikasi tersebut dikatakan berhasil dan efektif.

Jalannya komunikasi dapat dilihat dari diagram di bawah ini:



#### Keterangan

*Sender* : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

*Encoding* : penyandian, yakni proses penyalinan pikiran dalam bentuk tatabahasa.

*Message* : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

*Media* : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan komunikator kepada komunikan.

*Decoding* : pengawasaan, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

- Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- Respon* : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan.
- Feed back* : umpan balik yakni komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan pada komunikator.
- Noice* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Jadi proses komunikasi dimulai dengan komunikator menyampaikan pesan melalui media yang terlebih dahulu mengalami proses perubahan diri pemikiran menjadi lambang yang kongkrit, pesan yang disampaikan tersebut diolah komunikan dengan proses *decoding* yakni pemberian makna sesuai dengan yang ia ketahui. Setelah komunikan mendapatkan makna lalu ia memberikan tinbal balik berupa respon.<sup>26</sup>

e. Sifat-Sifat Komunikan

1) Tatap muka (*face to face*)

Komunikator berhadapan langsung dengan komunikan sehingga dapat diketahui tanggapan atau umpan balik yang timbul dari komunikan pada saat menyampaikan pesannya. (umpan balik seketika : *immadiate feed back*).

---

<sup>26</sup> Onong Uchjana Efendi, *Ilmu...*, h. 18.

2) Bermedia (*mediated*)

Komunikasi yang menggunakan media cetak maupun elektronik untuk menyampaikan pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, sehingga tanggapan komunikan tidak bisa diketahui secara langsung oleh komunikator (umpan balik tertunda = *delayed feed back*).<sup>27</sup>

3) Verbal

Komunikasi bersifat verbal (*verbal symbol communication*), komunikasi yang menggunakan lambang bahasa sebagai media komunikasi, lambang bahasa dibagi dua yaitu bahasa lisan dan bahasa tulis/cetak. Dalam komunikasi manusia lebih banyak menggunakan bahasa sebagai media komunikasi, karena bahasa adalah lambang yang paling mampu mentransformasikan pikiran, ide, pendapat, dan sebagainya, baik mengenal hal yang abstrak maupun yang kongkrit, tidak saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, tetapi juga pada masa yang lalu atau masa yang akan datang.

4) Non verbal

Komunikator menggunakan isyarat badan atau gambar sebagai media komunikasi. Isyarat badan memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Tetapi aktivitas seperti melambaikan tangan, memainkan jemari,

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, h. 17.

mengedipkan mata atau menggunakan anggota badan hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja.<sup>28</sup>

f. Bentuk-Bentuk Komunikasi

1. Komunikasi intra manusia

Yaitu komunikasi yang dilakukan di dalam diri sendiri dengan mempertimbangkan sesuatu yang akan dilakukan contohnya berpikir.

2. Komunikasi antar individu

Yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung dan dialogis, akrab, terbuka dan saling memantapkan pengertian tentang sesuatu hal antara seseorang dengan lainnya.

3) Komunikasi kelompok

Yaitu komunikasi yang terjadi antar manusia dalam kelompok tertentu. Hal ini untuk menyampaikan pesan pada kelompok manusia seperti kelompok studi mahasiswa, karang taruna, kelompok tani, dan sebagainya, dengan bentuk seperti rapat tau pertemuan yang diadakan. Bentuk yang dituju adalah rasio guna dapat menerima, menanggapi mengolah suatu pesan dalam benak atau otak.<sup>29</sup>

Komunikasi organisasi termasuk dalam komunikasi kelompok, karena organisasi itu sendiri adalah sebuah kelompok

---

<sup>28</sup> Onong Uchjana Efendi, *Komunikasi dan...*, h. 17.

<sup>29</sup> *Ibid.*, h. 23.

individu yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi baik dalam kelompok formal maupun non formal. Jika organisasi semakin besar dan kompleks, maka demikian juga komunikasinya.<sup>30</sup>

#### 4) Komunikasi massa

Yaitu komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar (kelompok besar manusia) baik yang bersifat fisik maupun abstrak. Tujuannya adalah menggugah emosi.<sup>31</sup>

## 2. Tinjauan tentang Dakwah

### a) Pengertian Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari kata arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya menyeru, mengajak, memanggil, menjamin.<sup>32</sup> Sedangkan yang memanggil, menyeru, mengajak disebut *da'i*. Terminologi dakwah ada beberapa definisi dari berbagai ahli menurut cara pandang mereka masing-masing. Dalam hal ini penyusun mengambil beberapa definisi, antara lain:

- 1) Menurut M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi kepada situasi

---

<sup>30</sup> Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar...*, h. 340.

<sup>31</sup> Riyono Praktiko, *Komunikasi Pembangunan*, (Jakarta: Bina Cipta, 1980), h. 23.

<sup>32</sup> Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan Penterjemah al-Qur'an, 1973), h. 127.

yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>33</sup>

- 2) A. Munir Mul Khan mengatakan bahwa dakwah adalah suatu upaya untuk merubah suatu keadaan menjadi keadaan yang lebih baik menurut tolak ukuran ajaran Islam, sehingga seseorang atau masyarakat mengamalkan Islam sebagai ajaran dan pandangan hidup.<sup>34</sup>
- 3) Menurut Amin Rais, dakwah pada pokoknya berarti ajakan atau panggilan yang diarahkan pada masyarakat luas untuk menerima kebaikan dan meninggalkan keburukan. Dakwah merupakan usaha menciptakan situasi yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam di semua bidang kehidupan.<sup>35</sup>
- 4) A. Hasyim berpendapat bahwa dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengenalkan aqidah Islam yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.<sup>36</sup>
- 5) Dakwah adalah aktivitas belajar dan menggerakkan manusia agar mentaati agama Islam dengan melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar untuk kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>37</sup>

---

<sup>33</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1994), h. 194.

<sup>34</sup> A. Munir Mul Khan, *Ideologi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: Si Press, tt), h. 205.

<sup>35</sup> Amin Rais, *Demi Kepentingan Bangsa Menghadapi Era Reformasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 12.

<sup>36</sup> Hasyimy, *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), h. 16.

<sup>37</sup> Masdar Helmy, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, (Semarang: Toha Putra, 1973), h. 31.

- 6) Dakwah adalah semua aktivitas muslim dalam berusaha merubah situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah. Dengan disertai kesadaran dan tanggung jawab yang baik kepada dirinya sendiri, orang lain, dan terhadap Allah.<sup>38</sup>

Dari uraian definisi di atas dapat disimpulkan bahwa substansi dakwah adalah proses transformasi nilai-nilai ajaran Islam, yaitu aktivitas mengajak manusia serta dirinya untuk memeluk dan mengamalkan ajaran aqidah dan syariat Allah yaitu Islam dengan cara bijaksana supaya mendapatkan situasi yang lebih baik pada diri sendiri dan masyarakat sehingga mendapatkan kebahagiaan serta kesejahteraan di dunia dan akhirat. Perwujudan dakwah adalah usaha meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran agama Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan. Inti tindakan dakwah dengan demikian adalah perubahan kepribadian seseorang dan masyarakat menjadi lebih baik. Perubahan kepribadian tersebut merupakan perubahan secara kultural yang merupakan akhir dari suatu proses tindakan dakwah, sebab tujuan dakwah adalah memberikan kesan dan bekas dalam jiwa dan mendorong untuk beramal.

b. Dasar Dakwah

Titik tolak yang mendasari hukum dakwah sebagai kewajiban tertera dalam ayat al-Qur'an dan hadits Nabi, yaitu:

---

<sup>38</sup> Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, (Bandung: al-Ikhlash, tt), h. 11.

ولتكن منكم امة يدعون الى الخير و يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر  
و أولئك هم المفلحون

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Ali Imran; [3]: 104).<sup>39</sup>

Menurut Tafsir Jalalain dalam ayat ini yang dimaksud dengan *al-Khair* adalah Islam dan yang dimaksud dengan *al-Ma'ruf* adalah semua yang dianjurkan oleh *syari'* yaitu Allah dan rasulnya baik secara wajib seperti sholat lima waktu, berbuat baik kepada orang tua, maupun secara sunnah, seperti sholat tahajud, sedekah, dan lain-lain. Sedangkan yang dimaksud dengan mungkar adalah semua yang tidak diridhoi oleh Allah dan rasul-Nya. Ayat ini sebagai dalil bahwa Dakwah dan *amar ma'ruf nahi mungkar* hukumnya *fardlu kifayah* (yaitu kewajiban yang cukup dilakukan oleh sebagian orang Islam, dalam satu daerah atau satu desa). Jika dalam satu desa sudah ada satu yang menjalankannya, maka kewajiban sudah terpenuhi. Tetapi sebagian ulama berpendapat bahwa Dakwah dan *amar ma'ruf nahi mungkar* hukumnya *fardlu 'ain* (setiap individu Islam berkewajiban untuk melaksanakannya) ini berdasarkan ayat berikut ini:

ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي احسن

ان ربك هو اعلم بمن ضل عن سبيله وهو اعلم بالمهتدين

<sup>39</sup> Tim Penyusun, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Kudus: Mubarakatan Thoyyibah, tt), juz 1-15.

*“Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhan dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS. al-Nahl [16]: 125).*

Dua ayat tersebut di atas telah mewakili sebagai dasar dakwah secara oprasional, ayat ke-3 surat Ali Imran merupakan dasar dakwah bil-hal dan ayat ke-16 surat al-Nahl merupakan dasar dakwah bil-lisan

ليبلغ الشاهد الغائب

*“Hendaklah orang yang hadir menyampaikan kepada yang tidak hadir” (HR. Bukhari).<sup>40</sup>*

من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فان لم يستطع فبلسانه فان لم يستطع

فقلبه وذاك أضعف الايمان

*“Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran, maka wajib baginya untuk mencegah dengan tangannya (kekuasaan), jika tidak mampu, maka dengan lisannya (ucapan/teguran), jika tidak mampu, maka hatinya harus ingkar (tidak menyukainya) dan inilah lemahnya iman” (HR. Muslim).<sup>41</sup>*

بلغوا عني ولو آية

*“Sampaikanlah dariku walau satu ayat” (HR. Bukhari).<sup>42</sup>*

Setiap orang Islam wajib menjalankan dakwah, dan hal tersebut dilakukan sejak Nabi Adam diturunkan Allah ke bumi,

<sup>40</sup> Muhammad bin Ismail, *Shahihul Bukhari*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1981), 24-25.

<sup>41</sup> Jalaluddin as-Sayuthi, *Sunan al-Nisa'i*, (Beirut: Darul Ma'rifah, tt), h. 486.

<sup>42</sup> Muhammad bin Isa, *al-Jami' as-Shahih*, (Beirut: Dar al-Fikr, tt), h. 39.

khususnya bagi umat Nabi Muhammad Saw ketika Nabi menyampaikan ajaran Islam yang disyariatkan Allah kepada manusia, Nabi memerintahkan sahabat-sahabatnya yang hadir untuk menyampaikannya kepada sahabat lain yang tidak hadir walau hanya satu ayat, satu pengetahuan atau ilmu, dan ini harus dilakukan dari masa ke masa hingga sekarang dan seterusnya. Nabi juga memerintahkan kita untuk menghentikan kemungkaran yang melanda di dalam masyarakat, jika kita mempunyai kekuatan dan kekuasaan, maka gunakanlah kekuasaan dan kekuatan itu dengan arif dan bijaksana dalam berdakwah, hal tersebut kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, publik figur, dan orang yang mempunyai wibawa besar di kalangan masyarakat. Bagi yang tidak mempunyai kekuatan, maka gunakanlah lisan untuk membantah, menegur, berdiskusi untuk melenyapkan yang ada. Hal ini kebanyakan dimiliki oleh para pembicara, antar sesama teman yang tidak mampu menghilangkan atau mencegah kemungkaran dengan tangan/kekuatan, dan lain-lain. Dan bagi orang yang tidak mampu untuk mencegah kemungkaran karena tidak mempunyai kekuatan dan tidak mampu menegur atau berbicara, maka hatinya wajib tidak menyukainya. Hal ini biasanya dimiliki oleh orang bawah terhadap orang atas, orang kecil terhadap orang besar. Itulah ajaran syariat yang diperintahkan Allah dan rasulnya untuk kita lakukan dalam berdakwah dan mencegah kemungkaran.

### c. Prinsip Dakwah

Secara prinsipil, berdakwah harus menggunakan metode yang baik untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien seperti yang diajarkan oleh al-Qur'an yaitu

ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي احسن

ان ربك هو اعلم بمن ضل عن سبيله وهو اعلم بالمهتدين

*"Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk". (al-Nahl [16]: 125).*

Ayat tersebut di atas menunjukkan fleksibelnya prinsip metode dakwah yang harus digunakan oleh para da'i bahwa cara penyampaian dakwah harus disesuaikan dengan kondisi, sasaran, serta kemampuan masing-masing da'i prinsip tersebut yaitu:

#### 1) Pendekatan Hikmah dan Aqliyah

Pendekatan yang menggunakan logika, mengemukakan analisa yang luas serta dalil-dalil argumentasi yang logis dan komperatif. Pendekatan ini digunakan pada sasaran yang mempunyai daya tangkap yang cepat, daya pikir yang kritis dan pengetahuan yang luas.

#### 2) Mau'idhah dan Pengajaran

Pendekatan yang lebih menitikberatkan pada bentuk pengajaran dan nasehat yang mudah dipahami model pendekatan ini lebih

tepat digunakan pada golongan masyarakat awam yang umumnya daya tangkap maupun daya pemikiran mereka lemah dan sangat sederhana.

3) Pendekatan Mujadalah dan Pertukaran Pikiran

Yaitu pendekatan dakwah secara informatif dan dialogis digunakan pada mereka yang sudah maju dari golongan yang pertama dan kedua.<sup>43</sup>

d. Tujuan Dakwah

Sebagai suatu proses aktivitas penyampaian pesan dari nilai-nilai ajaran Islam, dakwah harus mempunyai tujuan yang jelas dan kongkrit, sehingga dapat mengena dengan tepat pada sasaran atau obyek dakwah yaitu dilihat dari obyeknya:

1) Tujuan untuk perorangan

Yaitu terbentuknya pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan norma-norma hukum yang telah disyariatkan Allah dan berakhlak mulia.

2) Tujuan untuk keluarga

Yaitu terbentuknya keluarga yang bahagia, penuh ketenteraman dan cinta kasih antar anggota keluarga.

3) Tujuan untuk masyarakat

Yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana keislaman, suatu masyarakat dimana anggota-anggota

---

<sup>43</sup> Farid Ma'ruf Noor, *Dinamika dan Akhlak Dakwah*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1981), h. 183.

mematuhi peraturan-peraturan yang telah disyariatkan oleh Allah Swt, baik yang berkaitan antara hubungan manusia dengan tuhanNya, manusia dengan sesamanya maupun manusia dengan alam sekitarnya, saling membantu, penuh rasa persaudaraan, persamaan dan senasib sepenanggungan.

4) Tujuan untuk umat manusia seluruh dunia

Yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan keterangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi, saling tolong menolong dan saling menghormati. Dengan demikian alam semesta ini seluruhnya dapat menikmati nikmat Islam sebagai rahmat bagi mereka.<sup>44</sup>

Selanjutnya Masyhur Amien mengelompokkan tujuan dakwah ditinjau dari segi materi menjadi tiga kelompok, yakni:<sup>45</sup>

- 1) Tujuan aqidah, yaitu tertanamnya suatu aqidah yang mantap di setiap hati seseorang sehingga keyakinannya tentang ajaran-ajaran Islam itu tidak lagi dicampuri rasa keraguan. Nazaruddin Rozak memberikan batasan tentang iman dalam segi teoritis yang dituntut pertama-tama dan terdahulu dari segala sesuatu untuk dipercayai

---

<sup>44</sup> Masyhur Amien, *Metode Dakwah*, (Yogyakarta: Sumbangsih, 1980), h. 22.

<sup>45</sup> *Ibid.*, h. 24.

dengan suatu keimanan yang tidak dicampuri keragu-raguan dan dipengaruhi prasangkaan.<sup>46</sup>

- 2) Tujuan hukum, yaitu kepatuhan setiap orang terhadap hukum-hukum yang telah disyariatkan oleh Allah Swt. Berdasarkan doktrin Islam, syariat itu dari Allah. Maka syariat adalah sumber hukum dan sumber perundang-undangan yang datangnya dari Allah sendiri disampaikan kepada manusia dengan perantaraan rasulnya yang termaktub dalam al-Qur'an.<sup>47</sup>
- 3) Tujuan akhlak, yaitu tercapainya pribadi muslim yang berbudi luhur, dihiasi dengan sifat-sifat terpuji dan bersih dari sifat-sifat tercela, akhlak mulia manifestasi dari sikap mental dan kehidupan lahir.

Tujuan finansial dari suatu dakwah ini ialah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan manusia lahir dan batin di dunia dan di akhirat nanti di bawah naungan ridha Allah Swt. Sesuai dengan ajaran al-Qur'an bahwa setiap manusia itu senantiasa menginginkan kehidupan yang bahagia dan sejahtera di dunia dan akhirat. Dalam do'a sapu jagat yang juga sebagai firman Allah Swt sebagai berikut:

ربنا أتنا في الدنيا حسنة وفي الآخرة حسنة وقنا عذاب النار

“Ya tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka” (QS. al-Baqarah [2]: 201).

---

<sup>46</sup> Nazaruddin Rozak, *Dienul Islam*, (Bandung: al-Ma'arif, 1986), h. 119.

<sup>47</sup> *Ibid.*, h. 242.

e. Unsur-Unsur Dakwah

Segala sesuatu pasti mempunyai unsur, begitu juga dakwah. Dakwah yang merupakan kewajiban bagi setiap muslim untuk menjalankannya mempunyai empat unsur pokok yaitu da'i, obyek yang didakwahi, pesan, dan media. Berikut adalah uraian unsur-unsur dakwah:

1) Da'i

Yang dimaksud dengan da'i adalah yang melakukan dakwah atau pelaku dakwah, yaitu semua muslim muslimat yang sudah mukallaf sesuai dengan kemampuan serta kesanggupan masing-masing.<sup>48</sup>

Dalam tugasnya sebagai pembawa risalah agama Islam, maka para juru dakwah harus mempunyai sifat-sifat dasar sebagai berikut:

- a) Setia kepada kebenaran
- b) Menegakkan perintah kebenaran
- c) Menghadapi manusia dengan kebenaran.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Abdul Qodir Jaelani, *Strategi Perjuangan Umat Islam Tahun 2000*, (Jakarta: Badriyah, 1983), h. 83.

<sup>49</sup> Hasyimy, *Dustur...*, h. 125.

Selain hal tersebut di atas, mengingat pengertian dakwah yang sedemikian pentingnya, maka juru dakwah dalam pelaksanaannya dituntut juga mempunyai sifat-sifat, antara lain:

- a) Harus yakin benar bahwa agama Islam dengan segenap ajarannya itu adalah benar, harus beriman terlebih dahulu.
- b) Mempunyai etika yang baik.
- c) Harus ramah dan penuh pengertian
- d) Mempunyai ilmu pengetahuan.

Dari keempat sifat tersebut di atas, apabila telah dipenuhi oleh para juru dakwah, maka kegiatan dakwah akan dapat terlaksana dengan baik.

## 2) *Mad'u* (obyek dakwah)

*Mad'u* adalah orang yang menerima materi-materi dakwah. Yang menjadi obyek dakwah adalah masyarakat, yang dalam hal ini para ahli membaginya dalam beberapa golongan antara lain: Menurut M. Abduh dalam bukunya *fiqh al-dakwah* ditinjau dari tingkat kecerdasannya terbagi menjadi tiga golongan yaitu:

- a) Golongan cerdas atau cendekiawan

Yang tergolong dalam kelompok ini adalah orang-orang yang berpendidikan, cinta kebenaran, dan dapat berpikir secara kritis.

- b) Golongan awam

Golongan ini adalah orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian yang tinggi.

- c) Golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut di atas, mereka suka membahas sesuatu, tetapi masih dalam batas-batas tertentu.

Menurut M. Masyhur Amien, dalam bukunya metode Dakwah, melihat segi aqidahnya terbagi menjadi dua kelompok yaitu:

- a) Umat ijabah, yaitu orang-orang yang telah masuk atau memeluk Islam
- b) Umat dakwah, yaitu orang-orang yang belum masuk Islam.

### 3) Materi atau pesan dakwah

Materi dakwah adalah semua tau sumber yang dapat dipergunakan untuk berdakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Namun demikian secara global dapat dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi beberapa hal, yaitu aqidah, syariah dan akhlak.

Menurut Sayyid Sabiq, aqidah adalah keyakinan hidup yakni iman yang bertolak dari hati, meliputi ketauhidan yaitu iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada kitab suci, iman kepada rasul, iman kepada hari kiamat, iman kepada qada' dan qadar.

أَنْ تَوَافِقَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَرُسُلِهِ وَبِالْيَوْمِ الْآخِرَةِ وَتُؤْمِنَ بِالْقَدْرِ

خَيْرِهِ وَشَرِّهِ

Aqidah ini merupakan dasar atau fundamen bagi setiap muslim dan sekaligus memberi arah bagi hidup dan kehidupan di dunia ini. Dikatakan sebagai dasar sebab ajaran ini mengandung seruan untuk percaya dan beriman yang bertitik tolak dari qalbu.

Syariah adalah tindak lanjut bagi setiap manusia baik dalam kehidupan pribadi maupun masyarakat yaitu meliputi ibadah yaitu hubungan langsung antara manusia dengan Allah secara vertikal yang tata cara dan upacaranya sudah ditentukan secara terperinci di dalamnya, termasuk shalat, puasa, zakat, haji, dan lain-lain yang bertalian dengan itu. Dan *muamalah* yaitu norma yang mengatur hubungan manusia dengan sesamanya dan dengan alam sekitarnya secara horizontal.<sup>50</sup>

Adapun akhlak adalah suatu aturan fundamental yang dirasakan tidak dapat menyangkalnya serta menjadi pedoman dalam berbagai keadaan yang berbeda. Di dalamnya termasuk akhlak manusia terhadap khaliqnya, terhadap diri sendiri, terhadap makhluk lainnya, dan terhadap alam sekitarnya.

#### 4) Media Dakwah

---

<sup>50</sup> Ahmad Zaki Yamami, *Syari'at Islam yang Kekal dan Persoalan Masa Kini*, (Jakarta: Intermesa, 1977), h. 14.

Media dakwah adalah saluran dakwah atau wadah dari pesan yang oleh sumber atau penyalur dakwah ingin diteruskan kepada sasaran dakwah. Endang Syaifudin mengatakan bahwa media dakwah, alat dakwah adalah segala perlengkapan yang diperlukan untuk terlaksananya Dakwah baik alat material maupun immaterial.<sup>51</sup>

Jadi media merupakan alat bantu untuk menunjang tercapainya tujuan dakwah. Proses dakwah tanpa adanya media tidak akan bisa mencapai tujuan yang diinginkan, oleh karena itu para da'i harus dalam dakwahnya harus menggunakan salah satu komponen dakwah yaitu media dakwah tersebut.

#### f. Bentuk-Bentuk Dakwah

Dalam hal berdakwah dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dakwah bil-hal dan dakwah bil-lisan. Secara prinsipnya dua bentuk dakwah ini harus diaplikasikan secara fungsional yaitu harus berjalan seiringan, tetapi dua hal tersebut bisa saja berjalan sendiri tergantung situasi dan kondisinya. Maka dari itu, da'i harus memahami betul mad'unya. Dalam berdakwah apakah dakwahnya harus menggunakan dua bentuk dakwah tersebut sekaligus atau salah satunya, berikut ini pengertian tentang dua bentuk dakwah tersebut:

##### 1) Dakwah *bil-hal*

---

<sup>51</sup> Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam*, (Bandung: Pustaka, 1983), h. 143.

Dakwah bil-hal adalah dakwah yang menekankan usaha dan kegiatannya pada perbuatan atau karya nyata.<sup>52</sup> Jadi dakwah bil-hal lebih mengarah dan menunjuk kepada mempengaruhi atau mengajak orang lain atau kelompok dengan keteladanan dan amal perbuatan. Tujuannya adalah untuk mengembangkan diri dan masyarakat dalam rangka mewujudkan tatanan sosial ekonomi yang lebih baik dan juga kebutuhan lain yang lebih baik menurut ajaran Islam. Dilakukannya dengan menaruh perhatian yang lebih besar terhadap masalah-masalah kemasyarakatan, seperti kemiskinan, kebodohan, yang dilakukannya dengan amal nyata.

## 2) Dakwah *bil-lisan*

Dakwah bil-lisan adalah dakwah yang menekankan usaha dan kegiatannya pada lisan<sup>53</sup> atau dapat dikatakan juga dakwah dengan nasehat yang bijaksana dan disesuaikan dengan kebutuhan sasaran. Dalam hal ini, potensi lisan menjadi sangat penting yaitu kemampuan berbahasa yang disertai dengan keluasan ilmu pengetahuan dan kematangan sikap dalam menyampaikan ajaran Islam. Dakwah bil-lisan dapat dilakukan dengan dua cara:

- a) Ceramah, bisa berupa pengajian, penyuluhan. Khutbah merupakan metode yang efektif, dimana antara subyek dan

---

<sup>52</sup> Nasruddin Harahap (ed), *Dakwah Pembangunan*, (Yogyakarta: DPD Golkar Tingkat II DIY, 1992), h. 4.

<sup>53</sup> *Ibid.*, h. 2-3.

obyek dapat berhadapan langsung sehingga penyampaian materi dan responnya juga dapat secara langsung diketahui.

- b) Tanya jawab, dapat berupa dialog atau sarasehan, dengan cara memotivasi obyek untuk menanyakan sesuatu yang belum jelas. Tujuannya adalah agar subyek memiliki keberanian bertanya apa yang belum jelas dan belum dimengerti dari materi yang disampaikan.

### 3. Tinjauan tentang Komunikasi Dakwah

Ciri khas sistem komunikasi dakwah adalah menyebarkan informasi pada pendengar, pemirsa atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah Swt. Pada dasarnya dalam komunikasi dakwah, agama adalah sebagai pesan yang ditujukan kepada warga masyarakat agar berperilaku sesuai dengan perintah dan larangan-Nya. Hal ini berarti bahwa proses komunikasi dakwah harus terikat pada norma-norma ajaran Islam.<sup>54</sup>

Menurut Drs. Toto Tasmara bahwa komunikasi dakwah adalah upaya mengkomunikasikan ajaran Islam dengan tujuan merubah suatu kondisi komunikan menjadi lebih indah, manusiawi dan taat. Jadi, dari segi proses, komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan

---

<sup>54</sup> A. Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 5.

oleh pihak komunikator sehingga dengan cara yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam.<sup>55</sup>

Dari uraian di atas, tampaklah bahwasanya komunikasi dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas yang membedakan dirinya dari bentuk komunikasi yang lain pada umumnya. Harlod D. Laswell pernah mengungkapkan suatu pertanyaan untuk terpenuhinya suatu komunikasi melalui kata-kata bersayap, yaitu *who says what to whom in what channel with what effect*. Apabila pertanyaan tersebut dapat kita jawab, maka komunikasi dakwah pun dapat memenuhi kriteria tersebut yaitu:

- a. Who : setiap pribadi muslim
- b. Says what : pesan nilai ajaran Islam
- c. To whom : kepada manusia pada umumnya
- d. In what channel : memakai media atau saluran dakwah apa saja yang sah secara hukum
- e. With what effect : terjadinya perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, pengamalan sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.

---

<sup>55</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), h. 48-49.

Pengertian dakwah, jika diperhatikan secara lebih mendalam, maka tidak lain adalah termasuk komunikasi, sehingga kegiatan dakwah dapat dikatakan sebagai proses komunikasi, hanya saja tidak semua proses komunikasi merupakan proses dakwah. Menurut Drs. Toto Tasmara, terdapat empat hal yang secara khusus membedakan dakwah dengan komunikasi yaitu:<sup>56</sup>

Pertama, komunikator dakwah, disebut juga da'i adalah setiap orang Islam baik secara individu maupun terorganisir, sedangkan komunikat dalam komunikasi adalah seluruh umat manusia, baik beragama Islam maupun tidak beragama sama sekali lembaga atau organisasi dan sebagainya.

Kedua, pesan-pesan dakwah adalah nilai-nilai ajaran agama Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sedangkan pesan-pesan komunikasi adalah semua permasalahan yang berkaitan dengan kehidupan manusia dan bersumber dari komunikator itu sendiri.

Ketiga, metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan dakwah adalah sesuai dengan petunjuk al-Qur'an dan sunnah Nabi, yaitu hikmah, mau'idhah hasanah, dan persuasif. Sedangkan metode yang digunakan dalam komunikasi adalah semua cara yang dapat menyampaikan pesan kepada komunikan, baik dengan cara penipuan atau persuasif.

---

<sup>56</sup> *Ibid.*, h. 39-47.

Keempat, tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan dakwah adalah terwujudnya amal saleh yaitu perbuatan yang selaras dengan al-Qur'an dan sunnah dalam kehidupan umat manusia, serta bernilai ibadah, mendapatkan pahala dari Allah, sedangkan tujuan komunikasi adalah timbulnya perubahan sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan isi dan harapan dari pesan yang disampaikan oleh komunikator dan tidak bernilai ibadah.

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian perpustakaan (*library research*) artinya sebuah studi dengan mengkaji buku-buku yang ada kaitannya dengan skripsi ini yang diambil dari perpustakaan. Semua sumber berasal pada bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan literatur-literatur lainnya.<sup>57</sup>

### 2. Metode Pengumpulan Data

Karena jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka, maka metode pengumpulan data yang lebih tepat adalah menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan atau tulisan, surat kabar, majalah, atau jurnal dan sebagainya.<sup>58</sup> Pengumpulan data penelitian ini, diperoleh dari dua sumber, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer

---

<sup>57</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Gajah Mada, 1980), h. 3.

<sup>58</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 234.

adalah sumber informasi yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap pengumpulan atau penyimpanan data.<sup>59</sup> Adapun sumber primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kitab suci al-Qur'an. Sedangkan sumber sekunder adalah sumber informasi yang tidak secara langsung mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap informasi yang ada padanya.<sup>60</sup> Adapun sumber sekunder adalah:

- a. Kitab tafsir periode klasik (650-1250 M), diantaranya:
  - 1) Tafsir al-Mawardy (943-1029 M)
  - 2) Tafsir al-Kabir (1123-1183 M)
  - 3) Tafsiral-khozin (1149-1207 M)
  - 4) Tafsir al-Thobary (846-922 M)
  - 5) Zad al-masir fi 'Ilm al-Tafsir (1200 M)
- b. Kitab tafsir periode pertengahan (1250-1800 M), diantaranya:
  - 1) Al-Bahr al-Muhith (1256-1344 M)
  - 2) Tafsir Ibn Katsir (1343 M)
  - 3) Tafsir Jalalain (1445-1505 M)
  - 4) Tafsir Ruh al-Bayan (1724 M)
  - 5) Tafsir al-Futuhat al-Ilahiyah (1783 M)
- c. Kitab tafsir periode modern (1800-1970 M), diantaranya:
  - 1) Ruh al-Ma'ani (1853 M)
  - 2) Tafsir al-Maraghi (1881-1945 M)

---

<sup>59</sup> Muh. Ali, *Penelitian Pendidikan; Prosedur Dan Strategi*, (Bandung: Angkasa, 1984), h. 42.

<sup>60</sup> *Ibid.*, h. 42.

- 3) Tafsir al-Manar (1849-1905 M)
  - 4) Al-Mizan fi Tafsir al-Qur'an (1956-1973 M)
  - 5) Tafsir al-Qosimi (1914 M)
  - 6) Fath al-Bayan (1868 M)
- d. Kitab tafsir periode kontemporer (1970 M – sekarang), diantaranya:
- 1) Aisar al- Tafasir (1980-1985 M)
  - 2) Tafsir al-Azhar (1981 M)
  - 3) Tajridi al-Bayan li Tafsir al-Qur'an (1982 M)
  - 4) Tafsir al-Misbah
- serta buku-buku lain yang menunjang.

### 3. Metode Analisis Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Dalam analisis data kualitatif, metode yang digunakan dalam pembahasan sekaligus sebagai kerangka berpikir dalam kajian ini. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik, yaitu suatu usaha untuk mengumpulkan dan menyusun data, kemudian diusahakan pula adanya analisa dan interpretasi atau penafsiran terhadap data-data tersebut.<sup>61</sup>

#### I. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mempermudah dalam memahami secara sistematis dari skripsi ini penyusun menguraikan sistematika pembahasan dari skripsi ini ke dalam empat bab:

---

<sup>61</sup> Winarno Surahmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), h. 139.

Bab I berisi tentang pendahuluan yang memuat: A) Penegasan Judul, yaitu penguraian tentang istilah-istilah dan maksud yang terkandung dalam judul skripsi ini, agar tidak menimbulkan salah pengertian tentang judul yang ada. B) Latar Belakang Masalah, yaitu suatu alasan yang menjadikan judul skripsi ini dikemukakan. C) Rumusan Masalah, yaitu perumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini, sedikitnya ada dua. D) Tujuan Penelitian, E) Kegunaan Penelitian, F) Telaah Pustaka, G) Kerangka Teoritik, yang berisi tinjauan tentang komunikasi, dakwah dan komunikasi dakwah. H) Metode Penelitian, ada tiga langkah, yaitu penyebutan jenis penelitian, dilanjutkan metode pengumpulan data serta metode analisis data. I) Sistematika Pembahasan.

Bab II berisi tentang model penafsiran al-Qur'an yaitu A) Tafsir Masa Klasik, B) Tafsir Masa Pertengahan, C) Tafsir Masa Modern dan Kontemporer yang semuanya ditinjau dari metodologinya, serta D) tentang Urgensi Asbab al-Nuzul Terhadap Penafsiran

Bab III, merupakan pembahasan tentang prinsip komunikasi dakwah dalam surat al-Nisa'; 63 dan Thoha; 44, sebelumnya membahas tentang prinsip komunikasi Islam dalam al-Qur'an yang terbagi dua yaitu prinsip komunikasi Islam dalam al-Qur'an yang terbagi dua, yaitu prinsip komunikasi etika dan prinsip komunikasi dakwah. Ini dikemukakan agar tidak melegitimasi setiap kata "qaulan" dalam al-Qur'an merupakan prinsip komunikasi dakwah. Jadi dalam bab III ini berisi: A) prinsip komunikasi Islam dalam al-Qur'an, B)

prinsip komunikasi Dakwah dalam surat al-Nisa'; 63 dan Thoha; 44 yang ditinjau dari kitab tafsir periode klasik, pertengahan, modern dan kontemporer.

Bab IV merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan untuk menarik intisari masalah dan penyelesaiannya dari sebuah pembahasan, sedangkan saran merupakan hal yang direkomendasikan perlu untuk penyempurnaan hasil penelitian yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

.....

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Makna prinsip komunikasi dakwah dalam surat al-Nisa' [4] : 63.

Adalah mengajarkan bahwa dalam berdakwah seorang da'i harus menggunakan **قولا بليغا** (perkataan *baligh*) yaitu perkataan yang Katakatanya bagus, sesuai dengan tata bahasa yang benar, tidak asing bagi pendengaran dan pengetahuan lawan bicara, ringkas, tidak bertele-tele dan juga tidak terlalu singkat yang dapat mengaburkan pesan, tegas, tidak membosankan, awalnya dapat memancing pendengaran untuk ingin lebih mengetahui sampai akhir, memahami, mengesankan, mengena dan membekas dalam hati sasaran dakwah (*mad'u*) sehingga menimbulkan efek berupa realisasi dan aplikasi terhadap pesan yang telah disampaikan oleh da'i.

2. Makna prinsip komunikasi dakwah dalam surat Thoha [20] : 44.

Adalah mengajarkan bahwa dalam berdakwah seorang da'i harus menggunakan **قولا ليئا** (perkataan *layyin*) yaitu sebuah etika berdakwah berupa perkataan yang sopan, ramah, dan lemah lembut, tidak kasar, tidak menyinggung dan mengganggu perasaan, prestis serta gengsi sasaran dakwah (*mad'u*) seperti memaparkan kesalahan dan kejelekan atau aibnya

di depan umum, sehingga yang terjadi tidak mengikuti pesan yang disampaikan tetapi muncul sikap berontak, akhirnya tujuan dakwah tidak tercapai dengan baik.

## B. Saran-Saran

Kita sebagai dai kiranya sebelum berdakwah terlebih dahulu hati kita terpenuhi oleh *qaulan balighan* dan *qaulan layyinan*, artinya kita harus pandai mengambil hati sasaran dan jiwa kita harus jiwa yang rahmat yaitu sikap kasih sayang penuh keramahan, karena Nabi sendiri adalah rahmatan lil 'alamin dan ketika Nabi akan meninggal dunia yang dipedulikan adalah umatnya dengan berkata " *ummati, ummati, ummati* ", (umatku, umatku, umatku, semoga kalian selamat dunia dan akhirat). Inilah jiwa rahmat yang harus dimiliki setiap da'i.

Dalam skripsi yang kami susun ini masih banyak kekurangannya, karena keterbatasan pengetahuan dan keilmuan penyusun sarankan untuk lebih mengembangkan keilmuan dan penelitian di bidang dakwah, sehingga menjadikan keilmuan dakwah ini lebih bermanfaat, dan dapat menambah kesempurnaan serta aplikasinya benar-benar optimal.

## C. Penutup

Pada akhirnya penulis mengucapkan *alhamdulillahillobbil'alamin* sebagai wujud rasa syukur atas limpahan rahmat dan hidayah Allah Ta'ala sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini dengan segala kekurangannya. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis berharap sumbangsih kritik dan saran

konstruktif dari pembaca yang budiman sehingga upaya perbaikan menuju karya yang lebih baik.

لا حول ولا قوة الا بالله العلي العظيم

*“Tiada daya dan kekuatan untuk terciptanya karya yang lebih baik melainkan dengan pertolongan Allah yang Maha Mulia dan Maha Agung semata”.*

Vertical line on the left side of the page.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd al-Rahman, Abi al-Faraj Jamal al-Din al-Baghdadi, *Zad al-Masir fi Ilmi al-Tafsir*, Beirut : Dar al-Fikr, 1987.
- Abduh, Muhammad, *Tafsir al-Manar*, Beirut : Dar al-Ma'rifah, 1973.
- Abdurrahman, dkk, *Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*, Yogyakarta: UII Press, 1999.
- Abi al-Fadlal Syihab al-Din al-Sayyid Mahmud al-Alusi al-Baghdadi, *Ruh al-Ma'ani*, Beirut : Ihya al-Turats al-Muniriyah al-Arabiyah, tt.
- Abu Zaid, Nasr Hamid, *Tekstualitas al-Qur'an: Kritik terhadap Ulum al-Qur'an*, terj. Khoirun Nahdiyyin, Yogyakarta : LKIS, 2001.
- Ali, Alau al-Din bin Muhammad bin Harun al-Baghdadi, *Tafsir Khozin Lubab al-Ta'wil fi Ma'ani al-Tanzil*, Beirut Dar al-Kutub, 1995.
- Ali, Muh, *Penelitian Pendidikan; Prosedur Dan Strategi*, Bandung : Angkasa, 1984.
- Al-Qur'an dan Terjemah*, Kudus : Mubarakatan Thoyyibah, tt.
- Amal, Taufik Adnan, *Rekonstruksi Sejarah al-Qur'an*, Yogyakarta : FKBA, 2001.
- Amanah, St. *Pengantar Ilmu al-Qur'an dan Tafsir*, Semarang : asy-Syifa, 1993.
- Amien, Masyhur, *Metode Dakwah*, Yogyakarta : Sumbangsih, 1980.
- Anshari, al, Abd Allah bin Harun, *Tajrid al-Bayan li Tafsir al-Qur'an*, Qatar : al-Duhat al-Hadatsiyah, tt.
- Anshari, Endang Saifuddin, *Wawasan Islam*, Bandung : Pustaka, 1983.
- Anshari, Hafi, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Bandung : al-Ikhlas, tt.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 1996.
- Baidan, Nashruddin, *Metodologi Penafsiran al-Qur'an*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2000.

- Baidhowi, al, Nashir al-Din Abi Said Abdullah Abi Umar bin Muhammad al-Syirazi, *Anwar al-Tanzil wa Asrar al-Ta'wil*, Beirut : Dar al-Fikr, 1996.
- Barusawi, al, Ismail Haqqi, *Tafsir Ruh al-Bayan*, Beirut : Dar al-Fikr, tt.
- Bashri, al, Abi al-Hasan Ali bin Muhammad bin Habib al-Mawardi, *al-Nuktu wa al-Uyun, Tafsir al-Mawardi*, Beirut : Dar al-Kutub, tt.
- Chirzin, Muhammad, *al-Qur'an dan Ulumul Qur'an*, Yogyakarta : Dana Bhakti Primayasa, 2003.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Devito, Josep A. *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta : Professional Books, 1997.
- Efendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 1992.
- \_\_\_\_\_, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 1992.
- \_\_\_\_\_, *Komunikasi dan Modernisasi*, Bandung : Alumni, 1979.
- Fakhr al-Din, Muhammad al-Razi, *Tafsir al-Kabir wa Mafatih al-Ghaib*, Beirut : Dar al-Fikr, 1995.
- Ghozali, M. Bahri, *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya, 1997.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research I*, Yogyakarta : Gajah Mada, 1980.
- Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jakarta : Pustaka Panjimas, 1983.
- Harahap, Nasruddin (ed), *Dakwah Pembangunan*, Yogyakarta : DPD Golkar Tingkat II DIY, 1992.
- Hasanuddin, A.H., *Retorika Dakwah dan Publistik dalam Kepemimpinan*, Surabaya : Usaha Nasional, 1982.
- Hasyimi, al, Ahmad, *Mukhtar al-Nabawiyah wa al-Hikam al-Muhammadiyah*, Beirut : Dar al-Fikr, 1998.
- Hasyimy, *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*, Jakarta : Bulan Bintang, 1974.

- Helmy, Masdar, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, Semarang : Toha Putra, 1973.
- Ibn Katsir, Abi al-Fida' al-Hafidh, al-Damasyqi, *Tafsir al-Qur'an al-Adhim*, Beirut : al-Nur al-Ilmiyah, 1991.
- Ibnu Taimiyah, *al-Muqaddimah fi Ushul al-Tafsir*, tahqiq : 'Adnan Zarzur, Kuwait : Dar al-Qur'an al-Karim, 1971.
- Jabir, Abi Bakar al-Jazairi, *Aisar al-Tafasir li Kalam al-Aliyi al-Kabir*, Madinah : Maktabat al-Ulum wa al-Hikam, 1994.
- Jaelani, Abdul Qodir *Strategi Perjuangan Umat Islam Tahun 2000*, Jakarta : Badriyah, 1983.
- Khan, Shadiq Hasan, *Fath al-Bayan fi Maqashid al-Qur'an*, Beirut : Dar al-Fikr, tt.
- Maliki, al, Ahmad al-Showi *Hasyiyat al-'Allamah al-Showiy*, Beirut : Dar al-Fikr, 1999.
- Maraghi, al, Ahmad Musthafa, *Tafsir al-Maraghi*, terj. Heri Noer Aly, dkk, Semarang : Thoha Putra, 1987.
- Misbah bin Zain al-Musthafa, *al-Iklil fi Ma'an al-Tanzil*, Surabaya : al-Ihsan, tt
- Muchtarom, Zaini, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta: al-Amin Press & IKFA, 1996.
- Muhammad bin Isa, *al-Jami' as-Shahih*, Beirut : Dar al-Fikr, tt.
- Muhammad bin Ismail, *Shahihul Bukhari*, Beirut: Dar al-Fikr, 1981.
- Muhammad bin Yusuf Abi Hayyan al-Andalusiy, *Tafsir al-Bahr al-Muhith*, Beirut : Dar al-Kutub, 1993.
- Muis, A. *Komunikasi Islam*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 2001.
- Mulkhan, A. Munir, *Ideologi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta : Si Press, tt.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 2001.
- Mustaqim, Abdul, *Madzahibut tafsir, Peta Metodologi Penafsiran al-Qur'an Periode Klasik Hingga Kontemporer*, Yogyakarta : Nun Pustaka, 2003.

- Nasikun, *Sejarah dan Perkembangan Tafsir*, Yogyakarta : Binā Usaha, 1984.
- Nawawi, Muhammad, al-Jawi, *Tafsir al-Nawawi*, Beirut : Dar al-Fikr, tt.
- Nawawi, Rif'at Syauqy, *Rasionalitas Tafsir Muhammad Abduh*, Jakarta : Paramadina, 2002.
- Noor, Farid Ma'ruf, *Dinamika dan Akhlak Dakwah*, Surabaya : Bina Ilmu, 1981.
- Praktiko, Riyono, *Komunikasi Pembangunan*, Jakarta : Bina Cipta, 1980.
- Qasimi, al, Muhammad Jamal al-Din, *Mahasin al-Ta'wil*, Beirut : Dar al-Fikr, 1978.
- Qaththan, al, Manna' Kholii, *Mabahits fi Ulum al-Qur'an*, Tt : Mansyurat al-'ushri al-Hadits, 1973.
- Rahmat, Jalaluddin, *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*, Bandung : Mizan, 1993.
- \_\_\_\_\_, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 1991.
- Rais, Amin, *Demi Kepentingan Bangsa Menghadapi Era Reformasi*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1997.
- Rozak, Nazaruddin, *Dienul Islam*, Bandung : al-Ma'arif, 1986.
- Shabuni, al, Muhammad Ali, *al-Tibyan fi Ulum al-Qur'an*, Beirut : A'la al-Kutub, 1985.
- shalih, Shubhi, *Mabahits 'Ulum al-Qur'an*, Beirut : Dar al-'Ilmi Nalayin, t.t.
- Shiddiqy, ash, M. Hasbi, *Ilmu-Ilmu al-Qur'an*, Jakarta : Bulan Bintang, tt.
- \_\_\_\_\_, *Sejarah dan Pengantar Ilmu al-Qur'an/Tafsir*, Jakarta : Bulan Bintang, tt.
- Shihab, M. Quraish, *Membumikan al-Qur'an*, Bandung : Mizan, 1994.
- \_\_\_\_\_, *Tafsir al-Misbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*, Ciputat : Lentera Hati, 2000.
- Suma, Muhammad Amin, *Studi Ilmu-ilmu al-Qur'an 2*, Jakarta : Pustaka Firdaus, 2001.

- Surahmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah : Dasar Metode Teknik*, Bandung : Tarsito, 1990.
- Suyuthi, al, Jalaluddin *Sunan al-Nisa'i*, Beirut : Darul Ma'rifah; tt.
- \_\_\_\_\_, *al-Itqan fi Ulum al-Qur'an*, Beirut : Dar al-Fikr, 1979.
- Syafi'i, al, Sulaiman bin Umar al-Ujaili, *al-Futuhat al-Ilahiyah*, Beirut : Dar al-Kutub, 1996.
- Syathibi, al, Abu Ishaq, *al-Muafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Mesir : Maktabah al-Rahmaniyah, 1960.
- Syaukani, asy, A. Lutfi, *Tipologi dan Wacana Pemikiran Arab Kontemporer 1*, <http://media.isnet.org/islam/paramadina/jurnal/arab1.html>
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 1987.
- Thaba Thabai, al, Muhammad Husain, *al-Mizan fi Tafsir al-Qur'an*, Beirut : al-Alamiy, 1983.
- Thabari, al, Abi Ja'far Muhammad bin Jarir *Jami' al-Bayan fi Ta'wil al-Qur'an*, Beirut : Dar al-Kutub, 1992.
- Widjaja, A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Bumi Aksara, 1993.
- Yamami, Ahmad Zaki, *Syari'at Islam yang Kekal dan Persoalan Masa Kini*, Jakarta : Intermedia, 1977.
- Yudhie, M. *bahasa politik al-Qur'an; mencurigai makna tersembunyi di balik teks*, Bekasi : Gugus Press, 2002.
- Yunus, Mahmud, *Kamus Arab-Indonesia*, Jakarta : Yayasan Penyelenggaraan Penterjemah al-Qur'an, 1973.
- Zarqani, al, Muhammad 'Abd al-'Adhim *Manahil al-'Irfan fi Ulum al-Qur'an*, Beirut : Dar al-Kutub al-'Ilmiyah, 1996.