

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h. 353.

Pada ayat di atas, kata dakwah dalam surat Al-Mu'min ayat 43 berarti seruan, dalam surat Ar-Rum ayat 25 berarti memanggil, dan dalam surat Yusuf ayat 33 berarti ajakan. Pada ketiga ayat tersebut, maka dakwah menurut bahasa atau logat adalah seruan, ajakan, panggilan manusia kejalan Allah SWT.

Secara terminologi, dakwah itu dapat diartikan sebagai sisi positif dari ajakan, untuk menuju keselamatan dunia akhirat. Sedangkan menurut istilah para ahli, ada bermacam-macam pendapat, antara lain :

- a. M. Isa Anshari

Dakwah adalah menyampaikan seruan Islam, mengajak, dan memanggil umat manusia, agar menerima dan menyampaikan keyakinan pandangan hidup Islam.¹⁰

- b. Arifin

Dakwah adalah suatu ajakan yang baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan berncana, dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara kelompok supaya timbul dalam dirinya, pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepada umat tanpa adanya unsur-unsur paksaan.¹¹

17. ¹⁰ M. Isa Anshari, *Mujahid Dakwah*, Cet. Ke II, (Bandung: CV. Diponegoro, 1997), h..

¹¹ Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), h.

- a. Umat dakwah yaitu umat yang belum menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran agama Islam.
- b. Umat ijabah yaitu umat yang dengan secara ikhlas memeluk agama Islam dan kepada mereka sekaligus dibebani kewajiban untuk melaksanakan dakwah.

3. Materi Dakwah

Materi dakwah yang akan disampaikan ialah, *ud'u ila sabili rabika*. Yaitu ajaklah kepada jalan Tuhanmu. Jalan Tuhan adalah *dinul*

Materi dakwah yang akan disampaikan ialah, *ud'u ila sabili rabika*. Yaitu ajaklah kepada jalan Tuhanmu. Jalan Tuhan adalah *dinul*

ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- c. *Akhlak*, yang meliputi akhlak kepada *al-khaliq* dan *makhluk* (manusia dan manusia).

4. Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata, yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan, cara).²⁷ Dengan demikian, metode dapat diartikan sebagai cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.²⁸ Kata metode sering dipakai dalam bahasa Indonesia, yang dalam Kamus Bahasa Indonesia disebutkan, “metode ialah cara yang teratur dan terpikir baik-baik, untuk mendapatkan maksud cara kerja yang bersistem, untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan, guna mencapai tujuan yang ditentukan”.²⁹ Menurut istilah, metode adalah jalan yang kita lalui untuk mencapai tujuan, banyak usaha tidak dapat berhasil atau pasti tidak membuahkan hasil optimal, kalau tidak dipakai cara yang tepat.³⁰

Metode sangatlah penting untuk mengantarkan kita kepada tujuan yang akan dicapai.³¹ Dakwah atau menyeru orang kepada kebaikan, adalah suatu pendidikan.³² Maka metode yang dipakai dalam pendidikan dan pengajaran, sebenarnya dapat diterapkan dalam

²⁷ Ahm. Syafi'i Ma'arif, *Islam dan Politik : Upaya Membingkai Peradapan*, (Jakarta: Pustaka Dinamika, 1999), h. 15.

²⁸ M. Munir, *Metode dakwah Edisi, Revisi cet 3*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 6.

²⁹ Depdikbud R.I, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* , (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 915.

³⁰ K. Bertens, *Metode Belajar Untuk Mahasiswa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 2.

³¹ Abdul Kadir Munsiy, *Metode Diskusi Dalam Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1981), h. 29.

³² Mahmud Yunus, *Pedoman Dakwah Islamiyah*, (Padang Pajang: Sa'diyah, 1968), h. 8.



c. Metode Teladan

Disebut juga "*direct method*" ialah metode penyampain dakwah, dengan jalan memberikan teladan langsung, sehingga orang sudah tertarik untuk mengikuti apa yang diserukan. Metode ini diberikan dengan memperlihatkan sikap, gerak-gerik, kelakuan, perkataan, dengan harapan setelah penerima dakwah melihat, dan memperhatikan semuanya itu, kemudian dapat dicontohnya.

Demikianlah metode ini dapat dipergunakan untuk menyampaikan dakwah, baik mengenai akhlak, cara bergaul, cara beribadah, berumah tangga, pendeknya semua aspek kehidupan, dapat disampaikan dengan metode ini. Disini yang memegang peranan penting berhasil tidaknya dakwah adalah *da'i* itu sendiri. Sebelum disampaikan kepada orang lain, *da'i* harus mengamalkannya terlebih dahulu. Karena dakwah Islamiah itu adalah “mengajak orang lain untuk menyakini, dan mengamalkan aqidah dan syariah Islam yang terlebih dulu diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri”.

d. Metode Infiltrasi

Metode Infiltrasi adalah metode penyampaian, dimana inti pati agama atau jiwa agama disusupkan ketika memberi keterangan, penjelasan, pelajaran, kuliah, ceramah, pidato dan lain-lain. Maksudnya, bersama-sama dengan bahan-bahan lain

(umum) dengan tidak terasa *da'i* masukkan inti sari atau jiwa agama kepada hadirin.

Metode ini dipakai terutama di hadapan kaum intelektual yang suka menjahui agama kalau disebut terang-terangan, dan karena hati serta jiwa mereka sudah tenggelam ke dalam lembah kejahilan. Hal ini terasa penting, karena banyak diantara manusia yang enggan menerima ceramah atau khotbah tentang agama secara khusus. Metode ini akan lebih besar lagi manfaatnya jika mereka yang mempergunakan ini, yaitu para dokter, ahli hukum, tokoh militer, tokoh pemerintahan dan beberapa ahli bidang pengetahuan umum lainnya.

Kelebihan metode ini adalah, dapat merangsang penerima dakwah, dan mereka akan kagum yang luar biasa, yang bukan mustahil membuat seseorang mengalami konversi agama, orang yang mula-mula jauh dari agama, akan berbalik mencintai agama dan mau melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar, sebab orang-orang yang membawakannya ini adalah para tokoh yang dikenal dan dihormati para audiennya. Tentu saja besar atau kecilnya hasil yang akan dicapai, tergantung kepada kecakapan orang yang membawakannya, yang sekaligus bertindak menjadi *da'i*. Faktor utama yang diperlukan untuk terlaksananya metode ini ialah tentu saja rasa cinta agama yang mendalam oleh mereka yang akan memberikan ceramah dengan metode ini.

e. Metode Diskusi

Diskusi pada era sekarang sering dilakukan berbagai diskusi keagamaan, *da'i* berperan sebagai nara sumber, sedangkan *mad'u* berperan sebagai audience. Tujuan dari diskusi adalah membahas dan menemukan pemecahan semua problematika yang ada kaitannya dengan dakwah, sehingga apa yang jadi permasalahan dapat ditemukan jalan keluarnya.

³⁷ Supeno, *Kamus Populer*, (Surabaya: Karya, 1952), h. 95.

Memandang sebuah diskusi tidaklah menghasilkan keputusan terakhir, akan tetapi pendapat akan berkembang dengan baik. Peserta diskusi akan memiliki sikap maju, dinamis, tidak beku, dan pikirannya selalu berkembang. Karenanya, adanya diskusi memungkinkan sebuah pertukaran pandangan, dan pendirian. Demikian pula pengalaman dan pengetahuan akan bertambah. *“Discussion in a lively, creative community leads not to finalty but to further thought”. The members have a dynamic attitude, with minds open to possibility of change of opinion as more knowledge and experience give them new insight.*⁴⁰ Artinya: “Diskusi dalam kelompok yang hidup dan kreatif, tidaklah membawa ke arah titik akhir, tapi akan berkembang. Para anggota punya sikap yang dinamis, dengan pikiran-pikiran yang membuka

⁴⁰ Hughes, A.G., *Education Some Fundamental Problems*, (London: Longmans, 1965),

5

5

5

5

tidak kaku dalam satu posisi, selingan gerakan dapat memberikan variasi dan melepaskan ketenangan yang mungkin terjadi. Tangan bergerak wajar dan tidak menetap pada satu arah. Hindarkanlah mengunci tangan baik ke muka, ataupun ke belakang. Perubahan posisi harus sering dilakukan dan jangan membuat gerakan-gerakan isyarat yang tidak perlu. Hindarkanlah mempermainkan benda di tangan. Usahakan ada kontak langsung dengan hadirin, dengan cara menetapkan ekspresi muka kepada hadirin, untuk mengetahui penerimaannya. Bagi arah pandangan mata dengan merata, untuk mengetahui dan hindarkanlah melihat ke atas dan kebawah.

* Keyakinan kepada apa yang diucapkan akan tergambar pada sikap kita yang mantap, tidak sombong, atau terlalu merendah. Variasi yang jelas dan menarik, perlahan, tapi beri tekanan pada kata-kata, jika sekiranya dapat memberikan penguatan pada maksud tertentu. Bila mengutarakan sebuah cerita atau menyajikan fakta-fakta, berhenti sebentar agar memberikan kesempatan kepada hadirin untuk mencerna cerita tersebut. Volume dan nada suara disesuaikan dengan persoalan yang dikemukakan, dan hindarkanlah memakai nada yang monoton atau datar. Disamping hal-hal tersebut harus diperhatikan, maka dalam sebuah diskusi diperlukan kelincahan berpikir, kemampuan mengingat, pemakaian catatan dan sikap yang menarik.

untuk ambil bagian, dan masing-masing akan ikut aktif berpikir. Disamping keuntungan-keuntungan yang sedemikian itu, kerugiannya ialah, pendapat hanya terbatas pada jumlah anggota yang kecil itu saja, dan pada kelompok yang demikian ini, mudah untuk menguasai suasana bagi mereka yang kurang toleran.

Kemudian, apabila ditinjau dari tujuannya, maka diskusi dapat dibedakan kepada dua jenis, yaitu; *discussion* (debat), *panel discussion*. *Discussion* yang berarti *debate, critical examination by argument*,⁴⁵ yaitu diskusi untuk mencapai tujuan tertentu, dengan jalan pengujian yang kritis dengan disertai alasan-alasan. Dalam diskusi jenis ini, para peserta diskusi diyakinkan dengan melewati pertukaran pendapat, dengan mengadu argumen-argumen, untuk menerima satu proposisi (keputusan).

Hasil diskusi yang didukung oleh peserta diskusi digunakan untuk maksud tertentu, dengan menyampaikan atau mengumumkannya, dengan harapan untuk dijadikan pendirian oleh badan tertentu, sesuai dengan proposisi (keputusan) yang telah diambil. Badan tersebut boleh terjadi di luar dari peserta diskusi atau mengikat para peserta diskusi itu sendiri.

Jenis yang kedua adalah *panel discussion*, yang bertujuan untuk menginventarisir beberapa buah pikiran atau pendapat dalam memecahkan sebuah masalah tertentu. Dalam hal ini,

⁴⁵ Jeas Stein Editor, *American Everyday Dictionary*, (New York: Ramdon House, 1961), h. 42.

b. Metode *icing device*,

Sebuah metode dimana menyajikan sebuah pesan dipengaruhi oleh unsur "*emosional appeal*" pesan-pesan tersebut mampu membangkitkan perasaan terharu, sedih, senang, bahagia pada diri pihak komunikan. Sehingga dengan menyertakan unsur *emotional appeal* dalam barisan pesannya diharapkan pesan-pesan yang disampaikan akan lebih mudah diingat dan dipahami oleh pihak komunikan.

c. Metode *pay off idea*,

Sebuah metode yang dimana dalam menyusun pesan-pesan *pay off idea* mengandung unsur mempengaruhi (sugesti) dan anjakan atau anjuran yang apabila dilakukan mampu mendatangkan manfaat.

d. Metode *fear arrosing*.

Pesan-pesan yang terkandung mampu menimbulkan perasaan khawatir, takut dan sebagainya apabila tidak mematuhi pesan yang disampaikan. Metode ini biasa dipergunakan pada pesan layanan masyarakat semisal pesan yang berisi tentang bahaya penggunaan narkoba.

Tujuan dari komunikasi seperti halnya diterangkan di muka bukan hanya bertujuan untuk menyebarkan informasi namun ada saatnya komunikasi bertujuan untuk mengajak, merubah tingkah

- c. Ekonomi, tingkat ekonomi pada masing-masing individu akan sangat berpengaruh kepada keputusan sikap yang diambil oleh individu.
- d. Status sosial, semakin tinggi status sosial individu maka akan mempengaruhi keputusan tentang sikap, pandangan, pendapat yang diambilnya, peran prestis dan gelamor akan lebih kental terlihat dalam status sosial masyarakat yang tinggi.

Seorang *persuader* atau pihak yang melakukan persuasif dalam mencapai tujuan dan menciptakan persuasif yang efektif, perlu menyadari dan mengetahui dengan siapa *persuader* akan berkomunikasi, menyadari bahwa khalayak publik yang begitu kompleks sehingga usaha dalam menjalankan persuasinya untuk merubah sikap, pandangan, sifat, perilaku masing-masing komunikan akan berbeda.

Persuader perlu merencanakan dengan matang bagaimana persuasif tersebut dilancarkan sehingga mampu mempengaruhi dan mengajak komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan, dan perlu juga dipahami oleh seorang persuader bahwa usahanya dalam mempengaruhi khalayak publik untuk bersedia merubah sikap, pendapat, sifat, tingkah lakunya nantinya akan menemui banyak hambatan. Hambatan dalam persuasif pada umumnya memiliki dua sifat yaitu hambatan yang bersifat objektif dan hambatan yang bersifat subyektif.⁵² Hambatan yang bersifat objektif dalam kegiatan persuasif ialah sebuah hambatan yang terjadi tanpa adanya faktor kesengajaan dan cenderung bersifat dan berjalan secara alamiah.

Hambatan yang bersifat objektif misalnya gangguan cuaca dimana komunikasi berlangsung, kesalahan dalam pemilihan tempat yang terlalu berdekatan dengan jalan sehingga menimbulkan kebisingan dan menurunkan tingkat pendengaran khalayak komunikan dalam menyerap informasi yang disampaikan. Kelemahan persuader dalam menyampaikan persuasifnya, misalnya dalam menyampaikan informasi persuader mempergunakan kalimat atau kata-kata yang terlalu berbelit-belit atau sukar dipahami dan tidak diketahui makna dari kalimat yang dipakai oleh persuader dalam penyampaian informasinya.

⁵² Kustandi Suhandang, *Public Relations Perusahaan*, (Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia, 2004), h. 59.

Hambatan-hambatan dalam proses *persuasif* harus bisa seminimal mungkin ditekan. Agar tujuan dari komunikasi *persuasif* untuk merubah sikap, pandangan, sifat yang dimiliki oleh individu lain dapat terlaksanan dengan sebagaimana mestinya. Seorang *persuader* atau orang yang melakukan *persuasif*, dalam merumuskan sebuah pesan *persuasive*-nya seorang *persuader* mesti mengetahui siapa komunikannya, bagaimana dia bertindak, apa kebutuhannya.

Apabila komunikan sudah memahami dan meyakini apa yang disampaikan oleh *persuader* maka muncul sebuah adopsi pengetahuan dalam diri komunikan dan diharapkan sejalan dengan

apa yang menjadi tujuan *persuader*, dari sini muncul sebuah keputusan dari pihak penerima pesan yang diharapkan penerima pesan menerima dan terpengaruh oleh pesan komunikator, untuk selanjutnya penerima pesan mengambil sebuah tindakan sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator. Tahapan-tahapan tersebut sesuai dengan prinsip dasar pesan *persuasif* yaitu pesan haruslah mampu menumbuhkan *attention* (perhatian), yang kemudian diikuti oleh *interest* (tertarik), *desire* (keinginan), *action* (tindakan).

Sebuah *persuasi* dikatakan berhasil, apabila dalam komunikasinya mampu menumbuhkan perhatian khalayaknya, jadi kunci pertama dalam usaha persuasi ialah timbulnya perhatian individu khalayak sasaran, untuk tujuan tersebut perlu kiranya diperhatikan kondisi khalayak sasaran potensi serta minat yang dimiliki oleh masing-masing individu sebagai bahan untuk menarik perhatian khalayak itu sendiri, yang antara lain menyangkut:

a. Akrab Dengan Obyek

Seorang individu akan lebih cenderung memperhatikan obyek-obyek yang telah akrab ditingalnya. Dengan keakraban obyek akan dapat lebih mudah mengenali sesuatu hal tersebut.

e. Kegiatan Khalayak.

Dalam melakukan komunikasi sesuaikan dengan kegiatan khalayak sasaran, dikarenakan khalayak akan cenderung bertindak dan mementingkan apa yang menjadi kegiatannya dibandingkan mendengarkan dan mengetahui informasi yang disampaikan.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini berjudul, Studi Metode Dakwah Ustd. N. Faqih Syarif. H. Dalam Mengembangkan Potensi *Mad'u*. Untuk menghindari penafsiran yang keliru terhadap masalah, perlu peneliti menekankan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui metode dalam mengembangkan potensi, dan bagaimana metode dakwah Ustd. N. Faqih Syarif. H. Dalam menyampaikan dakwah. Mengingat ada sekian banyak metode atau tata cara berdakwah yang digunakan, sehingga peneliti membatasi penelitian ini hanya pada metode pengembangan potensi dan metode dakwah yang digunakan oleh Ustd. N. Faqih Syarif. H.

Merujuk pada pertanyaan tersebut, peneliti menemukan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu tersebut berjudul : Dakwah *Motivatif* Bina Kesalehan Anak Punk (Studi Metode K.H. Muhammad Yunus dalam Membangkitkan Anak Punk di Pondok Darul Karomah Dusun Lebuk, Desa Wiyu, Kecamatan Pacet,

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Kabupaten Mojokerto), penelitian ini tidak mengkaji tentang metode ceramah untuk membangkitkan atau memotivasi anak punk.

Pada penelitian Studi Metode Dakwah Ustd. N. Faqih Syarif. H. Dalam Mengembangkan Potensi *Mad'u*, subyek penelitiannya adalah pengirim pesannya (*da'i*), dan penerima pesannya (*mad'u*). sedangkan pada penelitian Dakwah Motivatif Bina Kesalehan Anak Punk (Studi Metode K.H. Muhammad Yunus dalam Membangkitkan Anak Punk di Pondok Darul Karomah Dusun Lebuk, Desa Wiyu, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto) dan, subyek penelitiannya adalah pengirim pesannya (*da'i*)