



## Pengemasan Konsep Film Dakwah pada Komunitas “Salman Film” ITB

Annisa Nuraziza\*, Chatib Saefullah, & Aep Wahyudin

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,  
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email: [annisa.nuraziza@student.uinsgd.ac.id](mailto:annisa.nuraziza@student.uinsgd.ac.id)

### ABSTRAK

Tulisan ini membahas kreativitas ide, proses produksi, pasca produksi dan nilai idiologis yang digagas oleh komunitas Salman Film. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan hirarki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kreativitas ide pengemasan konsep film yang dilakukan komunitas Salman Film ini berdasarkan ajaran Islam dengan pengemasan yang tidak menggurui penonton, (2) Produksi film yang dilakukan telah memenuhi standar produksi film yang baik yaitu meliputi tata suara, tata artistik, pengambilan gambar, penyutradaraan dan proses shooting, (3) Proses Pasca Produksi yang dilakukan adalah promosi dan distribusi secara konvensional melalui, billboard, kampanye di sosial media. Kemudian iklan di Tv dan juga melakukan wawancara di Tv apabila film layar lebar, dan (4) Idiologi produksi fil Komunitas Salman Film ini adalah konsep Islam *rahmatan lil alamin*.

**Kata Kunci :** Dakwah Media; Film Dakwan; Komunitas Salman Film

### ABSTRACT

*This paper discusses creativity of ideas, production processes, post production and ideological value initiated by Salman Film community. The method used in this research is descriptive qualitative method by using approach of hierarchy. The results of this study show that (1) Creativity idea of packing the concept of film by Salman Film community is based on Islamic teachings with packaging that does not patronize the audience. (2) The production of the film has fulfilled the standard of good film production which includes sound system, artistic, shooting, directing and shooting process. (3) Post-*

*Production Process is done through promotion and distribution conventionally by billboards, social campaign media. Then advert on TV and also do an interview on TV when the movie is big screen. (4) Idiology of production film salman community of this film is the Islamic concept of rahmatan lil alamin.*

**Keywords:** *Da'wah Media; Da'wah Movie; Salman Film Community.*

## PENDAHULUAN

Film saat ini menjadi salah satu pilihan masyarakat di seluruh dunia untuk mengejar kesenangan dan memenuhi kebutuhan hiburannya. Selain sebagai hiburan, film juga digunakan sebagai media edukasi dan informasi. Kebutuhan akan edukasi dan informasi atau kebutuhan kognitif ini menurut pandangan psikologi kognitif, didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Menurut Dr. Yusuf Al-Qaradhawy dalam bukunya “*Madkhal li-Ma’rifatil Islam*” (Pengantar Kajian Islam) Agama juga menjadi salah satu kebutuhan manusia. Dalam upaya memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka lahirlah film dakwah. Film dapat memainkan peran dirinya sebagai saluran menarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu dari dan untuk manusia, termasuk pesan-pesan keagamaan yang lazimnya disebut dakwah.

Banyak dari masyarakat luas pada hari ini yang menggunakan media film sebagai alat untuk berdakwah, hal ini bisa kita jumpai tidak hanya di layar-layar besar seperti di televisi dan bioskop saja, melainkan melalui internet yakni berupa *website* dan *Youtube channel* tertentu. Berbicara mengenai film, maka tak luput dari bagaimana film itu dikemas atau dibuat oleh si *filmmaker* (pembuat film). Pengemasan film dakwah menurut Asep Saeful Muhtadi (2012), tidak harus hadir secara “terus terang” dengan menggunakan simbol “dakwah” atau simbol-simbol eksplisit lainnya, lebih-lebih jika dakwah dimaksudkan untuk kita pahami secara lebih terbuka, sebagai upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan suatu situasi menjadi situasi baru yang lebih baik, karena dengan menggunakan pemahaman dakwah seperti itu, banyak film yang dapat dikategorikan sebagai film dakwah.

Banyak film-film bernuansa religi seperti *Kun Fa Yakun*, *Haji Backpacker*, *Surga Yang Tak Dirindukan*, dan sebagainya yang membuktikan tingginya minat masyarakat terhadap film-film yang bernuansa religi tersebut, terutama jika melihat momen-momen tertentu seperti saat bulan Ramadhan, *lebaran* dan sebagainya. Dengan kata lain, film-film dakwah juga merupakan proyek yang menjanjikan secara materi.

Berbicara mengenai film, maka tak luput dari bagaimana film itu dikemas atau dibuat oleh *filmmaker* (pembuat film). Pengemasan film dakwah menurut Asep Saeful Muhtadi (2012), tidak harus hadir secara “terus terang” dengan menggunakan simbol “dakwah” atau simbol-simbol eksplisit lainnya, lebih-lebih jika dakwah dimaksud kita pahami secara lebih terbuka, sebagai upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan suatu situasi menjadi situasi baru yang lebih baik, karena dengan menggunakan pemahaman dakwah seperti itu, banyak film yang dapat dikategorikan sebagai film dakwah.

Peran seorang produser yang sering kita kenal sebagai orang yang berani menanamkan modal dalam film, kemudian dibuat oleh seorang sutradara berdasarkan naskah yang ditulis oleh seorang *scriptwriter* juga mempengaruhi kemasan dalam sebuah film. Karena berbicara tentang film dakwah pun tidak semata-mata hanya tentang konten belaka, tapi juga bagaimana proses ide cerita dakwah tersebut dibuat berdasarkan nilai-nilai Islam, bagaimana seorang pemeran memainkan perannya (Fatoni, 2008) hingga penonton dapat menangkap pesan positif dari film tersebut dan mengamalkannya, dan bagaimana film itu dapat diterima oleh masyarakat, menjadi pokok-pokok penting dalam pembuatan sebuah film.

*Salman Film* merupakan organ dari Majelis Budaya Salman dikenal menjadi salah satu komunitas film Bandung yang memproduksi film dakwah. *Salman Film* yang bernaung di Masjid Salman ITB memunculkan identitasnya dengan mengenalkan beberapa filmnya yang menyisipkan nilai-nilai agama, moral dan budaya. *Salman* juga mewadahi pendidikan film dengan lebih fokus pada nuansa Islam tapi dalam artian yang luas, yakni tidak dikerangkeng dalam identitas Islam yang formal, melainkan lebih pada hal-hal substansial dalam ranah yang lebih komprehensif.

Nilai-nilai yang ingin diwadahi identik dengan nilai-nilai kebudayaan secara universal. Ini dilandaskan pada pemikiran bahwa film dapat menjadi sarana perubahan sosial, sebagai media untuk bergerak ke tatanan yang lebih baik. Untuk mewujudkan misinya tersebut, *Salman Film Academy* bekerjasama dengan Pusat Pengembangan Film dan TV (P2FTV) pimpinan Budiyati Abiyoga, produser film nasional, menggagas program Master Class dan Film Class. Kedua program ini adalah program rutin yang akan dijadikan lokomotif bagi pemenuhan tujuan *Salman Film Academy*. (Alfajri, 2015).

Diantara karya-karyanya ialah produksi film panjang pertama yang berjudul “My Sister and I” dan mengadakan launching di Bioskop Majestic,

Braga pada tahun 2004. “Ben” (2005), “Gue” (2006), dan masih banyak lagi, serta memproduksi puluhan film pendek yang dapat ditonton pada situs *Salman TV* yang merupakan Youtube channel. *Salman Film* juga tengah memproduksi film layar lebar pertamanya yang berjudul “*Iqro’: Petualangan Meraih Bintang*” yang disutradarai langsung oleh pihak *Salman*, serta melibatkan kru dari *Salman Film Accademy*, juga dibintangi oleh Cok Simbara, Neno Warisman, Meriam Belina, Mike Lucock, dan Adhitya Putri.

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Salman Film di Yayasan Pembina Masjid Salman ITB yang bertempat di Masjid Salman ITB Jl. Ganesha 7 Bandung 40132. *Salman Film* di pilih karena didirikan langsung oleh Yayasan Pembina Masjid Salman ITB, yang memang sudah dikenal dalam kegiatan ke-Islamannya. Kebanyakan rumah produksi bersifat komersial dan tidak terlalu memikirkan konten/isi medianya sedangkan *Salman Film* didirikan dalam maksud memberikan pendidikan perfilman yang baik, dengan tidak meninggalkan nilai-nilai moral, agama dan budaya. *Salman Film* juga mewadahi dan memberikan ruang pada orang-orang yang menyukai film dan mau berkarya.

Rumusan dari pertanyaan penelitian ini ialah bagaimana kreativitas ide pengemasan konsep film dakwah, bagaimana pelaksanaan produksi film dakwah yang terdiri dari proses tata suara, tata artistik, pengambilan gambar, penyutradaraan dan proses *shooting*, bagaimana pasca produksi film dakwah yang terdiri dari proses editing, promosi dan distribusi, dan bagaimana nilai-nilai / ideologi Salman Film Yayasan Pembina Masjid Salman ITB dalam mengemas film dakwah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode studi kasus.

## LANDASAN TEORITIS

Menurut Aliyudin (2010: 194) “Metode dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang memiliki peran penting dan strategis untuk keberhasilan dakwah”. Metode dakwah senantiasa mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan situasi dan kondisi jamannya. Media dakwah merupakan peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Hal ini sejalan dengan definisi yang dibuat oleh Moh. Ali Aziz yang menyatakan bahwa media dakwah ialah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah (Aziz, 2004: 405). Film dapat dijadikan media dakwah dengan kelebihanannya sebagai audio visual. Media film yang

menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan (Aziz, 2004: 426).

Dulwahab (2010: 23) berpendapat bahwa Fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa kemajuan penting. Di ranah praktis, konvergensi media tidak saja memperkaya informasi yang disajikan, namun juga memberi berbagai alternatif pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera. Persis seperti yang dikatakan Preston (2001), bahwa konvergensi media memberikan kesempatan baru dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh informasi, baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya.

Jika film dan sinetron digunakan sebagai media dakwah maka hal pertama yang harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, kemudian diikuti skenario, shooting, dan acting-nya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film dan sinetron sebagai media dakwah, karena di samping prosedur dan prosesnya lama dan harus profesional juga memerlukan biaya yang cukup besar (Munir, 2013: 121).

Media tabligh, diuraikan dengan kata media yang berasal dari bahasa latin *Medius* yang secara harfiah berarti “Tengah, perantara, atau pengantar”. Media adalah segala alat bantu yang dapat digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan bahan yang telah direncanakan. Sedangkan tabligh menurut Munawir yang dikutip oleh Sukayat (2009: 87) berasal dari akar kata (*ballagha, yuballighu, tablighan*), yang berarti menyampaikan.

Sukayat (2009: 91) memandang bahwa dari segi pendekatannya, apabila mengacu pada definisi dan contoh *tabligh* yang dilakukan oleh Rasulullah Saw, dapat dibagi menjadi dua, yaitu *tabligh* melalui tulisan (*kitabah*) dan *tabligh* melalui lisan (*khithabah*). Sejalan dengan perkembangan zaman, *tabligh* tidak lagi dipahami dengan penyampaian pesan melalui lisan dan tulisan saja, akan tetapi merambah pada dimensi-dimensi lain yang lebih luas. Selain dari pada kitabah dan khithabah yang sudah populer dan disebutkan dalam berbagai literatur, muncul istilah *i’lam*. Dalam kerangka sistem *tabligh*, *i’lam al-Islam* yaitu proses penyiaran dan penyebarluasan ajaran Islam baik secara lisan maupun tulisan melalui media. (Abudzacky, 2008, dalam <https://abudzacky.wordpress.com/2008/10/18/struktur-ilmu-tabligh/>, diakses 18 Juli 2016 pukul 09.30 WIB).

Muhtadi (2012: 114) berpendapat dalam penyampaian agama Islam tersebut harus memiliki usaha-usaha dengan memperhatikan unsur-unsur berikut: (1) transformasi, yakni bahwa dakwah Islam merupakan kegiatan

mentransformasikan nilai-nilai ajaran; dan (2) adaptasi, yakni bahwa proses transformasi ajaran itu dilakukan secara adaptif, dengan memperhatikan konteks masyarakat dimana dakwah itu tetap hidup.

Film juga merupakan media massa yang melakukan komunikasi massa, yakni proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya (Stanley, 2008: 7). Karlina (2007: 7-11) berpendapat bahwa karakteristik media massa adalah komunikator terlembagakan, pesan bersifat umum, komunikannya anonim dan heterogen, media massa menimbulkan keserempakan, komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, komunikasi massa bersifat satu arah, stimulasi alat indra terbatas dan umpan balik tertunda (delayed) juga tidak langsung (indirect). Menurut Bambang (2010: 159) media komunikasi massa meliputi media cetak, elektronik, dan internet (multimedia). Media cetak seperti koran, majalah, tabloid, dan buku memiliki karakter yang perlu dipahami agar dapat mengoptimalkan penggunaannya.

Menurut Rosmawati dalam buku *Mengenal Ilmu Komunikasi* yang dikutip oleh Apriadi (2013: 62) bahwa sejarah film di Indonesia dilihat dari hari film nasional yang diperingati oleh insan perfilman Indonesia setiap tanggal 30 Maret, tanggal ini ialah hari pertama pengambilan gambar film “*Darah & Do’a*” dan “*Long March of Silwangi*” yang disutradarai oleh Usmar Ismail. Film “*Darah & Do’a*” menjadi film yang sakral karena film ini dinilai sebagai film lokal pertama yang bercirikan Indonesia. Selain itu merupakan film pertama yang disutradarai oleh orang Indonesia asli dan dilahirkan dari perusahaan film milik orang Indonesia asli bernama Perfini (Perusahaan Film Nasional Indonesia) yang mana Usmar Ismail sebagai pendirinya.

Karlina (2007: 145) juga berpendapat dari Effendy (1981: 212) bahwasanya sebagaimana halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building*.

Berbicara mengenai film juga berhubungan dengan produksi film, atau bagaimana film itu dibuat. Mekanisme penggarapan sebuah film dihabiskan pada masa-masa praproduksi. Jika dipresentasikan, 20% dihabiskan pada tahap produksi (shooting), 10% tahap pascaproduksi, dan 70% dihabiskan pada tahap praproduksi. Meskipun bukan standar baku,

ada juga yang menghabiskan 70% praproduksi, 15 % produksi, dan 15% pascaproduksi tetapi ini merupakan gambaran mekanisme pembuatan sebuah film. Oleh karena itu dibutuhkan tim produser yang memahami manajemen kerja dengan prosedur kerja yang terarah agar lintasan kerja produksi menjadi terprogram dan terencana (Mabruri, 2013: 24).

Setelah semua persiapan produksi dilakukan dengan tertib, langkah berikutnya adalah tahap produksi, yaitu shooting. Di sini seluruh proses akting akan direkam dengan mengacu pada instruksi langsung dari seorang sutradara. Pematangan konsep produksi pada tahap praproduksi memungkinkan pelaksanaan produksi tak banyak membuang waktu untuk membicarakan dari mana kamera merekam gambar, apa saja yang dilakukan talent saat itu, atau bahkan terlupakannya properti produksi yang seharusnya ada. Dengan kata lain, pelaksanaan shooting hanya tinggal melakukan apa yang telah direncanakan secara matang pada tahap praproduksi. (Anton Mabruri KN, 2013: 87)

Kemudian tahap pasca produksi, Anton Mabruri KN (2013: 88) berpendapat, pada tahap ini yang dilakukan bukanlah sekedar memilih gambar dan menggabungkannya saja, tetapi lebih dari itu. Pemberian sentuhan seni juga perlu dilakukan, seperti memberi visual effect atau sound effect yang mendukung jalannya cerita. Pada tahapan ini, film yang sudah selesai diambil gambarnya akan masuk studio dan laboratorium film. Di laboratorium kita akan melakukan kinetransfer, yaitu proses memindahkan film ke dalam format video untuk diedit. Lalu, dilakukan juga pengoreksian warna. Setelah itu, film siap disebar ke bisokop.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Salman Film* berdiri pada tanggal 24 Maret 2001 di Masjid Salman ITB. Awalnya sebagai unit kegiatan mahasiswa, yang dipelopori oleh 3 aktivis Masjid Salman ITB yaitu Iqbal Alfajri, Amran Subiakto, dan Adi Nugroho dengan nama *Salman Filmmaker Club*. Kemudian bermetamorfosis menjadi *Salman Film*, yang akhirnya lebih serius lagi bukan hanya club tapi membuat satu wadah juga untuk anak sekolah F2PB (Forum Filmmaker Pelajar Bandung). Dengan berfikir harus ada pemupukkan dan pembibitan akhirnya mendirikan *Salman Accademy* yang visinya ingin menjadi sebuah sekolah atau *accademy* yang dibangun dengan komunitas bahkan ingin seperti sekolah atau universitas formal namun hingga saat ini masih diperjuangkan. Karena hanya fokus pada film, akhirnya dikerucutkan menjadi *Salman Film Accademy*.

Kemudian di Masjid Salman dibentuk Majelis budaya yang akhirnya bersinergi dengan *Salman Film*. Sudah 15 tahun *Salman Film* berhasil memproduksi puluhan film pendek, beberapa film panjang, dan tengah memproduksi film layar lebar berjudul “*iqra*”. *Salman Film* memiliki visi menjadi wahana pembelajaran film yang unggul dan mendunia. Misinya ialah menularkan virus membuat film kepada anak muda muslim dan mengkader filmmaker yang berkualitas. *Salman Film* adalah organ Yayasan Pembina Masjid Salman Institut Teknologi Bandung (YPM Salman ITB), dibawah Bidang Pengkajian dan Penerbitan (BPP).

Iqbal Alfajri merupakan direktur dari *Salman Film Accademy*. *Salman Film* berada dibawah Salman tapi bukan karyawan Salman, *Salman Film* menjadi aktivis yang kebetulan bergerak dibidang medianya. *Salman Film* berada di Masjid Salman, di fasilitasi oleh YPM Salman. Bustomi dan Yopi Darfashi Nafis sebagai *eksekutor*. Struktur organisasinya satu, yakni badannya Salman. *Salman Film* sendiri bisa dibilang tidak mempunyai struktur organisasi. Pola yang digunakan selama bertahun-tahun ialah menggunakan sistem kerja seperti halnya dalam membuat film. *Salman Film* bertugas sebagai organ yang bergerak dalam bidang budaya, memantapkan fungsi Masjid Salman ITB sebagai “Sanggar Rohani” bagi jamaah Masjid Salman ITB.

### **Kreativitas Ide Pengemasan Konsep Film Dakwah Salman Film**

Secara garis besar pembuatan film yang biasanya dilakukan oleh *Salman Film* ialah sebagai berikut : a) Development – dalam tahap ini *Salman Film* biasanya dalam merumuskan film yang akan dibuat menggunakan *triangle system* yakni dirumuskan oleh produser sutradara dan *script writer*, b) Praproduksi – dalam tahap ini *Salman Film* menyiapkan proses syuting, seperti menentukan pemain film, lokasi, *reading* dan lain sebagainya, c) Produksi –Proses syuting dilakukan, pada kegiatan sanlat film yang terdiri dari anak SD, SMP dan SMA, tim produksi dari *Salman Film Accademy* terlibat dalam proses penyutradaraan, sekaligus berperan menjadi pembimbing, d) Pasca-produksi – Proses editing dilakukan sendiri oleh tim produksi *Salman Film Accademy*, baik itu dari *film class* maupun sanlat film, e) Distribusi – hasil akhir film didistribusikan dan ditayangkan. Pada film-film Salman, selain secara konvensional, film Salman juga didistribusikan pada Youtube channel yang dapat diakses melalui Salman TV.

*Salman Film* melakukan berbagai macam cara dalam memproduksi film, ada yang melalui *Salman Accademy*, yakni mereka yang mengikuti

kelas film Salman. Ada juga yang melalui sanlat tematik film, yakni mereka yang biasanya mengikuti kegiatan sanlat di Salman, biasanya pelaksanaannya dilakukan ketika bulan Ramadhan. Namun ada juga yang benar-benar *pure* pilihan Salman sendiri seperti pada pembuatan film layar lebar “*iqra*” yang tengah diproduksi.

Proses kreativitas ide pengemasan konsep film dakwah *Salman Film* dalam tataran teknis umumnya tidak ada yang berbeda atau yang khas dari tim produksi lainnya. Bedanya ketika berproses, *Salman Film* selalu menjadikan nilai-nilai Islam sebagai parameternya, *Salman Film* tidak membuat film yang nilai-nilainya berbeda dengan pemahaman-pemahaman atau keyakinan *Salman Film* itu sendiri terhadap nilai-nilai Islam. Ide-idenya pasti dibatasi, dan selalu ada batasan, karena ide itu tidak menjadi acuan, tetapi pemahaman terhadap Islam yang menjadi acuan.

*Salman Film* dalam mengemas film tidak mengajar dan tidak menggurui, serta harus simpel dan populer. Salman menjadikan film sebagai salah satu pilihan dakwah. *Salman Film* melihat film Islam itu tidak harus tampil dalam bentuk visual pakaian, ritual sholat, ritual ngaji, ritual pergi haji, artinya tidak sempit. Pesan-pesan yang ingin coba disampaikan kepada penontonnya adalah keresahan dari si pembuat film. *Salman Film* juga memandang bahwa peperangan yang nyata pada hari ini sebenarnya ialah perang media, perang bagaimana ide-ide kita sebagai Umat Islam bisa diterima oleh dunia.

*Salman Film* menganggap film di Salman itu sebagai ide, bukan sekedar film yang dibuat di Salman atau sekedar tempat produksi. Karena *Salman Film* membuat film di Indonesia, dan berbahasa Indonesia, dan nilai-nilainya pun nilai-nilai Indonesia, *Salman Film* secara sadar menargetkan film-film yang diproduksi tersebut tidak lain untuk orang Indonesia, tanpa melihat agama, melihat latar belakang, melihat kota, desa atau segala perbedaannya. Tujuan utamanya adalah bagaimana film bisa menjadi media untuk berdakwah, media untuk mendapatkan inspirasi dan film bisa berkomunikasi dengan penontonnya.

Alur yang biasanya digunakan oleh *Salman Film* biasanya menggunakan struktur tiga babak. Setelah konsep film selesai dibuat maka masuk kedalam tahap praproduksi. Pertama penulisan skenario, hal ini penting karena cerita dibangun berdasarkan hasil karya sebuah skenario. Pemilik cerita dalam hal ini ialah si pembuat film yang terdiri dari anak-anak dari *class film* atau sanlat film menyerahkan ceritanya kepada produser (pihak *Salman Film*). Lalu pihak *Salman Film* akan melihat apakah ceritanya bisa

dibuat di koridor Salman, atau apakah idenya tidak melenceng dari ideologi Salman. Bila sudah sesuai maka dibuatlah skenario. Langkah pembuatan skenario dilakukan dengan cara-cara yang dilakukan oleh tim produksi lain pada umumnya, yakni diantaranya adalah pertama, menentukan ide pokok / tema sebuah cerita, kedua membuat *basic story*, ketiga membuat sinopsis, keempat membuat *treatment*, terakhir Membuat Skenario.

Langkah kedua ialah, *Crew recruitment*, sesudah skenario jadi dan sutradara sudah memahaminya dengan baik, ditentukanlah siapa saja kru yang bertugas dalam pembuatan film tersebut. Ketiga ialah *Director's treatment*, saat ini sutradara mencoba mengimplementasikan visinya secara kreatif berdasarkan skenario yang ada. Keempat, *Film budgeting Salman Film* sendiri melakukan tahap *film budgeting* yang kemudian diserahkan kepada pihak YPM Salman ITB, untuk kemudian dibawa ke pengurus inti, yang kemudian berhak meng-*acc* atau tidak. Selanjutnya *Location recce/Hunting*, yakni *hunting* lokasi-lokasi yang dibutuhkan untuk shooting. Jika di Sanlat Film sendiri, anak-anak dari sanlat film mendiskusikannya dengan pihak *Salman Film Accademy* untuk diberikan arahan lokasi mana yang pas untuk adegan-adegan tersebut. Kemudian, *Breakdown board, Shot list, Floorpan, Storyboard*, dibuat oleh sutradara bersama asistennya.

Selanjutnya ialah *Casting*, adalah proses pencarian pemain. Biasanya *casting director* bekerja sama dengan produser dan sutradara mencari pemain yang cocok dengan karakter yang ada. Untuk film pendek atau *class film* dari *Salman Film Accademy* biasanya dilakukan casting terbuka, orang datang ke Salman, baik itu orang luar, maupun teman-teman dari si pembuat film dan bukan orang Salman. Kemudian *Talent workshop* dan *Reading*, proses ini merupakan proses pendekatan pribadi atas karakter yang akan diperankan. Terakhir *All departemen's preparation*.

### **Pelaksanaan Produksi Film Dakwah Salman Film**

Dalam pelaksanaan produksi film dakwah, *Salman Film* mengikuti standar film yang baku. Tidak ada proses yang berbeda. *Salman Film* mempunyai guru-guru film, buku-buku film yang dijadikan referensi. *Salman Film* belajar dengan orang-orang film, *Salman Film* juga menggunakan proses triangle sistem, ada tahap *development* kemudian praproduksi, tahap produksi, pasca produksi, semuanya dijalani sesuai dengan seharusnya. Yang berbeda hanya kualitasnya saja, kualitas disini artinya orang yang mengerjakan film dan alat-alat yang digunakan. Tahapan-tahapan yang dilakukan ialah semua tahapan yang mungkin *Salman Film* lakukan sebagai

orang film. Dalam tahap produksi ini Salman Film juga memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan laporan syuting, seperti membuat *Script Continuity Report*, *Camera Report*, *Sound Sheet Report* dan *Daily Production Report*.

Proses syuting pada film “*penghulu*” yang diproduksi oleh mahasiswa yang kebetulan aktif di Salman ketika mereka masih SMP-SMA. Ada anak-anak yang masuk dalam *Salman Film*, ketika mereka masih usia sekolah. Sebagian dari anak-anak ini, membentuk tim produksi dan salah satunya membuat film “*penghulu*”. Jadi film *penghulu* ini bukan film pertama yang mereka produksi. Mereka sudah berinteraksi dengan *Salman Film*, dari semenjak mereka masih SMP, kurang lebih sudah enam tahun di *Salman Film*. Ketika mereka membuat film lagi, maka mereka memproduksi film “*penghulu*”.

Penulisnya bernama Aisyah, pada saat memproduksi film “*penghulu*” Aisyah adalah seorang mahasiswa, dia pertama kali belajar membuat film ketika masih kelas 1 SMP, sutradaranya bernama destri, dia juga sudah di Salman dari kelas 1 SMP. Ketika dia menyutradarai film “*penghulu*” dia adalah mahasiswa hukum dari Universitas Parahyangan katolik, tapi dia beragama Islam. Kemudian pemain-pemain dalam film tersebut di *casting*, dan merupakan pemain baru yang bukan orang-orang Salman. Prosesnya berawal dari *casting* terbuka, mereka mendatangi Salman untuk *casting*.

Film “*penghulu*” bukanlah ide dari *Salman Film*, mereka mencari dana sendiri, mereka mencari pemain sendiri, mereka latihan sendiri, tanpa sepengetahuan *Salman Film*, mereka syuting, mereka kerjakan sendiri. Secara praktis *Salman Film* waktu itu tidak memberikan dana sepeserpun, tapi *Salman Film support* mereka. Dan *Salman Film* mengakui bahwa mereka adalah anak-anak dari Salman. Film tersebut juga mendapat kritikan, ada yang mempertanyakan “ini apa”, “film apa”, “ngomongin apa”. *Salman Film* berusaha untuk membela dan mendukung mereka. Dalam pandangan *Salman Film* yang mereka butuhkan itu sebenarnya adalah dukungan, mereka butuh orang yang mau membela, mau membimbing mereka jika salah dan mengarahkan. Jadi *Salman Film* tidak mendikte. Karena menurut *Salman Film*, mahasiswa itu tidak mungkin didikte. Karena melawan kodrat mereka sebagai seorang mahasiswa.

Semua rencana visualisasi hampir tidak pernah secara keseluruhan terealisasi di layar. Seperti halnya pada film “*penghulu*” ada adegan pemeran lelaki yang memegang tangan pemeran perempuan, padahal sutradara tidak menginginkan adanya adegan itu, begitu pula dengan penulis skenario. Kendati demikian, dengan mengikuti metode yang sudah kita

pelajari sebelumnya, peluang untuk melakukan kesalahan atau kelalaian dapat direduksi sampai tingkat minimum. Cerita tidak berjalan sebagaimana mestinya, ini juga tanggung jawab sutradara untuk mengatasi.

Kebanyakan film tidak memiliki *style* yang spesifik, dan banyak sutradara yang pada awal-awal berkarya memperlihatkan *style* yang spesifik, kemudian berubah sejalan dengan perkembangannya. Perubahan ini terjadi umumnya karena kebutuhan cerita yang berbeda-beda. Begitu pula dengan *Salman Film*, dalam pelaksanaan produksinya, seringkali *shot* terancang terlebih dahulu, baru kemudian melakukan pengadeganan pemain untuk mendapatkan *shot* itu. Berikut ini gambaran kegiatan produksi yang dilakukan komunitas *Salman Film*.



Gambar 1. Reka adegan persiapan shooting

### **Pasca Produksi Film Dakwah *Salman Film***

Pada tahap pasca produksi, proses *editing*, kemudian *sound editing*, *sound dubbing* segala macam dan semua aspeknya, *Salman Film* coba lakukan itu sendiri/ inhouse. Ada lima faktor yang diadopsi oleh *Salman Film* dalam mengedit sebuah film, merujuk pada Ray Thompson pada bukunya “Grammar of Edit Second Edition” yakni pertama, informasi. Informasi yang baru merupakan dasar untuk semua pilihan dalam mengedit. Bagaimana *shot* yang menyusul setelah *shot* sebelumnya dapat memberikan informasi baru pada mereka, oleh karena itu, penting bagi para editor untuk memposisikan diri sebagai penonton saat sedang mengedit. Kedua, motivasi.

Motivasi disini bukan semata-mata mesti muncul di diri editor, tetapi editor mesti peka dengan aksi yang berlangsung didalam film. Antara aksi yang terjadi pada *shot* pertama, kemudian lanjut ke *shot* dua itu mestilah memiliki motivasi. Ketiga, komposisi pada *shot*. Komposisi menjadi penting dikarenakan ada pengaruhnya bagi penonton yang menyaksikan

film dalam kurun waktu yang cukup lama. Ini terasa pada adegan dialog yang dilakukan dua orang karakter di dalam film, mesti adanya komposisi yang sama antara shot pada karakter pertama dan shot pada karakter kedua. Keempat, *angle* kamera. Ini adalah salah satu elemen kunci dari shot yang akan membantu editor dalam menentukan apakah itu bisa atau harus dipotong ke shot lain penerapan pemilihan shotnya hampir sama dengan komposisi pada shot, namun yang menjadi fokus utama pada pemilihan ini adalah *angle* kamera yang menghasilkan dua shot yang berbeda *angle*. Kelima, continuity dapat dipahami juga sebagai kesinambungan visual.

Sedangkan untuk proses promosi dan distribusi dilakukan dengan konvensional. *Salman Film* menerapkan strategi marketing yang sama dengan film lainnya. Sedangkan film layar lebar, *Salman Film* membuat iklan di Tv, membuat billboard, kampanye di sosial media, dan juga melakukan wawancara di Tv. Menurut *Salman Film*, film itu standar-standarnya sama saja, baik itu film dakwah maupun film bukan dakwah standarnya tetap sama, jadi tidak ada yang berbeda. Dan untuk beberapa film Salman dapat diakses pada *Youtube channel* Salman, yakni Salman Tv

### **Nilai-nilai / Ideologi Salman Film dalam Mengemas Film Dakwah**

Ideologi *Salman Film* dalam mengemas film dakwah ialah menjadikan nilai-nilai Islam sebagai nilai-nilai dan prinsip acuan dalam setiap membuat karya filmnya. Sebagaimana visi - misi di *Salman* itu sendiri yakni mendalami Agama Islam sebagai *rahmatan lil alamin* sesuai dengan ayat Al-Qur'an yakni QS Al-Anbiya ayat 107:

Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad), melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam (Departemen Agama RI. 2002: 332).

*Salman* tidak mengacu pada kelompok tertentu dalam Islam, karena *Salman* itu sendiri adalah Masjid, bukan ormas dan bukan madzhab tertentu. Sebagaimana Masjid pada umumnya, *Salman* menjadi tempat berkumpul semua golongan dalam Islam yang heterogen, semua komunitas, semua pandangan, semua madzhab yang masih mengakui Islam. Ideologi Salman Film juga merujuk pada QS. Al-Baqarah ayat 208 yang menyatakan bahwa Islam itu *kaffah*:

Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh ia musuh yang nyata bagimu. (Departemen Agama RI. 2002: 32)

Islam itu *kaffah*. Dalam pandangan *Salman Film*, yang dimaksud kaffah itu ketika kita belajar menjadi ibadah, ketika kita membuka buku hendak ujian menjadi ibadah, ketika kita membuat tesis juga menjadi ibadah. Ibadah itu bukan hanya ketika kita datang ke Masjid, duduk mendengar ceramah, shalat, dan pergi umrah. Umat Islam yang kaffah itu ialah dari bangun tidur hingga tidur lagi adalah ibadah. Tak ada yang lepas dari ibadah, karena seperti itu Islam yang *kaffah* versi *Salman Film*.

Jika melihat teori tentang pemahaman Islam yang kaffah tadi, orang Islam tidak mungkin berbohong, tidak mungkin korupsi, tidak mungkin mengambil harta orang lain, tidak mungkin maksiat, karena Islam itu 24 jam. Itulah pemahaman *kaffah*. Jadi Islam itu tidak hanya terlepas dari fisik, Islam itu adalah sebuah konsep. Jika kita sudah jadi orang Islam, 24 jam, seumur hidup kita, kita harus jadi orang Islam. Tidak mungkin *Salman Film* membuat film-film yang disitu pemainnya memakai pakaian yang tidak karuan, atau pesan dari ceritanya tidak jelas, tidak jelas manfaatnya, menurut *Salman Film* tidak ada ibadah yang disitu kita juga melakukan kemaksiatan.

Artinya apapun disitu harus kembali ke Islam, sehingga film-film Salman pun terkadang membuat orang yang melihatnya berfikir “loh kok ini pakaiannya, kok aktornya, kok pemainnya, belum berkerudung yah” Menurut *Salman Film*, di film itu ceritanya memang tidak mengharuskan pemerannya berkerudung, karena faktanya umat Islam masih banyak yang belum paham tentang berkerudung.

Orang-orang dalam kondisi tersebut tidak mungkin kita abaikan saja, atau kita anggap bukan Islam, karena jelas setiap orang berbeda-beda, ada yang sudah paham dengan hijab dia pakai kerudung, ada yang masih belum. Tapi dia tetap masih orang Islam, karena tidak berkerudung tidak membatalkan syahadat. Jadi ketika *Salman Film* membuat film, tidak harus semua pemainnya berkerudung, walaupun sebaiknya berkerudung, karena itu merupakan aurat, dan ketika dipertontonkan akan menjadi *problem*, tapi sejauh dia masih mau dalam proses kreasinya mengadopsi apa yang *Salman Film* yakini sebagai pemahaman Islam di Salman maka bagi *Salman Film* bukan masalah. Makanya *Salman Film* tidak terlalu ketat dengan menetapkan bahwa seluruh pemainnya berkerudung. *Salman Film* lebih konsen kepada bagaimana orang itu mau datang ke masjid dulu, mau datang pada Islam terlebih dahulu dan melihat Islam itu tidak sempit.

Dakwah itu harusnya mengajak dan bukan memaksa, bukan membuat orang tidak nyaman atau berpikir “belum apa-apa saya sudah diharuskan ini itu yang belum tentu saya paham”. Yang pada intinya Islam

itu harus di pahami dengan hati, dengan logika, dengan perasaan sebagai manusia. Manusia punya pilihan, bagaimana berdakwah itu ada seninya. Umat Islam hanya bertugas untuk berdakwah bukan untuk meng-Islamkan. Itulah yang *Salman Film* yakini ketika membuat film.

*Salman Film* memandang film sebagai sebuah produk budaya, yang mana tidak bisa hanya melihat film sebagai produk yang ada di bioskop semata, tapi *Salman Film* melihat film itu sebagai sebuah ide dan sebuah proses. Jadi dalam pandangan *Salman Film* ketika membawa film ke Masjid sebenarnya merupakan bagian dari bagaimana dakwah itu bisa menarik bagi orang-orang yang selama ini mungkin tidak terlalu tertarik, untuk datang ke Masjid. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan ketua komunitas *Salman Film* sebagai berikut:

Kita gak mungkin membuat film yang disitu ada hal-hal yang diluar kemampuan kita sebagai manusia, jadi kalau misalnya ada wilayah-wilayah yang bukan bagian kita, ya kita gak bakal terlalu ngotot disitu. Itu yang kita yakini ketika kita beraktivitas di *Salman*. Tidak harus satu warna di *Salman* itu, kalau sempat ngobrol-ngobrol sama orang *Salman*, itu beda-beda orangnya. Saya beda, si kang ini beda, kang itu beda. Tapi kita masih mau gabung disini, karena kita mencari persamaan. Sama-sama orang Islam, yaudah. Beda-beda ya pasti lah, gak mungkin kita sama. Kalau sama mungkin Allah akan bikin kita sama dari dulu. Gak perlu dibikin aneh-aneh. Muka kita aja kan beda semua, dari situ aja kita harus sadar, bener ya kita udah beda. Cuman kenapa kita bisa damai, karena kita mencari persamaan. Itulah sunnatullahnya, kalau kita mencari perbedaan, di rumah aja kita bisa berantem ade kakak, ya kan. Gak usah jauh-jauh beda agama, ade kakak aja kita udah berantem kalau mencari perbedaan. Tapi karena kita bisa mencari persamaan makanya kita bisa hidup damai. Itulah rahasianya Islam itu sebenarnya, bagaimana perbedaan itu dikelola (wawancara: Iqbal Alfajri, 26 Juli 2016 di Masjid *Salman* ITB).

Bagi *Salman Film* ketika orang-orang sudah taat, sebenarnya itu bukan porsi film. Orang-orang yang taat itu, dia sudah bisa belajar Islam dengan sendirinya dan tidak butuh film lagi untuk belajar Agama, dia bisa langsung belajar melalui majelis taklim, mencari ustadz, ataupun membaca buku tentang Islam. Yang membutuhkan film itu ialah orang-orang yang Islamnya masih kurang, pemahaman Islamnya masih kurang. Mereka butuh film untuk membuka matanya, mereka butuh film untuk mengenal bahwa Islam itu seperti ini dan itu, karena fenomena saat ini ada orang Islam yang

salah memaknai Islam, dia mengaku Islam, tapi dia benci dengan Islam. Hal ini disebabkan karena pemahaman orang tentang Islam yang berbeda-beda. Masih banyak orang yang tidak paham Islam walaupun dia beragama Islam. Jadi dakwah melalui film menurut *Salman Film* dia menyentuh orang-orang yang kurang pemahamannya. Jadi tugas film sebagai media dakwah ialah mendakwahi orang-orang yang masih kurang pemahaman Islamnya.

Dakwah itu harusnya mengajak dan bukan memaksa, bukan membuat orang tidak nyaman atau berpikir “belum apa-apa saya sudah diharuskan ini itu yang belum tentu saya paham”. Yang pada intinya Islam itu harus di pahami dengan hati, dengan logika, dengan perasaan sebagai manusia. Manusia punya pilihan, bagaimana berdakwah itu ada seninya. Umat Islam hanya bertugas untuk berdakwah bukan untuk mengIslamkan. Itulah yang *Salman Film* yakini ketika membuat film. Hal ini sesuai dengan firman Allah QS. Al-Baqarah: 256 :

Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barangsiapa ingkar kepada *Thagbut* dan beriman kepada Allah, maka sungguh dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha mendengar, Maha Mengetahui. (Departemen Agama RI. 2002: 43)

Melihat sejarah keberhasilan dakwah Rasul juga karena Rasul tidak membeda-bedakan perbedaan warna kulit atau latar belakang seseorang, dan hal itu tidak mempengaruhi keislaman seseorang. Sedangkan agama lain berbeda, pemahaman seperti itu bisa tersirat dari film-film yang *Salman Film* buat. Jadi *Salman Film* dakwahnya lebih tersirat, tidak dengan frontal. Dalam film Salman tidak ada yang ceramah. Kalau ceramah *Salman Film* buat video ceramah. Tapi kalau di film-film Salman ialah kisah-kisah sehari-hari, tetapi di situ ada nilai-nilai Islam yang tersirat, yang bisa dirasakan oleh penonton.

Pesan yang mempengaruhi Salman Film dalam membuat film ialah: a) level individu, hal ini berkaitan dengan karakteristik dari setiap pribadi masing-masing. b) Rutinitas media, terbentuk dari aktivitas *Salman Film* yang bisa berupa produk dan program. c) Organisasi Media, pemegang kekuasaan tertinggi dari *Salman Film* ialah Salman itu sendiri, atau YPM Salman ITB. d) Institusi Media, yakni pemerintah dan sponsor. e) Sistem sosial/Ideologi media.

## **PENUTUP**

Proses kreativitas ide pengemasan konsep film dakwah *Salman Film* dalam berproses, *Salman Film* selalu menjadikan nilai-nilai Islam sebagai parameter, *Salman Film* tidak membuat film yang nilai-nilainya berbeda dengan pemahaman-pemahaman atau keyakinan *Salman Film*. Ide-idenya pasti dibatasi, karena ide itu tidak menjadi acuan, tetapi pemahaman terhadap Islam yang menjadi acuan. *Salman Film* dalam mengemas film tidak mengajar dan tidak menggurui, serta harus simpel dan populer.

YPM Salman menjadikan film sebagai salah satu pilihan dakwah. *Salman Film* melihat film Islam itu tidak sempit. Pesan-pesan yang ingin coba disampaikan kepada penontonnya adalah keresahan dari si pembuat film. *Salman Film* menganggap film di Salman itu sebagai ide, bukan sekedar film yang dibuat di Salman. *Salman Film* secara sadar menargetkan film-film yang diproduksi adalah untuk orang Indonesia, tanpa melihat agama, latar belakang, kota, desa atau segala perbedaannya. Tujuan utamanya adalah bagaimana film bisa menjadi media untuk berdakwah, media untuk mendapatkan inspirasi dan bisa berkomunikasi dengan penontonnya.

Dalam pelaksanaan produksi film dakwah, *Salman Film* mengikuti standar film yang baku. *Salman Film* mempunyai guru-guru film, buku-buku film yang dijadikan referensi. *Salman Film* belajar dengan orang-orang film, *Salman Film* juga menggunakan proses triangle sistem, ada tahap *development* kemudian praproduksi, tahap produksi, pasca produksi, semuanya dijalani sesuai dengan seharusnya. Yang berbeda hanya kualitasnya saja, kualitas disini artinya orang yang mengerjakan film dan alat-alat yang digunakan. Tahapan-tahapan yang dilakukan ialah semua tahapan yang mungkin *Salman Film* lakukan sebagai orang film. *Salman Film* mencoba untuk mengikuti aturan main sesuai dengan prosedur yang ada.

Pada tahap pasca produksi, proses *editing*, kemudian *sound editing*, *sound dubbing* segala macam dan semua aspeknya, *Salman Film* coba lakukan itu sendiri/ inhouse. Sedangkan untuk proses promosi dan distribusi dilakukan dengan konvensional. *Salman Film* menerapkan strategi marketing yang sama dengan film lainnya. Sedangkan film layar lebar, *Salman Film* membuat iklan di Tv, membuat billboard, kampanye di sosial media, dan juga melakukan wawancara di Tv. Menurut *Salman Film*, film itu standar-standarnya sama saja, baik itu film dakwah maupun film bukan dakwah standarnya tetap sama, jadi tidak ada yang berbeda.

Ideologi *Salman Film* dalam mengemas film dakwah ialah menjadikan nilai-nilai Islam sebagai nilai-nilai dan prinsip acuan dalam setiap membuat karya filmnya. Sebagaimana visi - misi *Salman* yakni mendalami Agama

Islam sebagai *rahmatan lil alamin* sesuai dengan QS Al-Anbiya ayat 107, *Salman* tidak mengacu pada kelompok tertentu dalam Islam. Ideologi *Salman Film* juga merujuk pada QS. Al-Baqarah ayat 208 yang menyatakan bahwa Islam itu *kaffah* *Salman Film* memandang film sebagai sebuah produk budaya, sebagai sebuah ide dan sebuah proses. Dari segi *content* film, sponsor ikut mengatur cerita, tapi tidak merusak prinsip-prinsip dari film tersebut, begitu juga pemerintah melalui lembaga sensorinya. Peran YPM *Salman ITB* ialah sebagai fasilitator, mereka adalah orang-orang yang 100% mendukung apa yang dilakukan oleh *Salman Film*, sekaligus bertanggung jawab. Berkarya merupakan cara yang dilakukan *Salman Film* dalam mempertahankan eksistensinya dengan berusaha setiap tahun mendapat perhatian penonton melalui filmnya. Selanjutnya adalah latar belakang dan karakteristik dari pelaku media, semua orang bisa mengeluarkan idenya, bisa membuat film, bisa menyampaikan keresahannya, selama itu masih satu ideologi dengan *Salman Film*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, I. (2015). *Film yang Menjadi Rahmat 2*, diakses 07 April 2016, dari <http://salman-academy.com/artikel/film-yang-menjadi-rahmat-2>.
- Aliyudin. (2010). Prinsip-prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an. dalam Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(15), 194.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Dulwahab, E. (2010). Dakwah di Era Konvergensi Media. Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies*, 5 (16), 23.
- Effendy, H. (2002). *Mari Membuat Film Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Yayasan Konfiden.
- Fatoni, U. (2008). *Menanti Film Dakwah Berkualitas*. Republika. 22 Februari 2008.
- Mabruri, K. N. A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Drama*. Jakarta: PT Grasindo.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Stanley, B. J. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa Jilid 1 edisi 5 (Melek Media & Budaya)*, Jakarta: Erlangga.
- Sukayat, T. (2009). *Quantum Dakwah*, Jakarta: Rineka Cipta.



## Dakwah Majelis Rasulullah dan Kecintaan Jama'ah kepada Dakwah Islam

**Anisatul Ikrima\*, Karsidi Diningrat, & Rojudin**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,  
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : [ikrima.anisa@gmail.com](mailto:ikrima.anisa@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini mengungkapkan dakwah Islam yang dilakukan oleh Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang, kecintaan jama'ah terhadap dakwah Islam, dan pengaruh dakwah Islam yang dilakukan Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang terhadap kecintaan jama'ah. Metode Penelitian menggunakan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan jumlah variabel X mencapai 46,4. Setelah dibagi jumlah item diperoleh angka 4,64 dan jumlah Variabel Y mencapai 47,36. Setelah dibagi oleh jumlah item diperoleh angka 4,736. Kedua variabel ini memiliki kualifikasi sangat tinggi karena berada pada interval 4,20–5,00. Koefisien kolerasi sebesar 1,0. Nilai koefisien korelasi pada penelitian ini berada pada interval 0,81-1,00 yang dinyatakan korelasi sempurna. Pengaruh Majelis Rasulullah, koefisiennya 1,0 dengan kadar pengaruhnya 40% hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masih ada sekitar 60% dari faktor lain yang turut mempengaruhi terhadap kecintaan jama'ahnya dalam dakwah Islam.

**Kata Kunci** : Jama'ah; Dakwah Islam; Majelis Rasulullah.

### ABSTRACT

*This research discusses the Islamic proselytizing conducted by Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang, the congregations love of the forum toward Islamic proselytizing, and the influence of Islamic proselytizing conducted by Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang on the congregations of the forum's love. The result showing the amount of X variable reach 46,4. After divided by the number of items obtained the number 4,64 and the amount of Y variable reach 47,36. After divided by the number of items obtained the number 4,736. The both of this variable has very high qualification because at interval 4,20-5,00. The correlation coefficient is 1,0. The value of correlation*

*coefficient in this research was at the interval 0,81-1.00 which expressed perfect correlation. The influence Majelis Rasulullah, has coefficient 1,0 with 40% level of influence, it can be concluded that there are still around 60% from other factor which also influence to follower's love in Islamic proselytizing.*

**Keyword:** *Congregations; Islamic Proselytizing; Majelis Rasulullah.*

## PENDAHULUAN

Setiap manusia yang bersungguh-sungguh untuk berubah menjadi baik dan selalu memohon pertolongan Allah Swt, tentu ia akan dimudahkan olehNya. Mendengarkan ceramah agama, memikirkan ciptaan Allah Swt, membina dan melatih jiwa, berkumpul dengan orang-orang shaleh, senantiasa berdo'a dan melakukan kebaikan adalah salah satu cara mendapatkan pertolongan Allah Swt. Allah Swt telah menentukan dua jalan yaitu jalan yang benar dan jalan yang sesat atau salah. Allah memerintahkan untuk berada dan mengikuti jalan yang benar dan sangat melarang berada dan mengikuti jalan yang sesat atau salah.

Dakwah hanya mengubah pemahaman yang salah kepada pemahaman yang benar. Dan dakwah juga mewujudkan perubahan dari lingkungan yang salah dan lingkungan yang benar. Setelah itu, mad'u sesudah memahami pesan dakwah maka diberi kebebasan untuk mengikuti Islam atau meninggalkannya. Da'i mendorong para mad'u melalui kreasi pesan dakwah (*al-da'wah bi al-maqal wa al-kitabah*) dan melalui kreasi lingkungan (*al-da'wah bi al-hal*). (Aziz, 2009: 127)

Cinta adalah fitrah manusia. Sepatutnya ia selalu mengajak pada yang baik. Tetapi, banyak dari mereka yang salah dalam memahami cinta. Jadi mana cinta yang sebenarnya ? Mana cinta yang lebih utama ? Pantas tidak cinta kita pada seseorang disamakan dengan cinta kepada Allah Swt ? Cinta yang seperti apa yang membuat hidup bahagia ? dan cinta yang seperti apa yang membuat sengsara ? Ibnul Qayim membagi cinta ke dalam 5 jenis yang diringkas menjadi 3. Yaitu : *Mahabbatullah wa Mahabbatu ma yubibbullah, Al-Hubbu Fillah wa lillah, Al-Mahabbah ma'allah dan Mahabbah ath-Thabi'iyah*. (Nesia, 2015: 7)

*Mahabbatullah wa Mahabbatu ma yubibbullah* (cinta kepada Allah Swt). Cinta jenis ini ditujukan kepada Allah Swt. Maha pemilik cintalah objek yang kita cinta. Inilah cinta yang sesungguhnya. Tak ada yang menyamai kemuliaan cinta ini. Memang pantas bukan kita mencintai sang pemberi cinta dan yang memiliki cinta. Sungguh bahagia seorang yang memiliki jenis

ini karena tidak mudah menumbuhkan cinta yang mulia dari hati kita, ruh suci kita sendiri yang menumbuhkannya. Ketika kita telah mencintai sesuatu kita akan mencintai apa yang sesuatu itu cinta. Cintanya adalah cintaku. Keinginannya adalah keinginanku.

*Al-Hubbu Fillah wa lillah* (kecintaan di jalan Allah dan karena Allah). Cinta jenis ini adalah jenis cinta yang biasa dimiliki oleh banyak manusia. Contohnya: cinta sang lelaki kepada kekasih perempuannya karena Allah. Cinta sesama karena Allah. Karena Allah lah mereka saling mencintai, saling memahami. Sehingga tidak ada niat kufur, maksiat dan lainnya. Inilah dua jenis cinta yang harus ditumbuhkan didalam hati. Cinta yang membuat bahagia dan jikalau air mata hingga menetes bukan karena rasa kekecewaan atau rasa sakit melainkan rasa cinta kita kepada Allah Swt.

Habib Munzir Al-Musawa mulai berdakwah dengan mengunjungi rumah-rumah, duduk dan bercengkerama dengan mereka, mengajarkan Fiqh dasar, namun tampak ummat kurang bersemangat menerima bimbingannya, Habib munzir terus mencari sebab agar masyarakat ini asyik kepada kedamaian, meninggalkan kemungkaran dan mencintai sunnah sang Nabi saw, maka Habib Munzir merubah penyampaiannya.

Ia tidak lagi membahas permasalahan Fiqih dan kerumitannya, melainkan mewarnai bimbingannya dengan nasehat-nasehat mulia dari Hadits-hadits Rasul saw dan ayat Alqur'an dengan Amr Ma'ruf Nahi Munkar, dan lalu beliau memperlengkap penyampaiannya dengan bahasa Sastra yang dipadu dengan kelembutan ilahi dan tafakkur penciptaan alam semesta, memberi mereka jalan keluar dalam segala permasalahan.

Ia terus berdakwah dengan menyebarkan kelembutan Allah swt, yang membuat hati pendengar sejuk, tidak mencampuri urusan politik, dan selalu mengajarkan tujuan utama kita diciptakan adalah untuk beribadah kepada Allah swt dan kesemuanya diarahkan agar masyarakat menjadikan Rasulullah SAW sebagai idola. ([www.majelisrasulullah.org](http://www.majelisrasulullah.org))

Ketika usia remaja lainnya melakukan hal yang kurang positif. Lain lagi dengan mereka para pemuda dan pemudi yang meluangkan waktunya untuk kegiatan yang positif dan memupuk tali silaturahmi kepada sesama kaum muslim lainnya dengan mengikuti kajian rutin di majelis ini. Salah satu fenomena menarik untuk diteliti di majelis ini jama'ahnya terdiri dari berbagai usia baik dari kalangan orang tua maupun pemuda dan pemudi, namun ketika dibandingkan, jama'ah lebih didominasi oleh para remaja atau pemuda dan pemudi, karena mereka tertarik terhadap nilai-nilai Islam yang sangat positif dan keingintahuan mereka terhadap Nabi Muhammad

Saw yang seringkali ditanamkan dalam setiap ceramah ataupun kajian kitab di Majelis ini. Jamaah pemuda dan pemudi umumnya mereka adalah para remaja yang masih didunia pendidikan maupun sudah bekerja.

Sejatinya para remaja adalah makhluk yang berada pada posisi dimana cinta yang diserahkan hanya untuk kepada sesama jenis, pergaulan yang tidak jelas, nongkrong dengan teman, tetapi beda dengan mereka para remaja yang ikut serta dalam kegiatan Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang, menyerahkan kecintaannya terhadap Nabi Muhammad Saw yang diambil dari *ibrah* dalam mengikuti kajian, seni dan ilmu social yang direalisasikan dilingkungan masyarakat sekitar.

Dengan dakwah yang disampaikan secara tegas, jelas dan lantang membuat para remaja tersebut ingin lebih tau secara mendalam apa yang disampaikan lalu dikaji sedemikian mudah untuk direalisasikan. Selain itu dakwah di dalam Majelis Rasulullah Saw disampaikan dengan cara disyairkan melalui music kesenian *hadroh*. Cerita atau isi dakwah akan dikemas sedemikian unik dalam lantunan syair sehingga menarik para remaja untuk mendengarkan secara khidmat dan mengetahui dengan cara yang tidak membosankan.

Tidak hanya itu saja dakwah yang disampaikan dalam kajian, mereka juga merealisasikan dakwahnya dengan berdagang Karena mereka mencontoh apa yang dilakukan Nabi Muhammad Saw sewaktu menyebarkan agama Islam. Berjiwa sosial pun mereka pupuk untuk mempererat tali silaturahmi dan merasakan apa yang orang lain rasakan, dan berperan penting dalam merubah akhlak para remaja dan masyarakat awam.

Inilah Majelis Rasulullah Saw yang pembimbingannya dengan nasehat-nasehat mulia dari Hadits-hadits Rasul saw dan ayat Alqur'an dengan Amr Ma'ruf Nahi Munkar, dan lalu memperlengkap penyampaiannya dengan bahasa Sastra yang dipadu dengan kelembutan ilahi dan tafakkur penciptaan alam semesta, memberi mereka jalan keluar dalam segala permasalahan, terus berdakwah dengan meyebarkan kelembutan Allah swt, yang membuat hati pendengar sejuk, tidak mencampuri urusan politik, dan selalu mengajarkan tujuan utama kita diciptakan adalah untuk beribadah kepada Allah swt dan kesemuanya di arahkan agar masyarakat menjadikan Rasulullah SAW sebagai idola.

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana dakwah Islam yang dilakukan oleh Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang, bagaimana kecintaan jama'ah terhadap dakwah Islam, dan bagaimana pengaruh

dakwah Islam yang dilakukan Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang terhadap keintaan jama'ah. Metode Penelitian menggunakan analisis kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan kuisioner.

## LANDASAN TEORITIS

Teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini adalah teori dakwah, metode dakwah dan cinta serta bagian bagian cinta kepada Allah dan Nabi Muhammad Saw. Dakwah dalam implementasinya, merupakan kerja dan karya besar manusia - baik secara personal maupun individual - yang dipersembahkan untuk Tuhan dan sesamanya adalah kerja sadar dalam menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, menyuburkan persamaan, dan mencapai kebahagiaan atas dasar ridla Allah SWT. Dengan demikian, baik secara teologis maupun secara sosiologis dakwah akan tetap ada selama Islam masih menjadi agama manusia. (Enjang dan Aliyudin, 2009: 1)

Secara teologis, dakwah merupakan bagian dari tugas suci (ibadah) umat Islam. Kemudian secara sosiologis, kegiatan dakwah apapun bentuknya dan konteksnya akan dibutuhkan oleh umat manusia dalam rangka menumbuhkan dan mewujudkan keshalehan individual dan keshallehan sosial, yaitu pribadi yang memiliki kasih sayang terhadap sesamanya dan mewujudkan tatanan masyarakat *marhamah* yang dilandasi oleh kebenaran tauhid, persamaan derajat, semangat persaudaraan, kesadaran akan arti penting kesejahteraan bersama, dan penegakkan keadilan di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

Berdasarkan beberapa alasan diatas, maka dakwah memiliki makna dan arti yang begitu penting bagi kehidupan umat manusia. Oleh sebab itu cukup beralasan jika dibutuhkan pemaknaan dan pemahaman baru terhadap dakwah. Apalagi jika didasarkan pada kenyataan masih banyaknya pemahaman masyarkat mengenai dakwah - baik dikalangan *alim* apalagi dikalangan masyarkat awam - yang masih mengindentikkan dakwah sebagai *tabligh* atau *kehitabah*.

Dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam tata pergaulan umat Islam, kata dakwah tentunya bukanlah barang baru, sebab dakwah merupakan salah satu diantara kata yang begitu familier di telinga mereka. Cuma, untuk memahami dakwah lebih *komprehensif* tentunya diperlukan kajian yang lebih mendalam. Untuk memahami makna dakwah, kita dapat menempuhnya melalui beberapa pendekatan, diantaranya: pendekatan

bahasa (*etimologi*) dan istilah (*terminologi*), serta kajian filosofis.

Dakwah, secara bahasa (*etimologi*) merupakan sebuah kata dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata: **دعا- يدعو - دعوة** (*da'a, yad'u, da'watan*) yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Menurut Abdul Aziz, secara etimologis kata dakwah berarti: Memanggil; Menyeru; Menegaskan atau membela sesuatu; Perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu; dan Memohon dan meminta, atau do'a. Artinya, proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan, seruan, undangan, untuk mengikuti pesan tersebut atau menyeru dengan tujuan untuk mendorong seseorang upaya melakukan cita-cita tertentu. Oleh karena itu, dalam kegiatannya ada proses mengajak, maka orang yang mengajak disebut *da'i* dan orang yang diajak disebut *mad'u*. Dalam firman Allah Swt Qs. AN-Nahl ayat 125:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Depag, 2009: 281)

Berdasarkan ayat-ayat diatas, dapat dipahami bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh; baik dengan lisan, tulisan, maupun dengan perbuatan sebagai ikhtiar (upaya) muslim mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan pribadi (*syahsiyah*), keluarga (*usrah*) dan masyarakat (*jama'ah*) dalam semua segi kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud khairul ummah (masyarakat madani).

Katakanlah: "Jika kamu (benar-benar) mencintai Allah, ikutilah Aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosamu." Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. QS. Ali-Imran ayat 31 (Depag, 2009: 54)

Ayat ini sebagai pemutus hukum bagi setiap orang yang mengaku mencintai Allah tetapi tidak menempuh jalan Muhammad, Rasulullah, bahwa dia adalah pembohong dalam pengakuan cintanya itu sehingga dia mengikuti syari'at dan agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad dalam semua ucapan dan perbuatannya. Sebagaimana yang disebutkan dalam sebuah hadits shahih, dari Rasulullah, beliau bersabda: "Barang siapa melakukan suatu amal yang tidak ada perintahnya dari kami, maka amalan itu tertolak." (Ghazali, tt: 48)

Cinta tidak pernah habis menjadi buah bibir manusia. Ia selalu hadir

di relung-relung hati manusia dan menghiasi hari-hari kehidupan mereka di dunia. Jika mereka berkumpul, niscaya pembicaraan yang paling hangat diantara mereka adalah cinta. Dalam perjalanan hidup manusia, kebanyakan pengalaman terindahya adalah cinta. Cinta ada dalam setiap aspek kehidupan manusia, hingga menembus petala mimpi-mimpi mereka. Dengan cinta mereka berjuang bertahan hidup, menangis, dan tertawa. Adakalanya cinta membuat hidup mereka lurus, bahagia, dan berakhir indah. Namun, cinta terkadang justru membuat hidup mereka tersesat, menderita dan berakhir pada kehancuran. Ahmad (2009: 19)

Cinta manusia dapat hidup lebih tua dari usia mereka dan bahkan bisa menjadi abadi bila ditorehkan dengan tinta sejarah dan disapu warna indah sastra. Legenda Laila dan Qais Majnun di tanah Arab, Roro Mendut dan Prono Citro di tanah Jawa, atau Edward dan Wallis Simpson di Inggris, akan terus hidup hingga akhir zaman. Kisah cinta mereka hidup melampaui batas usia para pelakonya. Namun, kebanyakan manusia tidak mampu mendefinisikan cinta. Ia, cinta memang sangat mudah mencengkram hati, indah dirasakan, tetapi sangat sulit dikatakan. Ada juga yang keliru mendefinisikannya atau mencampur adukkan cinta, kasih sayang, hawa nafsu, rindu, dan persahabatan. Meskipun demikian, tetap ada upaya untuk mendefinisikannya dan membedakan berbagai peristilahan yang mengiringinya.

Akan tetapi seorang ulama tasawuf, Imam al-Junaid berkata, "Allah mengharamkan cinta terhadap orang yang masih bergantung kepada selain-Nya". Ia berkata, "setiap cinta yang ditopang dengan imbalan akan sirna jika imbalannya itu sirna". Maka cinta sejati adalah cinta yang memang benar-benar tulus diperjuangkan dan ditegakkan semata-mata tanpa ada embel-embel dibelakangnya. Tulus dan total kepada yang dicintai. Rabiah al-Adawiyah pernah ditanya tentang cintanya kepada Nabi, ia lantas menjawab, "Demi Allah, aku sangat mencintai Nabi, hanya saja Cintaku pada Allah menyibukkan diriku dari mencintai makhluk. "Sementara Nabi Isa a.s, pernah ditanya tentang amal yang paling utama, beliau menjawab, "Amal paling utama adalah, ridha Allah dan mencintai-Nya". (Gazali, 2014: viii)

Dalam pandangan K.H. Abdullah Gymnastiar, jamaah adalah sahabat dan memberi simpati kepadanya sehingga mereka sangat berharga bagi dunia dakwah. Karena itu, keberadaan jama'ah sangat diperhatikan di mana mereka yang datang dilayani dengan baik. Dengan adanya jama'ah maka berarti rezeki. Mereka adalah saudara seiman dan para sahabat yang

baik serta ramah yang akan menangkat syiar Islam. Jamaah adalah masyarakat luas yang mengenal Islam pada tahapan awal yang sederhana, baik fahamnya maupun cara berpikinya. (Bambang Saiful Ma'arif, 2016: 83)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Nama "Majelis Rasulullah." dalam aktifitas dakwah ini berawal ketika Habib Munzir Almusawa lulus dari Studynya di Darul Mustafa pimpinan Al Allamah Al Habib Umar bin Hafidh Tarim Hadramaut, Yaman. Beliau kembali ke Jakarta dan memulai berdakwah pada tahun 1998 dengan mengajak orang bertobat dan mencintai Nabi Saw sehingga umat Islam akan pula mencintai sunnahnya, dan menjadikan Rasul Saw sebagai Idola.

Habib Munzir mulai berdakwah siang dan malam dari rumah kerumah di Jakarta, ia tidur dimana saja dirumah-rumah masyarakat, bahkan pernah ia tertidur di teras rumah orang karena penghuni rumah sudah tidur dan ia tak mau membangunkan mereka di larut malam. Setelah berjalan kurang lebih enam bulan, Habib Munzir memulai membuka Majelis setiap malam selasa (mengikuti jejak gurunya Al Habib Umar bin Hafidz yang membuka Majelis minggu-an setiap malam selasa), dan ia pun memimpin Ma'had Assa'adah, yang di wakafkan oleh Al Habib Umar bin Hud Alattas di Cipayung, setelah setahun, munzir tidak lagi meneruskan memimpin ma'had tersebut dan melanjutkan dakwahnya dengan menggalang majelis-majelis di seputar Jakarta.

Habib Munzir membuka majelis malam selasa dari rumah kerumah, mengajarkan Fiqh dasar, namun tampak ummat kurang bersemangat menerima bimbingannya, dan Habib munzir terus mencari sebab agar masyarakat ini asyik kepada kedamaian, meninggalkan kemungkar dan mencintai sunnah sang Nabi saw, maka Habib Munzir merubah penyampaiannya, ia tidak lagi membahas permasalahan Fiqih dan kerumitannya, melainkan mewarnai bimbingannya dengan nasehat-nasehat mulia dari Hadits-hadits Rasul saw dan ayat Alqur'an dengan Amr Ma'ruf Nahi Munkar, dan lalu beliau memperlengkap penyampaiannya dengan bahasa Sastra yang dipadu dengan kelembutan ilahi dan tafakkur penciptaan alam semesta, yang kesemuanya di arahkan agar masyarakat menjadikan Rasul saw sebagai idola, maka pengunjung semakin padat hingga ia memindahkan Majelis dari Musholla ke musholla, lalu Musholla pun tak mampu menampung hadirin yang semakin padat, maka Habib Munzir memindahkan Majelisnya dari Masjid ke Masjid secara bergantian.

Mulailah timbul permintaan agar Majelis ini diberi nama, Habib Munzir dengan polos menjawab, “Majelis Rasulullah?”, karena memang tak ada yang dibicarakan selain ajaran Rasul saw dan membimbing mereka untuk mencintai Allah dan Rasul Nya, dan pada dasarnya semua Majelis taklim adalah Majelis Rasulullah saw. Majelis kian memadat, maka Munzir mengambil empat masjid besar yang bergantian setiap malam selasa, yaitu masjid Raya Almunawar Pancoran Jakarta Selatan, Masjid Raya At Taqwa Pasar minggu Jakarta Selatan, Masjid Raya At Taubah Rawa Jati Jakarta Selatan, dan Ma`had Daarul Ishlah Pimp. KH. Amir Hamzah di Jalan Raya Buncit Kalibata Pulo, Namun karena hadirin semakin bertambah, maka Habib Munzir akhirnya memusatkan Majelis Malam selasa ini di Masjid Raya Almunawar Pancoran Jakarta Selatan, kini acara ini dihadiri berkisar antara 10.000 hadirin setiap minggunya.

Habib Munzir juga meluaskan wilayah da'wah di beberapa wilayah Jakarta dan Sekitarnya, lalu mencapai hampir seluruh wilayah Pulau Jawa, Majelis Rasulullah tersebar di sepanjang Pantai Utara Pulau Jawa dan Pantai Selatan, dan terus makin meluas ke Bali, Mataram, Irian Barat, bahkan Singapura, Johor dan Kualalumpur, demikian pula di stasiun stasiun TV Swasta, bahkan VCD, Majalah bulanan dll, dan kini Anugerah ilahi telah merestui Majelis Rasulullah untuk meluas ke Jaringan internet dengan nama asalnya “Website Majelis Rasulullah”. ([www.majelisrَسُولULLAH.org](http://www.majelisrَسُولULLAH.org))

### **Kegiatan Dakwah Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang**

“Majelis Rasulullah TCC” adalah kependekan dari “Jamaah Majelis Rasulullah SAW wilayah Tambun, Cibitung, Cikarang” merupakan forum silaturahmi atau media pemersatu jamaah MR yang tinggal di wilayah Kabupaten Bekasi dan sekitar, terdiri dari kaum *anshor* (warga asli) & *muhajirin* (warga pendatang). Forum silaturahmi ini terencana pada pertengahan tahun 2009 mulai dari sebuah rencana pribadi ketika diawali perkenalan dan berangkat rutin di Majelis Rasulullah pusat, perasaan sedih tatkala ada satu atau dua orang yang memakai identitas Majelis Rasulullah tetapi tidak saling mengenal dan mulailah perkenalan dengan seorang jama'ah yang bernama Indra, hanya dengan berdua lah kami mencari jama'ah yang mulai mencari di jalan raya yang sampai memberhentikan pengendara motor dan dimintai nomer telephon untuk menyambung tali silaturahmi dan mengundangnya ketika setiap diadakannya pengajian.

Dari mulai tekad dan niat ingin mempererat tali silaturahmi dan membentuk jama'ah maka mulailah pada tanggal 10 Juli 2010 resmi didirikan forum silaturahmi ini, pada awalnya nama majelis ini adalah MRCCT tetapi berjalannya waktu dan kesepakatan nama tersebut diganti menjadi MRTCC (Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang). Pada awalnya kegiatan ini diadakan dari rumah ke rumah yang dihadiri oleh para habaib, ulama, ustadz, jama'ah dan warga sekitar. Kemudian ada salah seorang mahasiswa yang aktif dan menguasai teknologi maka disebarlah nama majelis rasulullah ini melalui dunia maya dan alhamdulillah dengan perkembangan melalui informasi dunia maya maka berkembanglah majelis ini dengan ribuan jama'ah, dan melalui kegiatan "Konvoi sepeda motor" untuk menghadiri acara akbar Majelis Rasulullah SAW dan pengajian rutin.

Dengan niat tulus dalam rangka membantu syiar da'wah yang di emban Majelis Rasulullah SAW maka Jamaah MR TCC turut menyemarakkan da'wah di wilayah Bekasi & sekitar, serta berupaya menghadirkan da'wah Majelis Rasulullah SAW di wilayah Kabupaten Bekasi. Semoga Allah ta'ala senantiasa ridho atas upaya kami ini dan menjadikan washilah turunnya limpahan rahmat dari Allah ta'ala di wilayah Bekasi dan sekitar, serta tujuan lain mendirikan Majelis Rasulullah TCC ini menjadi benteng bagi kaum muslimin, muslimat dari kerusakan moral dan kesesatan aqidah dan sebuah tujuan atau niat utama hanya ingin membuat Rasulullah SAW tersenyum bahagia & Guru mulia Habibana Munzir bangga. (Erwin, wawancara: 2016)

Untuk mengetahui seberapa pengaruhnya Dakwah Majelis Rasulullah Hubungannya dengan Jama'ahnya, menunjukkan hasil penjelasan dari indikator tanggapan jama'ah terhadap dakwah MRTCC, meliputi: Tujuan berdakwah, Pesan Dakwah, Kriteria Seorang Da'i, Persiapan Dakwah, Media Dakwah, Kewajiban Dakwah.

### **Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang Kabupaten Bekasi.**

Selain faktor pendukung untuk kegiatan dakwah ini juga ada faktor penghambatnya. Faktor penghambatnya yaitu dimana motivasi dan keinginan dalam diri sendiri enggan untuk mengenal dan mencintai Rasulullah. Walaupun informasi dakwah atau segala sesuatu mengenai Rasulullah baik di dunia maya maupun media tulis lainnya jika kurangnya

kesadaran dan motivasi untuk mengenal lalu mencintai maka ia akan tetap pada posisi pada ketidaktahuan dan kurang mencintai.

“Pesan untuk generasi selanjutnya, tanamkan pada diri kalian sebuah kesadaran dan keinginan tahu untuk mengenal Rasulullah setelah mengenal maka akan timbul rasa cinta untuk Rasulullah. Rasulullah shallallohu ‘alaihi wa sallam adalah orang yang paling utama untuk kita cintai. Bahkan, lebih diutamakan dari kecintaan kita terhadap diri kita sendiri. Dengan mencintai Rasulullah maka kita akan merasakan manisnya keimanan. Bahwasanya agama Allah mengajak kita untuk saling menyayangi, mengajak kita untuk keselamatan, untuk mengajak kita saling menyayangi, dengan itu baginda nabi Muhammad Saw mengatakan perumpamaan kasih sayang dan kelembutan di antara muslimin seperti satu jasad, jika satu anggota jasad tersebut terluka maka seluruh anggota tersebut merasakan panas, dan sakit” (Erwin, Wawancara; 2016).

### **Pengaruh Dakwah Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang**

Selain pengajian dan kajian kitab, MRTCC ini melakukan dakwah juga dengan berdagang atau berwirausaha karena mengikuti jejak Nabi Muhammad yang mensyiarkan agama melalui perdagangan. Selain itu juga mencetak para jama'ah menjadi seorang pribadi muslim dan muslimah yang mandiri, berwawasan Islam yang luas, berakhlakul karimah dan berwirausaha serta mencintai Nabi Muhammad setelah para Sahabat, Habaib, ‘Alim Ulama, dan Ustadz.

Media dakwah adalah sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Disebutkan Deddy Mulyana bahwa media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik verbal maupun non verbal, seperti cahaya dan suara. Saluran juga bisa merujuk pada cara penyajian, seperti tatap muka (langsung) atau lewat media, seperti surat kabar majalah, radio, telepon dan televisi. Sering pula disebut bahwa apa yang dikategorikan sebagai media juga disebut sebagai cara atau metode. Cara dakwah dengan menerangkan maupun menginformasikan, terutama meninformasikan lewat lisan misalnya, sering disebut dakwah *bi al-lisan*, karena menginformasikan dan menerangkannya dengan lisan. Jadi, terkadang menggunakan istilah memiliki konotasi sesuai maksud penggunaannya, terutama istilah-istilah yang memiliki makna samar dan beragam (Aripudin, 2011: 13).

## Hubungan Kecintaan Jamaah Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang dengan Dakwah Islam

Hubungan kecintaan jamaah Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang dengan dakwah Islam diketahui setelah melakukan penghitungan hasil kuisioner yang disebarakan kepada jamaah. Dari sepuluh item pertanyaan, rata-ratanya  $(4,86 + 4,84 + 4,79 + 4,83 + 4,81 + 4,82 + 4,67 + 4,75 + 4,54 + 4,45) = 47,36 : 10 = 4,736$ . Angka ini termasuk ke dalam kualifikasi sangat tinggi, karena berada pada interval 4,20 – 5,00. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kecintaan jama'ahnya dalam dakwah Islam sangat tinggi.

Proses penghitungan uji normalitas data variabel X berdasarkan hasil angket yang penulis sebarakan kepada 213 orang. Untuk mengetahui analisis tentang Pengaruh Dakwah Majelis Rasulullah (MRTCC) Hubungannya dengan Jama'ahnya didasarkan pada nilai total responden. Dan jika diurutkan kesamping dari skor terkecil sampai terbesar dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 : Distribusi Frekuensi Variabel X

No.	Kelas Interval	Fi	F/fkb	Xi	xi2	Fixi	Fi (xi2)
1	38 - 40	10	10	39,5	1560,25	395	15602,5
2	41 - 42	14	24	41,5	1722,25	581	24111,5
3	43 - 44	32	56	43,5	1892,25	1392	60552
4	45 - 46	41	97	45,5	2070,25	1865,5	84880,25
5	47 - 48	48	145	47,5	2256,25	2280	108300
6	49 - 50	68	213	49,5	2450,25	3366	166617
	Jumlah		213			9879,5	460063,25

Sumber Hasil Perhitungan Statistika

Tabel 2 : Distribusi Frekuensi Observasi dan ekspektasi Variabel X

Kelas Interval	Batas Kelas	Z <sub>hitung</sub>	Z <sub>tabel</sub>	Li	O <sub>i</sub> /f <sub>i</sub>	E <sub>i</sub> /Li*N	O <sub>i</sub> – E <sub>i</sub>	$\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$
38 – 40	37,5	-3,04	0,4988	0,021	10	4,473	5,527	6,829360
	40,5	-2,01	0,4778					

Dakwah Majelis Rasulullah dan Kecintaan Jama'ah dalam Dakwah Islam

41 – 42				0,0712	14	15,1656	-1,1656	0,089585
	42,5	-1,32	0,4066					
43 – 44				0,1677	32	35,7201	-3,7201	0,387432
	44,5	-0,64	0,2389					
45 – 46				0,2229	41	47,4777	-6,4777	0,883795
	46,5	0,04	0,0160					
47 – 48				-0,2482	48	52,8666	-4,8666	0,447991
	48,5	0,72	0,2642					
49 – 50				0,1565	68	33,3345	34,6655	36,0496
	50,5	1,41	0,4207					
Jumlah	44,687763							

Sumber Hasil Perhitungan Statistika

Berdasarkan hasil hitungan, data ini diperoleh nilai chi kuadrat ( $X^2_{hitung}$ ) sebesar 44,7 dan nilai chi kuadrat ( $X^2_{tabel}$ ) sebesar 5,7. Maka dapat disimpulkan  $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ , bahwa data variabel X berdistribusi **Tidak Normal**

Proses penghitungan uji normalitas data Variabel Y analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui skor rata-rata jawaban responden dari 213 orang dari Jama'ah Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang Kabupaten Bekasi. 10 item soal angket untuk mengetahui kecintaan jama'ah terhadap dakwah Islam di Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang Kabupaten Bekasi. Untuk mengetahui analisis didasarkan pada nilai total responden. Dan jika diurutkan kesamping dari skor terkecil sampai terbesar dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 3 : Distribusi Frekuensi Variabel Y

Kelas Interval	Fi	F/fkb	Xi	xi <sup>2</sup>	Fixi	Fi (xi <sup>2</sup> )
39 – 40	10	10	39,5	1560,25	395	15602,5
41 – 42	6	16	41,5	1722,25	581	24111,5
43 – 44	16	32	43,5	1892,25	1392	60552
45 - 46	38	70	45,5	2070,25	1865,5	84880,25
47 – 48	41	111	47,5	2256,25	2280	108300
49 – 50	102	213	49,5	2450,25	3366	166617
Jumlah		213			9879,5	460063,25

Sumber Hasil Perhitungan Statistika

Setelah mean, median, modus diketahui maka data Variabel X ini mempunyai kecenderungan ke arah **POSITIF**

Setelah ini tendensi sentral variabel diperoleh, tahap selanjutnya yaitu menguji dan menginterpretasikan kenormalitasan data, melalui langkah-langkah sebagai berikut:

Tabel 4 : Distribusi Frekuensi Observasi dan ekspektasi Variabel Y

Kelas Interval	Batas Kelas	$Z_{hitung}$	$Z_{tabel}$	Li	O <sub>i</sub> /f <sub>i</sub>	E <sub>i</sub> /Li*N	O <sub>i</sub> – E <sub>i</sub>	$\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$
	38,5	-2,69	0,4964					
39 – 40				0,0186	10	3,9618	6,0382	9,202852
	40,5	-2,01	0,4778					
41 – 42				0,0712	6	15,1656	-9,1656	5,539393
	42,5	-1,32	0,4066					
43 – 44				0,1677	16	35,7201	-19,7201	10,8879
	44,5	-0,64	0,2389					
45 – 46				0,2229	38	47,4777	-9,4777	1,891978
	46,5	0,04	0,0160					
47 – 48				-0,2482	41	52,8666	-11,8666	2,663613
	48,5	0,72	0,2642					
49 – 50				0,1565	102	33,3345	68,6655	141,4435
	50,5	1,41	0,4207					
Jumlah	171,629236							

Sumber Hasil Perhitungan Statistika

Berdasarkan hasil hitungan, data ini diperoleh nilai chi kuadrat ( $X^2_{hitung}$ ) sebesar 171,7 dan nilai chi kuadrat ( $X^2_{tabel}$ ) sebesar 5,7. Maka dapat disimpulkan  $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ , bahwa data variabel X berdistribusi **Tidak Normal**.

Setelah dilihat dari  $t_{tabel}$ , ternyata 0,95(211) tercantum. Berdasarkan perhitungan diatas,  $t_{hitung} = 10,35$  sedangkan  $t_{tabel} = 20,04$  dengan melihat pernyataan tersebut, maka  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $10,35 < 20,04$ . Hal tersebut disebabkan karena antara kedua variabel mempunyai hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan terhadap hubungan

yang signifikan antara Dakwah Majelis Rasulullah dengan Kecintaan Jama'ahnya dalam Dakwah Islam, ada hubungan satu sama lain karena saling membutuhkan. Dengan kata lain  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Berdasarkan penghitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Dakwah Majelis Rasulullah terhadap Kecintaan Jama'ahnya di Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarag sebesar 40%. Sehingga diinterpretasikan bahwa tidak hanya dengan kecintaan saja namun masih ada 60% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari penjelasan di atas maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu *independen* (variabel X) dan *dependent* (variabel Y). Pengaruh Dakwah Majelis Rasulullah sebagai variabel *independen* (variabel X) dan Kecintaan Jamaahnya sebagai variabel *dependent* (variabel Y) secara asumsi teoritik yang telah dijelaskan di atas dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai hubungan erat. Ketika kedua variabel itu memiliki hubungan erat maka akan terjadi perubahan sikap dan pola perilaku, menurut Soekanto (2007: 263) perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang memengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap, dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Dakwah Majelis Rasulullah Terhadap Kecintaan Jama'ahnya Dalam Dakwah Islam (Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang Kabupaten Bekasi) dapat disimpulkan sebagai berikut : Kegiatan MRTCC mingguan, bulanan dan tahunan. Kegiatan mingguan dilaksanakan pada malam Selasa dan malam Kamis dan malam Minggu yaitu jadwal mingguan di Majelis Rasulullah pusat. Untuk kegiatan mingguan MR pusat difokuskan pada malam Selasa dan malam Minggu saja karena lokasi yang jauh.

Ada pula kegiatan khusus perempuan yaitu pengajian nisa pada malam Minggu setiap dua bulan dan diadakan pula pelatihan hadroh dan kewirausahaan. Ada juga kegiatan RMS (Ratib Maulid Sulamuttaufiq) yaitu Pengajian fiqh yang mengkaji kitab sulam taufiq yang dipimpin oleh Ustad. Faiz Nawawi yang dilaksanakan pada dua minggu sekali. Dan pengajian kitab Uquddulluzain. Untuk kegiatan bulanan adalah kegiatan kopdar yaitu forum silaturahmi semua pengurus dan jamaah mrtcc kab Bekasi. Tempatnya diluar sekretariat karena jamaah ingin sekali diwilayahnya baik

itu Masjid, Mushola, dan Rumah kediaman mereka pribadi. Kopardar itu isinya, pengajian pembacaan ratib, ad-dhiyaul lami dan tausiyah habib muhamad ali al kaff, kegiatan di minggu pertama setiap bulannya. Untuk kegiatan tahunan yaitu tabligh akbar atau peringatan hari besar Islam, untuk tempatnya bergiliran tempatnya diatur oleh pengurus. Untuk kegiatan lainnya yaitu bakti sosial kalo ada musibah, ziarah, ziarah kubro, berbagi ta'jil di bulan romadhon, halal bi halal atau bergabung atau bekerja sama dengan Majelis dzikir lainnya, dan kegiatan lainnya.

MRTCC ini melakukan dakwah juga dengan berdagang atau berwirausaha karena mengikuti jejak Nabi Muhammad yang mensyiarkan agama melalui perdagangan. Selain itu juga mencetak para jama'ah menjadi seorang pribadi muslim dan muslimah yang mandiri, berwawasan Islam yang luas, berakhlakul karimah dan berwirausaha serta mencintai Nabi Muhammad setelah para Sahabat, Habaib, 'Alim Ulama, dan Ustadz. Motivasi yang terkumpul dari kisah-kisah para sahabat mencintai Rasulullah dan apa yang dilakukan oleh Rasulullah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pengaruh Dakwah Majelis Rasulullah memperoleh kualifikasi tinggi. Hal ini di tunjukkan oleh rata-rata nilai jawaban jumlah variabel X mencapai 46,4. Setelah dibagi jumlah item diperoleh angka 4,64, jika ditafsirkan angka tersebut berada diantara interval 4,20 - 5,00. Kecintaan Jama'ah dalam Dakwah Islam termasuk dalam kualifikasi tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban mereka terhadap 10 item angket yang diajukan, mencapai nilai rata-rata sebesar 47,36. Setelah dibagi oleh jumlah item diperoleh angka 4,736 jika ditafsirkan angka tersebut berada diantara interval 4,20 - 5,00 termasuk kualifikasi tinggi. Demikian dapat disimpulkan bahwa Kecintaan Jama'ahnya dalam Dakwah Islam sangat tinggi. Pengaruh Majelis Rasulullah, koefisiennya 1,0 dengan kadar pengaruhnya 40% hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masih ada sekitar 60% dari faktor lain yang turut mempengaruhi Hubungannya Terhadap Kecintaan Jama'ahnya dalam Dakwah Islam.

Adapun faktor tersebut adalah adanya kemauan dalam diri sendiri ataupun keinginan dan motivasi diri yang sangat tinggi, melakukan dakwah juga dengan berdagang atau berwirausaha karena mengikuti jejak Nabi Muhammad yang mensyiarkan agama melalui perdagangan. Selain itu juga mencetak para jama'ah menjadi seorang pribadi muslim dan muslimah yang mandiri, berwawasan Islam yang luas, berakhlakul karimah dan berwirausaha serta mencintai Nabi Muhammad setelah para Sahabat, Habaib, 'Alim Ulama, dan Ustadz.

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka penelitian ini memberikan rekomendasi yang pertama kepada civitas Akademika Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk dapat mengembangkan penelitian tentang dakwah di majlis-majlis atau komunitas dakwah. Dan khususnya kecintaan dakwah para jama'ah Majelis Rasulullah dalam penelitian ini disarankan untuk dijadikan sumber referensi dalam perkembangan dakwah pada ranah khitabah.

Rekomendasi yang kedua diberikan kepada para praktisi dakwah. Penelitian ini sangat direkomendasikan untuk dijadikan sumber wawasan, referensi bahkan untuk dijadikan sebagai pedoman para praktisi dakwah yang melakukan dakwah melalui majlis-majlis ilmu atau komunitas dakwah.

Rekomendasi selanjutnya ditujukan kepada aktivis atau penggerak Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang untuk terus menciptakan metode baru dalam berdakwah agar para jama'ah selalu mencintai dakwah Islam dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan keIslamannya.

Kegiatan dakwah yang berlangsung pada *Majelis Rasulullah Tambun Cibitung Cikarang* merupakan salah satu pengemasan dari kegiatan dakwah yang masih konvensional ke dalam kegiatan dakwah yang dapat memanfaatkan media tempat atau komunitas. Oleh sebab itu penulis menyarankan kepada komunikator, Da'i atau pendakwah untuk bisa lebih kreatif untuk menentukan metode dakwah dalam menyampaikan dakwahnya agar apa yang disampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh mad'u.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Aziz, Ahmad. (2009) *Fiqh Cinta*. Pustaka Indah. Bandung.
- Aripudin, Acep (2007) *Dakwah Antar Budaya*. Remaja Rosdakarya.
- A.S., Enjang & Aliyudin. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Kiara Condong. Bandung: PT. Syamil Qur'an Yasmina.
- Ghazali, Imam. (tt) *Rahasia Ketajaman Mata Hati (Mukasyafatul Qulub.)*. Surabaya, Terbit Terang.
- Ghazali, Imam. (2014). *Kitab Cinta dan Rindu*. Jakarta Selatan: Khatulistiwa Press.
- Majelis Rasulullah, Dewan guru (2014), *Biografi Majelis Rasulullah*, diakses

A. Ikrima, K. Diningrat, & Rojudin

pada tanggal 26 April 2016, dari

<https://www.majelisrasulullah.org/biografi-majelis-rasulullah/>

Saipul Ma'arif, Bambang. (2016). *Kisah Dua Mujahid Dakwah dari Bandung (Kang Jalal dan Aa Gym)*, Bandung: Nuansa.

Soekanto. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

RS.Syamsudin.(2009). *Strategi dan Etika Dakwah Rasulullah SAW dalam Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(14), 113.



## Pola Tabligh Organisasi Jamiyah Nurul Iman Bandung

**Yoga Hadi Permana & Zainal Abidin**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN  
Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email: [yogahadipermana03@gmail.com](mailto:yogahadipermana03@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan tulisan ini untuk mengetahui pola tabligh yang diterapkan oleh organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung melalui unsur-unsur yang terkandung dalam kegiatan-kegiatan keagamaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pihak terkait, seperti ketua, sekretaris, mubaligh, serta anggota dalam organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung, dan ditunjang oleh tinjauan pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola tabligh dalam organisasi Jamiyah Nurul Iman Bandung dapat dilihat dari kegiatan, pola materi, pola metode serta pola komunikasi yang terjadi dalam aktivitas tabligh organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung. Peneliti menemukan bahwa, komunikasi dalam kegiatan tabligh lebih banyak mengajak serta mempengaruhi jama'ah untuk merealisasikan pesan-pesan keislaman yang disampaikan mubaligh melalui tindakan-tindakan yang dilakukan mubaligh serta didukung oleh kegiatan-kegiatan tabligh dalam organisasi Jamiyah Nurul Iman.

**Kata Kunci :** Pola, Tabligh, Komunikasi, Organisasi.

### ABSTRACT

*The purpose of this paper is to know the tabligh pattern applied by the Islamic Nurul Iman Bandung with elements contained in it's religious activities. This research uses descriptive analysis method with qualitative approach. The data collected by observation and interview with related parties, such as chairman, secretary, preacher, and member in jamiyah organization Nurul Iman Bandung, and supported by literature review. The results showed that the pattern of tabligh in the organization Jamiyah Nurul Iman Bandung can be seen from the activities, material patterns, patterns of methods and*

*communication patterns that occur in the activities tabligh Jamiyah Nurul Iman Bandung. Researchers found that communication in the activities of tabligh more invites and influences jama'ah to realize the messages of Islam submitted preachers through the actions of preachers and supported by activities tabligh within the organization Jamiyah Nurul Iman.*

**Keywords:** *Pattern, Tabligh, Communication, Organization.*

## **PENDAHULUAN**

Banyak kegiatan tabligh di setiap kalangan masyarakat kecil dan marjinal, misalnya di kalangan pengemis, anak jalanan, bahkan pengajian di kalangan waria. Termasuk juga di kalangan pedagang kecil yaitu pedagang kali lima. Di Bandung, pedagang kali lima sangat banyak, namun sedikit dari kalangan pedagang kali lima yang memiliki keinginan untuk membentuk atau mengadakan perkumpulan keagamaan.

Kegiatan tabligh tidak hanya dilakukan dalam sebuah kalangan masyarakat pedesaan yang mayoritas penduduknya masih kental dengan tradisi keagamaan. Banyak juga di daerah perkotaan yang mayoritas masyarakatnya bukan penduduk asli kota tersebut namun tetap ada yang membentuk suatu perkumpulan keagamaan. Bahkan profesi atau pekerjaan tidak menjadi hambatan untuk membentuk suatu perkumpulan keagamaan.

Banyak komunitas, kelompok atau organisasi tabligh yang terselenggara di Indonesia khususnya di Bandung. Selama kegiatan tersebut hanya mengharapkan ridha Allah SWT maka tujuan tabligh akan sangat dirasakan bagi masyarakat di sekitarnya. Tidak ada batas kalangan dalam melaksanakan kegiatan tabligh. Mulai dari kalangan bawah, menengah, hingga kalangan atas. Baik itu dari kalangan pejabat, kalangan polisi, kalangan pemuda, komunitas motor, sampai kalangan pedagang.

Salah satu komunitas atau organisasi pengajian yang diselenggarakan oleh para pedagang adalah organisasi jamiyah Nurul Iman. Walaupun organisasi ini dari kalangan pedagang, namun ada beberapa anggota atau pengurus yang berprofesi bukan sebagai pedagang. Organisasi jamiyah Nurul Iman terbentuk sejak tahun 2001. Sekretariat organisasi ini terletak di Cibaduyut No. 171 RT 04 RW 06 Kecamatan Bojongloa Kidul Kelurahan Kebun Lega Kota Bandung. Anggota organisasi jamiyah Nurul Iman terdiri dari berbagai daerah dan berbagai jenis profesi, namun mayoritas anggotanya adalah orang Jawa Tengah dan berprofesi sebagai

pedagang, mulai dari pedagang pecel lele, nasi goreng, warteg, pedagang di pasar tradisional, sampai pegawai pajak. Sejak awal berdiri sampai sekarang, organisasi jamiyah Nurul Iman selalu rutin melaksanakan kegiatan-kegiatan keagamaan, hal ini dikarenakan semangat anggota yang tinggi dalam melaksanakan kegiatan keagamaan.

Menurut data pengamatan peneliti terhadap jama'ah yang mengikuti kegiatan tabligh di organisasi jamiyah Nurul Iman, banyak manfaat yang dirasakan dalam pengajian tersebut. Bahkan peneliti melihat data keanggotaan organisasi jamiyah Nurul Iman semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Dengan adanya hal tersebut menunjukkan bahwa dalam kegiatan tabligh organisasi jamiyah Nurul Iman memiliki dampak yang positif bagi anggotanya.

Melihat adanya fenomena tersebut, peneliti bermaksud meneliti lebih dalam mengenai "Pola Tabligh Organisasi Jamiyah Nurul Iman Kota Bandung (Penelitian di Cibaduyut No. 171 RT 04 RW 06 Kecamatan Bojongloa Kidul Kelurahan Kebun Lega Kota Bandung)"

Adapun pertanyaan penelitian yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana program kegiatan di organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung?, Bagaimana pola materi tabligh pada organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung?, Bagaimana pola metode tabligh pada jamiyah Nurul Iman Kota Bandung?, Bagaimana pola komunikasi antara da'i dan jamaah pada jamiyah Nurul Iman Kota Bandung?

Seorang muslim harus memahami bahwa dirinya adalah subjek dakwah, ia adalah pelaku yang tidak boleh absen. Tidak ada pengecualian untuk bisa lepas dari kedudukannya tersebut dalam keadaan dan kondisi apapun baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan untuk meyebarkan ajaran dan nilai-nilai keislaman. Penyebaran Islam sebagai usaha untuk merealisasikan nilai-nilai ajaran-Nya di tengah-tengah kehidupan manusia, merupakan usaha dakwah yang harus dilakukan oleh segenap umat Islam. Kewajiban melakukan aktivitas tabligh ini merupakan karakter agama Islam sampai akhir zaman. Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, karena itu Al-Qur'an dalam menyebut kegiatan dakwah dengan *Absanu Qaul*. Dengan kata lain, dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam.

Dalam perkembangan ilmu dakwah, tabligh diartikan lebih spesifik dan menjadi salah satu bentuk dakwah di antara bentuk-bentuk dakwah lain yang secara keilmuan dapat dibedakan walaupun dalam tataran praktis merupakan suatu kesatuan. Tabligh merupakan bentuk dakwah dengan cara menyampaikan atau menyebarluaskan (transmisi) ajaran Islam melalui media mimbar atau media massa dengan sasaran orang banyak. Tabligh pada prinsipnya bersifat kontinyu, artinya sebagai kegiatan dakwah yang senantiasa terus menerus harus dilaksanakan.

Tabligh harus dikembangkan mengikuti lajunya zaman supaya mampu menjabarkan kebenaran, yaitu sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat sebagai objek dakwah yang patut dipikirkan secara bersama karena amar ma'ruf nahyi munkar. Bentuk-bentuk dakwah terus menerus berkembang, karena itu diperlukan mubaligh atau organisasi dakwah yang tahu bagaimana berbicara aktual serta peka terhadap segala persoalan kongkrit hari ini. Setiap mubaligh atau organisasi dakwah seperti organisasi jamiyah pengajian memiliki ciri-ciri dan penekanan tersendiri serta mempunyai metode serta pola dalam tablighnya.

Dalam penelitian ini, permasalahan yang diangkat adalah mengenai pola tabligh yang terjadi dalam organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung. Dalam realitas, tidak banyak organisasi atau perkumpulan dari para pedagang yang mengadakan kegiatan-kegiatan keagamaan. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Yaitu dengan mengumpulkan data, baik dari hasil observasi atau wawancara. Kemudian memaparkan segala sesuatu yang terjadi di lokasi penelitian dengan berdasarkan kepada data yang diperoleh dan ditunjang dengan tinjauan pustaka yang sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti.

Maka dari itu peneliti menggunakan teori yang membahas tentang tabligh dan pola komunikasi. Karena pada dasarnya tabligh dan komunikasi tidak jauh berbeda dalam pelaksanaannya. Selain itu penelitian ini ditunjang dengan teori komunikasi persuasi dan komunikasi efektif.

## **LANDASAN TEORITIS**

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia Tabligh diartikan penyiaran ajaran agama Islam. Kata tabligh berasal dari kata *Ballagha, Yuballighu, tablighan* yang berarti menyampaikan, penyampaian, yakni mengajarkan ajaran Allah dan Rasul-Nya kepada orang lain. Tabligh artinya menyampaikan ajaran Allah dan Rasul kepada orang lain yang penyajiannya menurut apa

adanya (objektif) tanpa adanya unsur paksaan untuk diikuti (Amin, 2009:8). Sedangkan pendapat yang lain dikemukakan oleh Louis Ma'uluf sebagaimana hal itu yang dikutip oleh Ahmad Subandi menyatakan bahwa keberadaan lafaz tabligh itu adalah *isim masdar* yang berarti “menyampaikan”, yaitu sampainya satu hal kepada tujuannya atau maksudnya (Sukayat, 2008:2).

Selanjutnya tabligh menurut istilah, Abu Bakar Atjeh berpendapat kalimat tabligh makna yang terkandung sama dengan kalimat dakwah, namun yang jadi benang pemisahannya adalah tabligh mempunyai makna yang lebih sempit daripada dakwah, yaitu menyampaikan apa yang diperintahkan oleh Allah SWT dan rosulnya atau *amar ma'ruf nahyi munkar* dengan cara lisan maupun tulisan. Untuk lebih jelasnya menurut Ibrahim Imam, tabligh adalah memberikan informasi yang benar, berita yang faktual dan benar adanya, yang bisa membantu manusia untuk membangun keyakinan yang tepat dalam satu kejadian atau dari rangkaian permasalahan. Dalam konteks agama Islam, sebagaimana yang dikemukakan oleh Ahmad Subandi tabligh merupakan sebuah proses kegiatan menyampaikan dan memberi informasi mengenai ajaran Islam kepada umat manusia, sampai yang menyampaikan informasi itu (*mubaligh*) gugur kewajibannya, sedangkan pihak yang menerima (*muballagh*) menjadi terikat dengan apa yang disampaikan (*maudu at-Tabligh*).

Tujuan tabligh sama halnya dengan tujuan dakwah, tabligh juga mempunyai satu tujuan yang tidak jauh berbeda, tujuan utamanya adalah nilai atau hasil yang ingin dicapai atau diperoleh dari sebuah kegiatan tabligh. Oleh karena itu Sukriyadi Sambas menjelaskan tujuan dakwah Islam dengan mengacu kepada Al-Qur'an sebagai kitab dakwah diantaranya mengeluarkan manusia dari kegelapan hidup (*dbulumat*) kepada kehidupan terang benderang (*nur*), menegakan *sibghah* Allah (celupan hidup dari Allah) dalam kehidupan makhluk Allah, menegakkan fitrah insaniah, memproporsikan tugas ibadah manusia sebagai makhluk Allah, mengestafetkan tugas kenabian dan kerasulan, memenangkan tugas *ilham taqwa* mengalahkan *ilham fuzur* (Enjang, 2009:101).

Selain itu, terdapat pula unsur-unsur yang terkandung dalam kegiatan tabligh. Pada garis besarnya unsur-unsur tabligh tidak jauh berbeda dengan unsur komunikasi yaitu pelaku (komunikator), objek (komunikan), pesan (message), metode, dan media.

Pada dasarnya materi tabligh tidak jauh berbeda dengan materi-materi atau pesan-pesan dakwah Islam. Karena tabligh merupakan

pengerucutan dari kegiatan dakwah Islam. Maka dari itu, materi yang terkandung dalam kegiatan tabligh juga berisikan ajaran keislaman. Dalam setiap kegiatan tabligh seorang muballigh merealisasikan pemahaman keislaman kepada muballigh yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits. Secara konseptual pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun, secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga pokok, yaitu masalah keimanan, masalah keislaman, dan masalah budi pekerti (Amin, 2009:89).

Disamping itu, materi dakwah yang bersifat terhadap masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan pada umumnya, menurut Barnawi Umari dalam bukunya Samsul Munir Amin (2009:92) materi dakwah Islam antara lain seperti aqidah, akhlak, ahkam, ukhuwah, pendidikan, sosial, kebudayaan, kemasyarakatan, dana mar ma'ruf nahi munkar.

Pola tabligh meliputi dua kata yaitu pola dan tabligh, dalam kamus ilmiah populer dijelaskan bentuk atau model (atau lebih abstrak suatu set peraturan) yang dipakai untuk membuat atau menghasilkan sesuatu atau bagian dari sesuatu dengan maksud bisa mendapatkan dasar yang sejenis untuk bisa sama atau dikembangkan.

Perspektif ilmu komunikasi memandang mengenai model atau pola ini adalah representasi dari sebuah fenomena tertentu dengan menonjolkan unsur-unsur dari fenomena tersebut. Model tersebut menurut Gordon Wiseman Lary Barker mempunyai tiga fungsi yang utama, yang pertama adalah untuk melukiskan sebuah proses komunikasi, kedua untuk menunjukkan hubungan visual, dan ketiga untuk membantu dan memperbaiki kemacetan dalam berkomunikasi sehingga tersampainya pesan dengan baik (Mulyana, 2001:123).

Menurut Sereno dan Mortesen model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi, sedangkan B Aubrey Fisher mengatakan bahwa model adalah analogi yang mengabstaksikan dan memilih bagian dari keseluruhan unsur, sifat atau komponen terpenting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambar informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori dengan kata lain model adalah teori yang disederhanakan. Atau seperti yang dikatakan Werner J Severin dan James W. Tankard, Jr model membantu merumuskan teori dan menyarankan hubungan. Kita dapat menggunakan kata-kata, angka, simbol dan gambar untuk melukiskan model suatu objek teori atau proses (Mulyana, 2013:132).

Ada beberapa sumber ilmu yang dijadikan ilmu bantu dalam kajian ilmu dakwah diantaranya ilmu komunikasi, dikarenakan adanya kesamaan tujuan antara keduanya. Oleh sebab itu, untuk mempermudah penelitian ini peneliti juga menggunakan teori komunikasi yang relevan dengan objek penelitiannya. Diantaranya menurut Hovland, Janis dan Kelley bahwa komunikasi cenderung pada suatu proses, yakni proses pengalihan stimulus pada orang lain dengan tendensi adanya perubahan tingkah laku (*to modify the behavior of other individuals*) sebagai responnya (Amin, 2009:145).

Sedangkan yang dimaksud dengan tabligh adalah menyampaikan pesan ilahi atau ajaran Islam kepada umat yang berisikan *amar ma'ruf nahi munkar* agar dipahami dan diimani serta dijadikan pedoman (Muhyiddin, 2002:60). Maka melihat konteks diatas bisa disimpulkan bahwa pola tabligh adalah rancangan model dasar untuk merumuskan sebuah kegiatan tabligh agar tersampaikan dengan baik kepada umat sesuai dengan konteks dan tujuannya.

Melihat rujukan di atas bahwa ketika kita membicarakan pola, sama halnya dengan contoh ataupun model maka dapat dipahami pula secara teoritis bahwa pola tabligh adalah contoh, model atau ragam yang digunakan oleh juru dakwah untuk mempengaruhi mad'unya melalui komunikasi yang terarah dengan maksud tersampainya tujuan tertentu.

Pola tabligh yang baik akan membantu mencapai keberhasilan dalam suatu proses tabligh di tengah-tengah umat. Karena hal ini sangat berperan penting terhadap tabligh yang disampaikan, dengan adanya sebuah pola jelas seorang juru dakwah dalam hal ini mubaligh akan memiliki sebuah konsep tabligh meliputi persiapan pra tabligh, proses berlangsungnya tabligh, bahkan sampai pada memahami objek tabligh yang akan jadi sasarannya.

Tabligh dapat diartikan dari dua sudut pandang yakni pembinaan dan pengembangan. Tabligh yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha untuk mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar tetap beriman kepada Allah SWT. Sedangkan, tabligh yang bersifat pengembangan yakni usaha untuk mengajak manusia yang belum pernah beriman kepada Allah SWT, agar memeluk agama Islam (Syukir, 1983:20).

Salah satu cara tabligh adalah khitobah atau ceramah, yakni suatu teknik atau metode tabligh yang banyak diwarnai karakteristik bicara penceramah atau mubaligh pada aktivitas tabligh (Asmuni Syukir, 1983:104). Dalam metode khitobah, dipelajari metode kerja, penggunaan alat-alat yang dipakai dalam kerja tersebut.

Kegiatan tabligh juga membutuhkan organisasi. Organisasi adalah perkumpulan atau wadah bagi sekelompok orang untuk bekerjasama, terkendali dan dipimpin untuk tujuan tertentu (Fatoni, 2008). Menurut para ahli terdapat beberapa pengertian organisasi sebagai berikut:

Schien (1982) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schien juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung pada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.

Kochler (1976) mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan terstruktur yang mengkoordinasikan usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Lain lagi dengan pendapat Wright (1977); dia mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasikan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Walaupun ketiga pendapat tentang organisasi terlihat berbeda-beda perumusannya namun ada tiga hal yang sama-sama dikemukakan yaitu: organisasi merupakan sistem, mengkoordinasikan aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Dikatakan organisasi merupakan sistem karena organisasi terdiri dari beberapa bagian yang saling tergantung satu sama lain. Bila satu bagian terganggu maka akan mengganggu bagian lain.

Organisasi dakwah yaitu usaha dan gerakan dakwah yang dilakukan oleh orang banyak dan mempunyai susunan yang teratur untuk mencapai tujuan dengan cara yang baik dan tepat. Secara umum organisasi dakwah atau institusi Islam di Indonesia dapat dikelompokkan ke dalam dua bagian besar, yaitu organisasi formal dan organisasi informal (Amin, 2009:133).

Organisasi formal ialah sebuah organisasi yang strukturnya, eksistensi formal atau statusnya diakui baik oleh kalangan luar maupun kalangan dalam. Di kelompok organisasi formal ini, berdasarkan kegiatan utama dan himpunan anggotanya dapat dikelompokkan lagi menjadi yang berciri vertikal atau horizontal, integral atau sektoral.

Organisasi nonformal ialah organisasi atau ikatan jama'ah yang mempunyai ciri-ciri: (1) ikatan anggota dengan organisasi bersifat tidak formal. Ikatan ini hanya karena ide atau kegiatan saja, (2) kepemimpinannya

bersifat fungsional, (3) jama'ahnya bersifat terbuka, heterogen dan nonafiliatif. Organisasi nonformal mempunyai ciri sektoral atau

Komunikasi, atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 1990:9). Dalam definisinya secara khusus mengenai komunikasi itu sendiri menurut Hovland, Janis dan Kelley adalah "*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of the individuals*". Dengan kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal (Muhammad, 2011:2).

Istilah proses maksudnya bahwa komunikasi itu berlangsung melalui tahap-tahap tertentu secara terus-menerus, berubah-ubah, dan tidak ada henti-hentinya. Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena pengirim pesan dan penerima pesan saling mempengaruhi satu sama lain (Muhammad, 2011:5).

Dalam suatu interaksi antarindividu, seperti halnya kegiatan tabligh di majelis taklim, pertemuan di tempat kerja, ataupun belajar-mengajar di sekolah, komunikasi sendiri bertujuan menghidupkan suasana interaksi yang berlangsung sehingga diperoleh efek yang maksimal, baik efek kognitif, afektif, maupun psikomotorik (Muhtadi, 2012:15).

Tujuan dari komunikasi adalah mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dari pesan yang disampaikan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan (Amin, 2009:145). H.A.W. Widjaja menyebutkan dalam bukunya, pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

Pertama, supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.

Kedua, memahami orang lain. Kita sebagai pimpinan atau komunikator harus memahami benar aspirasi masyarakat atau komunikan tentang apa yang diinginkannya, jangan mengininkan arah untuk pergi ke Barat tetapi kita memberikan jalan pergi ke Timur.

Ketiga, supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain. Kita harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.

Keempat, menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksud disini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.

Pola komunikasi seorang da'i disesuaikan dengan anggota dan komunikan pada saat berinteraksi. Pembentukan pola komunikasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sejarah atau pengalaman masa lalu yang membentuk kebiasaan, kapasitas diri sebagai akibat dari faktor pendidikan, pelatihan serta pengalaman hidup, maksud dan tujuan dari aktivitas komunikasi (Ma'arif, 2010:79).

Untuk kepentingan retorika, seorang pembicara (komunikator) dapat menggunakan 4 (empat) pola komunikasi, yakni berbicara langsung apa yang dipikirkan (*impromptu remark*), membaca naskah (*reading from manuscript*), menghafal (*memorizing the speech*), memaparkan dengan menggunakan catatan garis besarnya (*delivering extemporaneously*) (Hybels and Weaver II, 1992:339, dan Rakhmat, 1993:6-8).

Dalam komunikasi terdapat beberapa aspek, diantaranya persuasi dan efektif. Istilah persuasi bersumber dari bahasa latin, yaitu *persuasio* yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Persuasi merupakan usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan, berfokus terutama pada karakteristik komunikator dan komunikan. Sehingga komunikasi persuasi lebih jelasnya merupakan komunikasi yang berusaha untuk mengubah sikap komunikan melalui penggunaan pesan yang dilakukan komunikator.

K. Anderson menyatakan komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Menurut R. Bostrom komunikasi persuasif adalah perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah, memodifikasi atau membentuk respon (sikap atau perilaku) dari penerima pesan. Dalam pengertian yang lebih luas, persuasif dapat diartikan sebagai suatu proses mempengaruhi pendapat, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologi, sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri (Ilaihi, 2010:125).

Disamping itu, ada pula komunikasi efektif. Berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Oleh karena itu, dalam bahasa asing orang menyebutkan "*the communication is in tune*", yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi sama-sama mengerti apa pesan yang disampaikan. Wahyu Ilaihi mengemukakan dalam buku Komunikasi Dakwah (2010:157), menurut Steward L Tubbs komunikasi dapat dikatakan efektif apabila ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2000 beberapa orang yang berprofesi sebagai pedagang nasi goreng asal Kota Tegal Jawa Tengah ingin mendirikan sebuah perkumpulan antar sesama pedagang nasi goreng. Mereka diantaranya Solikhin, Zamroni, Mu'in, Dasuki, Hermanto, Aripin dan Tarjono. Mereka berangan-angan ingin mengadakan paguyuban atau perkumpulan sesama pedagang nasi goreng khususnya yang berasal dari Jawa Tengah yang tinggal di Kota Bandung. Namun tidak hanya perkumpulan atau paguyuban biasa, Solikhin khususnya menginginkan perkumpulan yang akan dibangun tersebut tidak lepas dari kegiatan-kegiatan keagamaan.

Disamping itu, Solikhin juga tidak menginginkan rekan-rekannya terjerumus dengan kegiatan yang tidak bermanfaat seperti berjudi dan menghambur-hamburkan waktu dan uang dengan hal-hal yang tidak bermanfaat. Seperti perkataannya pada wawancara yang dilakukan peneliti kepada ketua jamiyah Nurul Iman.

Setelah berjalan selama beberapa tahun, pada tahun 2007 perkumpulan ini hampir mengalami pembubaran, menurut informasi yang peneliti dapat dari wawancara dengan ketua jamiyah Nurul Iman, hal ini dikarenakan kurang antusias dari para anggota dan jama'ah dalam melaksanakan kegiatan serta faktor waktu dan keuangan. Keadaan ini berangsur selama 3 tahun. Dalam masa pasang surutnya perkumpulan jamiyah Nurul Iman, Bapak Solikhin lebih giat dalam mengajak rekan-rekannya untuk mengikuti perkumpulan jamiyah Nurul Iman dengan dibantu oleh rekan seperjuangannya dalam mendirikan organisasi jamiyah Nurul Iman.

Ada salah seorang teman dari Bapak Sholikhin yang bernama Agung Wibowo mengikuti perkumpulan jamiyah Nurul Iman. Beliau bekerja sebagai pegawai pajak di Jl. Cianjur No 1 Bandung. Dengan pengalamannya sebagai seorang yang aktif berkecimpung di organisasi, akhirnya beliau banyak memberikan masukan serta arahan kepada ketua jamiyah Nurul Iman untuk menjadikan jamiyah Nurul Iman bukan hanya sebagai perkumpulan biasa saja, namun lebih diperjelas dan lebih diseriiskan dalam sistem administrasinya.

Sejak tahun 2010 jamiyah Nurul Iman mulai mengalami kebangkitan kembali dan semakin berkembang dengan bertambahnya jumlah anggota atau jama'ah serta semakin erat hubungan antar pengurus dengan anggota. Hal ini tidak terlepas dari tujuan awal untuk mengurangi kegiatan negatif yang biasa dilakukan oleh para anggota sebelum masuk dalam organisasi ini.

Jamiyah Nurul Iman Kota Bandung memiliki visi mempererat tali silaturahmi antar pedagang di perantauan, berakhlakul karimah, amar ma'ruf nahyi munkar. Dan misi jamiyah Nurul Iman adalah mengajak dan mempersatukan saudara satu perantauan dalam sebuah perkumpulan keagamaan, melakukan syiar agama dalam setiap kegiatan, membantu sesama anggota dalam pemfasilitasan dana usaha.

Sejak berdirinya jamiyah Nurul Iman sampai dengan sekarang, Bapak Solikhin menjabat sebagai ketua. Untuk membantu kinerja ketua perlu adanya pihak lain seperti pembina yang dipegang oleh Agung Wibowo. Sekretaris jamiyah Nurul Iman Kota Bandung ada 2 orang, yaitu Zamroni dan Iwan. Bendahara dipercayakan kepada H. Wiryono. Kemudian terdapat seksi-seksi, seperti seksi agama yang dipegang oleh Ustad Toha dan H. Entang, humas oleh Tarjono dan Saroni, seksi acara oleh Ustad Toha, logistik oleh Dasuki dan Rudin, seksi konsumsi oleh Hermanto dan Arifin, serta seksi keamanan oleh Pardi dan Slamet.

Berdasarkan data keanggotaan jamiyah Nurul Iman Kota Bandung, jumlah anggota jamiyah Nurul Iman Kota Bandung sampai dengan bulan Juli 2016 ada 57 orang, jumlah tersebut termasuk pengurus serta anggota jamiyah Nurul Iman Kota Bandung. Berdasarkan profesi, jumlah anggota jamiyah Nurul Iman Kota Bandung, yaitu pedagang nasi goreng berjumlah 40 orang, tukang onde berjumlah 1 orang, tukang kios berjumlah 1 orang, tukang bakso berjumlah 4 orang, penjual sembako berjumlah 1 orang, tukang martabak berjumlah 1 orang, penjual perabot rumah tangga berjumlah 1 orang, warteg atau warung makan berjumlah 3 orang,

photografer berjumlah 1 orang, wirausaha berjumlah 1 orang, PNS berjumlah 1 orang, pensiunan PNS berjumlah 1 orang dan seorang TNI berjumlah 1 orang.

### **Program Kegiatan Organisasi Jamiyah Nurul Iman**

Dalam sebuah organisasi sudah menjadi kewajiban harus adanya sebuah kegiatan yang menjadi aktivitas dari organisasi tersebut. Organisasi jamiyah Nurul Iman selalu melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan. Program kegiatan jamiyah Nurul Iman Kota Bandung diantaranya pengajian rutin bulanan, simpan pinjam dana usaha, halal bi halal, bakti sosial.

*Pertama*, pengajian merupakan kegiatan berkumpulnya orang-orang muslim dalam sebuah forum atau majelis untuk membaca dan mengkaji ayat-ayat suci Al-Qur'an dan membacakan tahlil serta mempelajari ajaran Islam. Dalam pengajian ini terdapat tabligh atau ceramah yang disampaikan oleh seorang tokoh ulama (mubaligh) setelah membacakan ayat-ayat suci Al-Qur'an dan tahlil. Pengajian rutin ini dilaksanakan satu bulan sekali pada setiap malam Jum'at. Adapun tempat pelaksanaan pengajian rutin bulanan jamiyah Nurul Iman tidak hanya di satu tempat saja, tetapi bergilir di tempat anggota jamiyah Nurul Iman sesuai dengan kesepakatan pengurus dan anggota jamiyah Nurul Iman.

Pengajian rutin yang diselenggarakan jamiyah Nurul Iman dijadikan sebagai momentum untuk mendalami ajaran agama Islam. Dimana dalam kegiatan tersebut pengurus serta anggota atau jama'ah saling belajar tentang ilmu agama Islam yang dibimbing langsung oleh seorang juru dakwah. Menurut ketua jamiyah Nurul Iman, karena mayoritas anggota jamiyah Nurul Iman adalah pedagang, maka tingkat pemahaman agamanya tidak terlalu tinggi. Dengan adanya kegiatan keagamaan di jamiyah Nurul Iman dapat memberikan pemahaman terkait ilmu agama Islam kepada seluruh anggota jamiyah Nurul Iman serta sebagai evaluasi diri untuk berubah menjadi manusia yang lebih baik dalam kehidupan bermasyarakat.

Tausiah pada pengajian rutin yang diselenggarakan oleh jamiyah Nurul Iman disampaikan oleh Ustad Toha, dimana beliau adalah pengurus sekaligus anggota jamiyah Nurul Iman Kota Bandung. Disamping sebagai pedagang nasi goreng, beliau juga dikenal sebagai imam masjid di daerahnya serta terkadang diminta untuk ceramah ketika ada kegiatan keagamaan di lingkungan beliau tinggal. Selain Ustad Toha, H. Entang juga mendapatkan tugas untuk mengisi tausiah. Beliau merupakan sepuh di jamiyah Nurul Iman Kota Bandung. Menurut informasi yang peneliti

dapatkan dari hasil wawancara, dalam kehidupan sehari-hari H. Entang selalu mendapatkan panggilan untuk mengisi ceramah di daerah lain.

Terkadang jamiyah Nurul Iman juga mengundang seorang da'i atau ustad diluar anggota jamiyah Nurul Iman. Hal ini dilakukan untuk membuat suasana sedikit berbeda dari biasanya. Dengan adanya da'i yang di undang dari luar anggota jamiyah Nurul Iman, bertambah pula pengalaman serta dijadikan sebagai referensi dalam melakukan tabligh bagi da'i dalam anggota jamiyah Nurul Iman di masa yang akan datang. Pengajian rutin bulanan hanya berlangsung sepuluh kali dalam satu tahun. Pada saat bulan ramadhan pengajian rutin diliburkan dan satu bulan lebih setelah hari raya Idul Fitri juga masih libur.

*Kedua*, salah satu tujuan dibentuknya jamiyah Nurul Iman adalah untuk memfasilitasi barang dagangan atau dana usaha dengan sistem pinjaman melalui uang kas anggota jamiyah Nurul Iman. Karena mayoritas anggota jamiyah Nurul Iman berprofesi sebagai pedagang atau wiraswasta, maka simpan pinjam dana usaha dianggap sangat membantu dalam meringankan beban apabila anggota sedang mengalami kekurangan modal dalam usaha. Pemberian pinjaman kepada semua anggota jamiyah Nurul Iman dilakukan pada saat pertemuan terakhir pengajian rutin sebelum menginjak bulan ramadhan. Jadi, pada saat bulan ramadhan, jamiyah Nurul Iman tidak melakukan pengajian rutin bulanan seperti biasa dan satu bulan lebih selesai hari raya Idul Fitri.

Selain sebagai agenda kegiatan organisasi, simpan pinjam dana usaha bertujuan untuk membantu sesama anggota, menjaga tali silaturahmi antar pengurus dan anggota, serta merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk mendekatkan diri dengan anggota jamiyah Nurul Iman untuk tetap mengikuti jamiyah Nurul Iman.

*Ketiga*, halal memiliki makna mengikhhlaskan. Dengan kata lain halal bi halal dapat diartikan sebagai ungkapan untuk saling mengikhhlaskan atau saling maafkan satu sama lain. Halal bi halal merupakan tradisi bersilaturahmi dan saling memaafkan kepada setiap muslim setelah melaksanakan ibadah puasa pada bulan Ramadhan satu bulan lamanya. Sudah sepatutnya sebagai manusia yang mempunyai banyak dosa dan salah saling memaafkan satu sama lain. Datangnya hari raya Idul Fitri merupakan waktu yang tepat untuk mensucikan diri dari segala dosa antar sesama umat manusia, karena pada hari raya Idul Fitri Allah SWT mensucikan semua dosa-dosa hamba-Nya yang sungguh-sungguh mengharapakan ampunan

dari-Nya. Hal ini sejalan dengan pesan yang dibawa oleh ajaran Islam tentang tindakan saling memaafkan dalam interaksi sesama manusia.

*Keempat*, bakti sosial dilakukan dengan memberikan bahan-bahan pokok, pakaian, atau pun dapat berupa uang tunai. Setiap satu tahun satu kali jamiyah Nurul Iman melakukan bakti sosial kepada masyarakat yang membutuhkan. Jamiyah Nurul Iman melaksanakan bakti sosial setelah melakukan tabligh akbar di acara halal bi halal. Pelaksanaan bakti sosial dilakukan pada tempat yang berbeda setiap tahun. Karena kegiatan bakti sosial berbarengan dengan kegiatan halal bi halal, maka tempat serta sasaran bakti sosial adalah di tempat pelaksanaan halal bi halal serta masyarakat sekitar.

### **Pola Materi Tabligh Organisasi Jamiyah Nurul Iman**

Keberhasilan tabligh tidak terlepas dari pesan atau materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Pemilihan materi yang sesuai dengan kondisi mad'u menjadi dasar yang penting sebelum melaksanakan aktivitas tabligh dihadapan jama'ah. Seorang da'i harus pandai melihat kondisi mad'unya. Seiring dengan perkembangan zaman yang membuat kegiatan tabligh yang semakin variatif, da'i dituntut harus mampu menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan dan keadaan mad'unya. Sehingga dalam merumuskan materi tabligh, dapat memilah dan menyortir materi tabligh manakah yang sesuai dan tepat untuk membuat hati para mad'u menerima dan merealisasikan pesan tabligh yang nantinya akan disampaikan. Sebelum merumuskan materi tabligh pun harus mempersiapkan hal-hal yang menjadi pondasi awal dalam merumuskan suatu materi tabligh.

Menyikapi kondisi tersebut, jamiyah Nurul Iman mempersiapkan beberapa hal sebelum menyusun materi pokok tabligh yang nantinya akan dikembangkan dan dirumuskan kembali oleh H. Entang dan Ustad Toha selaku mubaligh yang bertugas menyampaikan ceramah pada kegiatan di jamiyah Nurul Iman. Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan materi tabligh, yaitu mencari sumber materi tabligh, merumuskan materi tabligh, dan kemudian mengklasifikasikan materi tabligh.

Dalam penyusunan materi tabligh sudah tentu harus memperhatikan sumber materi tabligh. Dari mana materi tabligh yang nantinya akan disusun secara terstruktur. Sumber utama ilmu tentang agama Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Al-Qur'an merupakan pedoman hidup seluruh umat manusia yang telah dijamin dan dijaga keasliannya oleh Allah SWT, Hadits

merupakan sumber kedua dalam Islam. Hadits merupakan penjelasan-penjelasan dari Nabi dalam merealisasikan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an. Maka, dalam hal ini untuk memperoleh materi tentang agama Islam tinggal mengkaji nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an serta didukung dengan perbuatan atau perkataan Nabi Muhammad SAW.

Selanjutnya yang dilakukan adalah mencari ayat-ayat Al-Qur'an atau informasi yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadist yang kemudian dirumuskan menjadi beberapa pokok materi. Setelah didapatkan informasi dan dasar hukum dari pokok materi tersebut dilakukanlah pengklasifikasian materi tabligh. Pengklasifikasian memiliki fungsi untuk menempatkan atau menyortir materi-materi yang sejenis atau memiliki kesamaan isi.

Dalam kegiatan pengajian rutin bulanan, pengklasifikasian materi tabligh dapat dibagi dalam beberapa jenis, diantaranya mengenai aqidah, akhlak, ukhuwah, sosial, masyarakat dan amar ma'ruf nahi munkar. Selayaknya sebagai seorang pedagang sekaligus paguyuban pedagang yang merantau di Bandung, maka materi tabligh tersebut dianggap sesuai dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam di dalam organisasi tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti dapat melalui observasi langsung, peneliti melihat pada beberapa aktivitas tabligh yang dilakukan oleh mabaligh jamiyah Nurul Iman Kota Bandung yaitu Ustad Toha dan H. Entang dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

*Pertama*, pada pengajian rutin bulanan, Ustad Toha menyampaikan materi tabligh dengan topik tentang ibadah. Ibadah yang disampaikan dalam ceramah tersebut adalah tentang sholat. Setiap muslim diwajibkan untuk melaksanakan sholat.

Ustad Toha menyampaikan materi dengan menggunakan bahasa yang mengajak untuk melaksanakan perintah Allah SWT. Pemilihan materi tersebut berdasarkan atas aktivitas para pedagang yang menggunakan banyak waktunya untuk mencari rezeki. Tidak sedikit dari kebiasaan pedagang yang lalai melaksanakan ibadah seperti sholat. Maka dari itu, materi tersebut dianggap dapat mengingatkan para jama'ah yang mayoritas adalah seorang pedagang untuk lebih meningkatkan ibadah sholat lima waktunya.

*Kedua*, ceramah yang dilakukan oleh Ustad Toha dengan tema amal shaleh. Amal shaleh yang disebutkan dalam ceramah tersebut tentang silaturahmi. Disamping sebagai pesan-pesan keislaman, materi silaturahmi disampaikan untuk lebih mempererat rasa kekeluargaan yang dibangun melalui jamiyah Nurul Iman Kota Bandung.

*Ketiga*, ceramah yang dilakukan oleh H. Entang dengan tema amar ma'ruf nahi munkar. H. Entang merupakan tokoh agama sekaligus sepuh di jamiyah Nurul Iman. Beliau banyak menyampaikan ajakan-ajakan untuk selalu berbuat baik kepada sesama manusia. Disamping itu, H. Entang selalu mengingatkan kepada para jama'ah untuk menjauhi segala perbuatan buruk yang dahulu ada atau pernah diperbuat. Karena setiap perbuatan yang buruk akan mendatangkan akibat yang buruk pula kepada diri sendiri.

Dari ketiga tema ceramah hasil aktivitas tabligh di atas, peneliti melihat materi tabligh yang disampaikan masih bersifat umum, namun arah dari materi yang disampaikan merupakan hal-hal yang berbentuk amalan dalam perilaku sehari-hari dan berhubungan dengan kehidupan bermasyarakat supaya terbentuk akhla yang baik (*akhlakul karimah*).

### **Pola Metode Tabligh Organisasi Jamiyah Nurul Iman**

Pola metode tabligh yang berdasarkan dari komunikasi secara materi dilihat dari mubaligh yang melakukan ceramah, sedangkan secara aksi merupakan pola metode tabligh yang dilihat dari bentuk kegiatan tabligh yang dilakukan organisasi jamiyah Nurul Iman. Pola metode tabligh secara aksi dapat dilihat dari bentuk-bentuk kegiatan tabligh seperti silaturahmi, paguyuban dan gotong royong.

*Pertama*, silaturahmi atau menyambungkan tali persaudaraan merupakan amalan yang sangat mulia. Berkaitan dengan keutamaan silaturahmi ini, Baginda Rasulullah SAW bersabda: "*Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya menyambungkan tali silaturahmi*". Kemudian hadits yang lain juga mengatakan: "*Barang siapa yang suka atau ingin dipanjangkan umurnya dan diluaskan rizkinya, hendaknya menyambungkan tali silaturahmi*". Tentunya banyak lagi hadits-hadits lain yang mengutarakan pentingnya menjalin tali silaturahmi di antara sesama muslim.

Bagi organisasi jamiyah Nurul Iman, silaturahmi merupakan salah satu metode dalam melaksanakan kegiatan dakwah. Ada dua cara silaturahmi yang dilakukan dalam organisasi jamiyah Nurul Iman. Pertama, dengan cara mendatangi jama'ah atau anggota jamiyah Nurul Iman di setiap pangkalan usahanya. Hal ini dilakukan apabila jama'ah atau anggota sedang mengalami kesulitan atau musibah. Salah seorang atau beberapa orang pengurus jamiyah diutus oleh ketua untuk berkunjung. Kedua, dengan adanya pengajian rutin bulanan. Setiap satu bulan sekali organisasi jamiyah Nurul Iman mengadakan pertemuan rutin dengan seluruh jama'ah atau anggota yaitu dalam kegiatan pengajian. Hal ini merupakan salah satu

metode untuk bersilaturahmi dengan semua jama'ah, baik itu anggota atau pengurus jamiyah Nurul Iman. Karena tidak mungkin pengurus mendatangi satu persatu jama'ah atau anggota dalam silaturahmi di tempat usaha setiap anggota, maka dengan cara ini semua jajaran pengurus serta jama'ah atau anggota jamiyah Nurul Iman dapat berkumpul dan bersilaturahmi.

Selain itu, metode silaturahmi diterapkan melalui kegiatan halal bi halal yang dilakukan jamiyah Nurul Iman setiap tahun. Dasar acara halal bi halal dalam jamiyah Nurul Iman adalah menyambung tali silaturahmi antar sesama anggota jamiyah Nurul Iman serta masyarakat di lokasi acara halal bi halal.

*Kedua*, metode paguyuban. Paguyuban dapat dikatakan sebagai persekutuan atau kebersamaan aneka ragam orang, dimana anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah. Dapat dikatakan demikian karena dasar hubungan antara mereka adalah rasa cinta dan rasa persatuan batin. Hal ini dapat dilihat dari nilai-nilai umum yang terdapat di dalam sebuah paguyuban, yaitu semangat kebersamaan, sehat dan sejahtera dalam suka dan duka untuk melaksanakan tugas, memiliki kepekaan dan bertindak saling kasih mengasihi, bentuk kehidupan bersama yang menghayati solidaritas dan toleransi dalam memaafkan segala perbedaan untuk mencapai tujuan bersama.

Berkaitan dengan hal tersebut, melalui metode paguyuban kegiatan tabligh yang disampaikan dalam sebuah paguyuban berpotensi besar akan menghasilkan efektivitas tabligh yang baik. Maka dari itu jamiyah Nurul Iman mengajak anggota atau jama'ah lain dengan berdasarkan kepada nilai-nilai yang terkandung dalam paguyuban tersebut. Seperti yang telah peneliti jelaskan, anggota jamiyah Nurul Iman Kota Bandung mayoritas berasal dari Jawa Tengah, terutama dari Kota Tegal yang merantau di Kota Bandung. Disamping itu, mayoritas profesi anggota jamiyah Nurul Iman adalah sebagai pedagang. Sudah dapat dilihat secara jelas pengurus serta anggota jamiyah Nurul Iman memiliki satu perjuangan yang sama. Dengan menggunakan metode paguyuban, jamiyah Nurul Iman merealisasikan aktivitas tabligh dalam kegiatan pengajian rutin dan kegiatan halal bi halal.

*Ketiga*, metode gotong royong. Dalam kehidupan bermasyarakat, manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup tanpa adanya bantuan atau hubungan dari orang lain. Dengan bergotong royong segala pekerjaan atau urusan dapat diselesaikan dengan mudah. Gotong royong berarti bekerja bersama-sama untuk mencapai hasil yang diharapkan. Dalam hal

ini, gotong royong yang dimaksud adalah bukan membersihkan lingkungan secara bersama-sama atau sejenisnya, namun gotong royong yang dimaksud adalah bekerja bersama-sama membuat acara tabligh seperti halnya dalam acara halal bi halal, mengumpulkan dana untuk digunakan membantu jama'ah atau orang lain yang sedang mengalami kesulitan. Dengan mengusung nilai gotong royong, rasa kebersamaan serta kekompakan antar sesama manusia akan terbangun.

Salah satu metode tabligh yang dilakukan oleh jamiyah Nurul Iman adalah dengan menerapkan nilai-nilai gotong royong, dimana tabligh yang dilakukan adalah berlandaskan kepada nilai-nilai kebersamaan. Melalui kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama, pesan tabligh yang disampaikan mubaligh akan mudah sampai kepada hati muballaghnya. Aplikasi metode gotong royong diterapkan pada jamiyah Nurul Iman pada kegiatan simpan pinjam dana usaha dan bakti sosial.

Simpan pinjam dana usaha mengandalkan bantuan dari semua anggota jamiyah Nurul Iman, dengan adanya uang dari hasil iuran setiap anggota dapat digunakan untuk membantu anggota lain ketika membutuhkan uang yang sifatnya mendadak. Berbarengan dengan kegiatan tersebut seorang mubaligh menanamkan pesan-pesan keislaman kepada semua anggota jamiyah Nurul Iman melalui nasihat-nasihat singkat. Hasilnya dengan menerapkan metode gotong royong yang berbentuk simpan pinjam dana usaha akan membuat anggota saling terbantu dan tersentuh hatinya untuk melaksanakan pesan-pesan yang terus disampaikan mubaligh kepada semua anggota jamiyah Nurul Iman.

Disamping itu, penerapan metode gotong royong dalam tabligh terdapat pula pada kegiatan bakti sosial yang dilakukan oleh jamiyah Nurul Iman. Mulai dari pengumpulan dana sampai dengan pelaksanaan kegiatan dilakukan bersama-sama dengan seluruh anggota jamiyah Nurul Iman. Dengan rasa kebersamaan yang sudah melekat pada hati setiap anggota, penyampaian pesan agama Islam kepada seluruh anggota serta masyarakat dianggap lebih efektif.

Hal ini tentunya tidak terlepas dari komunikasi yang mampu mempengaruhi seluruh anggota jamiyah Nurul Iman serta pendekatan yang disusun secara sistematis untuk mendapatkan hati seluruh jama'ah serta anggota jamiyah Nurul Iman untuk mengaplikasikan pesan-pesan keagamaan yang disampaikan.

### **Pola Komunikasi antara Da'i dan Jama'ah Jamiyah Nurul Iman**

Seperti yang sudah dijelaskan mengenai pola tabligh yang sama kaitannya dengan pola komunikasi, pola tabligh merupakan representasi dari sebuah fenomena tabligh dengan menonjolkan unsur-unsur tabligh tersebut. Pada dasarnya kegiatan tabligh merupakan kegiatan komunikasi, karena pada proses tabligh unsur yang paling berpengaruh adalah komunikasi, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh da'i atau mubaligh kepada mad'u atau yang biasa disebut muballagh. Pola komunikasi memberikan gambaran mengenai tingkah laku dalam suatu sistem karena pola komunikasi menyediakan konteks untuk memahami tingkah laku yang spesifik.

Dalam hal ini yang berperan sebagai da'i dari organisasi jamiyah Nurul Iman yaitu Ustad Toha dan H. Entang. Beliau merupakan seorang da'i sekaligus seorang tokoh ulama dalam jamiyah Nurul Iman. Melalui pidato atau ceramah, mad'u manafsirkan tindakan verbal dan nonverbal dari mubaligh tentang nilai-nilai keagamaan yang terdiri dari nilai sosial dan agama. Tindakan verbal merupakan ucapan atau kata-kata yang diucapkan dan mudah dimengerti, sedangkan tindakan nonverbal mengacu kepada tindakan, raut wajah, pakaian dan situasi lingkungan.

Pola komunikasi yang dilakukan oleh Ustad Toha yaitu *delivering extemporaneously* dan *impromptu remark*. Beliau menggabungkan pola komunikasi dakwah *delivering extemporaneously* dan *impromptu remark*. Sebelum beliau berdakwah, beliau membuat poin-poin yang berisi garis besar materi yang akan disampaikan. Kemudian pada saat berdakwah, Ustad Toha memaparkan atau menguraikan poin-poin tersebut sesuai dengan apa yang beliau ingat. Pesan-pesan yang disampaikan oleh Ustad Toha bersifat emosional, namun tidak meninggalkan aspek rasional, khususnya dalam dunia usaha atau bisnis.

Komunikasi yang dilakukan Ustad Toha pada dasarnya mengandung unsur-unsur persuasif. Karena pada saat beliau berceramah menggunakan komunikasi yang dapat mempengaruhi jama'ah yang mayoritas adalah perkumpulan orang-orang pedagang dengan menyisipkan motivasi-motivasi sukses dalam dunia usaha ditengah-tengah ceramah. Tidak hanya membicarakan mengenai dunia usaha saja, Ustad Toha juga selalu mengingatkan jama'ah untuk selalu menjaga tali silaturahmi antar anggota jamiyah Nurul Iman dengan menyampaikan keutamaan-keutamaan silaturahmi.

Sementara itu, H. Entang menggunakan pola komunikasi *impromptu remark*, yaitu berbicara secara langsung apa yang dipikirkan dalam aktivitas

tablighnya. H. Entang yang di pandang sepuh dalam jamiyah Nurul Iman sering membaca buku-buku tentang akidah, fiqh, tasawuf, dan lain sebagainya. Menurutnya membaca buku merupakan gerbang untuk memperoleh wawasan mengenai ilmu agama Islam. Dengan pengalaman dan jam terbang beliau selama berkecimpung sebagai mubaligh, H. Entang tidak merasa canggung dalam berdakwah. Walaupun materi yang disampaikan dalam berdakwah mengalir sesuai dengan apa yang beliau kehendaki, namun tetap relevan dengan tema pokok yang dibahas.

Komunikasi yang dilakukan oleh H. Entang dalam proses ceramahnya merupakan komunikasi yang bersifat persuasif. Beliau selalu mengajak dan mengingatkan jama'ah untuk selalu meninggalkan perbuatan-perbuatan negatif yang masih terlihat dilakukan oleh para jama'ah, serta mempengaruhi jama'ah dengan menggunakan perkataan yang dapat menyentuh hati untuk selalu mengajak sesama manusia melakukan perbuatan-perbuatan yang diridhai Allah SWT.

Untuk mencapai tujuan tabligh yang diharapkan dalam proses penyampaian pesan-pesan tabligh, mubaligh melakukan pendekatan-pendekatan dengan jama'ah (Saepuloh, 2009). Dalam proses komunikasi dengan jama'ah, mubaligh melakukan interaksi langsung dengan jama'ah. Menurut pengamatan yang dilakukan peneliti, baik itu Ustad Toha atau H. Entang kerap kali mengajak ngobrol atau berdialog dengan jama'ah. Hal ini dilakukan diluar kegiatan ceramah.

Dari hasil wawancara dengan Ustad Toha, beliau menyebutkan hal demikian dilakukan untuk membangun komunikasi yang baik dengan jama'ah. Dengan saling bercakap-cakap tentunya akan menimbulkan pendekatan dengan jama'ah. Maka dengan demikian sedikit hal yang ada dalam diri jama'ah akan diketahui oleh Ustad Toha selaku mubaligh. Menurut ini merupakan komunikasi untuk mendekatkan diri dengan jama'ah supaya beliau dapat mengetahui bagaimana tindakan yang akan dilakukan pada saat menyampaikan pesan-pesan tabligh.

## **PENUTUP**

Organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung memiliki program kegiatan khususnya kegiatan dalam bidang keagamaan seperti pengajian rutin bulanan, simpan pinjam dana usaha, halal bi halal, dan bakti sosial. Sebelum menentukan materi tabligh yang akan disampaikan oleh mubaligh dalam jamiyah Nurul Iman, pengurus mengklasifikasikan materi tabligh yang

sesuai dengan kondisi jama'ahnya. Klasifikasi materi tabligh diantaranya adalah tentang aqidah, akhlak, ukhuwah, sosial, masyarakat dan amar ma'ruf nahi munkar. Setelah pengklasifikasian selesai disusun, maka akan dikembangkan oleh Ustad Toha dan H. Entang selaku mubaligh di jamiyah Nurul Iman Kota Bandung. Pada realisasi kegiatan tablighnya mubaligh banyak mengajak jama'ah untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik. Seperti pada ceramah dengan topik ibadah, amal shaleh dan amar ma'ruf nahi munkar. Dalam beberapa topik ceramah di atas, mubaligh banyak menggunakan kata-kata yang mengajak jama'ah untuk melaksanakan apa yang disampaikan oleh mubaligh serta menggunakan bahasa yang dianggapnya sehati dengan para jama'ah. Hal ini sesuai dengan komunikasi persiasif dan efektif yang dilakukan oleh mubaligh dalam melaksanakan aktivitas tablighnya, yaitu untuk mempengaruhi perbuatan dan tingkah laku jama'ah ke arah yang lebih baik. Pola metode tabligh organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung diantaranya metode silaturahmi, metode paguyuban dan metode gotong royong. Pola komunikasi yang dilakukan oleh Ustad Toha yaitu *delivering extemporaneously* (memaparkan dengan menggunakan catatan garis besarnya) dan *impromptu remark* (berbicara langsung apa yang dipikirkan). Sedangkan H. Entang menggunakan pola komunikasi *impromptu remark* (berbicara langsung apa yang dipikirkan). Selain itu komunikasi yang dilakukan oleh Ustad Toha dan H. Entang kepada jama'ah Nurul Iman menggunakan komunikasi persuasif, yaitu dengan mempengaruhi para jama'ah dengan tujuan untuk merubah tingkah laku jama'ah kearah yang lebih baik dalam kehidupan beragama dan bermasyarakat.

Setelah melakukan penelitian, peneliti melihat dan merasakan sendiri beberapa kegiatan jamiyah Nurul Iman. Dalam prakteknya kegiatan keagamaan yang dilaksanakan sudah termasuk dalam kategori baik. Banyak nilai-nilai yang terkandung dari setiap kegiatan yang dilaksanakan. Namun alangkah lebih baiknya kegiatan-kegiatan keagamaan jamiyah Nurul Iman Kota Bandung lebih ditingkatkan, serta dalam sistem administratif seperti surat menyurat, daftar hadir dan lain sebagainya lebih di tata kembali. Untuk lembaga akademisi, diharapkan adanya temuan teori-teori baru yang mampu membantu pandangan para akademisi dalam meneliti kajian-kajian tabligh yang semakin hari semakin kompleks dan unik. Dengan adanya teori-teori yang baru akan lebih memudahkan para akademisi dalam menyelesaikan tugas yang berhubungan dengan teori dalam penelitian ini.

Bagi peneliti yang akan datang dan akan meneliti kembali mengenai organisasi jamiyah Nurul Iman Kota Bandung, diharapkan mampu menutupi kekurangan dan menambahkan hal yang baru dari skripsi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Enjang AS., & Aliyudin. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Fatoni, U (2008). Membangun Kredibilitas Mubaligh, Meraih Kepercayaan Jamaah Menuju Keberhasilan Tabligh. *ANIDA* 8 (1) 1-12.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kusnawan, A. (2004). *Ilmu Dakwah, Kajian Berbagai Aspek*. Bandung: Pustaka Bani Qurasy.
- Ma'arif, B. S.. (2010). *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Muhyiddin, A. (2002). *Method Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, D. (2001). *Nuansa–Nuansa Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saepuloh, U. (2009). Model Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 4 (14) 657-688.
- Sukayat, T. (2008). *Nasehat Mancar Dina Mimbar*. Bandung: Kaisar.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Tabligh*. Surabaya: Al-Ikhlâs.



## Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah

Ulfa Fauzia Zahra<sup>1\*</sup>, Ahmad Sarbini<sup>2</sup>, & Asep Shodiqin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

<sup>2</sup>Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email: [ulfafauziyahra17@gmail.com](mailto:ulfafauziyahra17@gmail.com)

### ABSTRAK

Tulisan ini membahas tentang tema pokok dan kategorisasi pesan dakwah serta makna pesan dakwah dalam postingan akun instagram islamiposter. Metode yang digunakan adalah analisis isi terhadap postingan akun Instagram islamiposter. Dari total 200 postingan pada akun instagram Islamiposter periode 1 Juni 2016 hingga 30 Juni 2016 diambil sebanyak 20 sampel postingan yang dijadikan sebagai data untuk dianalisis. Hasil penelitian menemukan terdapat pesan dengan kategori akidah sejumlah 4 postingan, pesan dengan kategori ibadah 8 postingan, dan pesan dengan kategori akhlak 8 postingan.

**Kata Kunci :** Dakwah; Pesan; Instagram.

### ABSTRACT

*This paper discusses the main theme and kategorisasi message da'wah and the meaning of message da'wah in post account islamiposter instagram. The method used is the content analysis of post account Instagram islamiposter account. Of the total 200 posts on the account instagram islamiposter period 1 June 2016 to 30 June 2016 taken as many as 20 post samples are used as data for analysis. The results found there are messages with the category akidah a number of 4 posts, the message with the category of worship 8 postings, and messages with the category of morals 8 posts.*

**Keywords:** Da'wah; Message; Instagram.

## PENDAHULUAN

Seiring kemajuan zaman, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah pengikut, metode, dan media yang digunakan oleh para penggerak dakwah itu sendiri. Hal ini tidak lepas dari zaman yang serba modern ini, dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media yang efisien dan mudah. Salah satunya adalah dengan munculnya internet yang diikuti oleh munculnya media-media sosial seperti facebook, twitter, line, path, instagram, dan lain sebagainya. Media sosial tersebut memudahkan orang untuk berkomunikasi di mana fungsinya hampir sama dengan SMS atau melakukan panggilan telepon.

Instagram adalah salah satu sarana yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Pengguna instagram di Indonesia 59 persen adalah anak muda usia 18-24 tahun yang terdidik dan mapan. Temuan lain yang dilakukan oleh TNS, sebuah lembaga riset dari Inggris, mengenai studi "Pengguna Instagram di Indonesia, yaitu 88 persen pengguna menggunakan filter dan 97 persen menggunakan fitur search untuk mencari informasi yang lebih spesifik, 97 persen menuliskan komentar pada postingan dan menandai (mention) teman-teman mereka yang mendorong proses pencarian di instagram, 85 persen pengguna di Indonesia juga memposting di media sosial lainnya langsung dari instagram (cross posting), mode dan teknologi menjadi produk yang paling populer diantara para pengguna instagram di Indonesia, masyarakat Indonesia menggunakan instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman saat bepergian, dan mencari informasi dan tren terbaru, kategori konten yang paling banyak dibagikan di instagram: selfie, makanan yang dimakan, barang yang dibeli, barang yang mau dijual, foto atau video dari keluarga, peristiwa khusus, binatang peliharaan, alam terbuka, tempat-tempat yang pernah dikunjungi, foto atau video dari perjalanan, kutipan atau meme, dan foto atau video yang ditemukan secara daring.

Fenomena yang terjadi pada kehidupan masyarakat sehari-sehari dalam penggunaan media sosial khususnya instagram adalah para penggunanya hanya menggunakan instagram sebagai ajang atau sarana

untuk mendapatkan pujian dan memamerkan harta atau lain sebagainya melalui foto yang mereka unggah. Sehingga masyarakat khususnya anak muda lebih banyak mendapatkan kemadharatan dibandingkan kemaslahatan dari perkembangan teknologi saat ini.

Dalam menghadapi fenomena yang banyak terjadi di lingkungan sehari-hari tersebut dan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang begitu cepat dan sangat dinamis ini, para da'i atau aktivis dakwah harus betul-betul bisa memanfaatkan media sosial, merubah tantangan menjadi suatu peluang dalam melakukan aktifitas dakwahnya (Syamsudin RS, 2009).. Kebutuhan masyarakat saat ini yang sangat tergantung pada kebutuhan informasi setidaknya bisa menjadi jalan dalam meng-syiarkan hal-hal kebaikan. Setiap da'i atau aktifis dakwah juga seharusnya dapat menciptakan konten-konten yang mengandung unsur syiar, sehingga para pengguna media sosial khususnya instagram yang para penggunanya didominasi oleh anak muda tidak hanya menggunakan instagram untuk kemadharatan tetapi juga mereka bisa mendapatkan ajakan kebaikan, hidayah atau renungan dari akun instagram yang berisi konten syi'ar yang dikemas secara menarik sehingga tidak membuat mereka merasa bosan untuk melihat atau membacanya. Tidak hanya membagikan sesuatu yang sudah ada tapi juga menjadi creator konten-konten agar banyaknya alternatif bacaan yang menyejukkan bagi para pengguna media sosial lainnya.

Akun islamiposter ialah salah satu dari beberapa akun instagram yang berisikan konten-konten islami. Namun yang berbeda dari akun islamiposter dibandingkan akun-akun instagram lainnya yaitu akun islamiposter menggunakan desain visual yang menarik. Selain itu, akun islamiposter selalu *update* dengan tema yang berbeda-beda sehingga para pengikutnya dapat belajar serta memahami Islam secara luas.

Dalam postingan akun instagram islamiposter terkandung banyak materi-materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu banyak seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan enak untuk dilihat dan dibaca.

Segmentasi akun islamiposter ini adalah kalangan remaja dan anak muda sehingga akun tersebut memang sengaja membuat visual dan bahasa yang semenarik dan sesederhana mungkin dengan tetap menggunakan Al-Quran dan Hadits sebagai sumbernya.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk menjadikan akun islamiposter

sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini masalah yang diangkat yaitu mengenai bagaimana tema pokok dan kategorisasi pesan dalam postingan akun instagram islamiposter serta makna pesan dakwah yang terkandung di dalamnya. Dan dalam menyelesaikan masalah yang diangkat tersebut, penulis menggunakan teori makna model Alston yaitu berupa teori acuan, teori ideasional dan teori tingkah laku.

## LANDASAN TEORITIS

Dakwah, secara bahasa (etimologi) merupakan kata dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata : *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti seruan, panggilan, undangan, atau do'a. Secara etimologis kata dakwah berarti (1) Memanggil; (2) Menyeru; (3) Menegaskan atau membela sesuatu; (4) Perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu; dan (5) memohon dan meminta, atau do'a. Artinya proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan, seruan, undangan, untuk mengikuti pesan tersebut atau menyeru dengan tujuan untuk mendorong seseorang supaya melakukan cita-cita tertentu. Oleh karena itu dalam kegiatannya ada proses mengajak, maka orang yang mengajak disebut da'i dan orang yang diajak disebut mad'u.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan yang di dalamnya melibatkan unsur-unsur tertentu dalam membentuk sebuah sistem yang saling berhubungan secara sistematis dan fungsional untuk mencapai tujuan dakwah. Unsur dakwah yang dimaksud adalah unsur yang pokok dalam pelaksanaan dakwah, yang secara minimal harus ada. Unsur-unsur dakwah yang pokok tersebut yaitu : da'i, mad'u, materi, media, metode.

Da'i (Subjek Dakwah) sekarang harus dapat mengikuti perkembangan zaman. Tak lepas dari uraian itu seorang da'i harus dapat memanfaatkan teknologi informasi mutakhir yaitu media massa, karena penggunaan media massa oleh para da'i menjadi sangat vital. (Rakhmat, 2000: 72). *Mad'u* (Objek Dakwah) menurut Slamet Muhaimin (1994:53) sebagai objek dakwah dilihat dari aspek psikologis dapat dibedakan dalam berbagai persifatan, diantaranya : 1) Sifat-sifat kepribadian yaitu adanya sifat penakut, suka bergaul dan suka menyendiri, pemarah serta pembohong. 2) Intelegensia, yaitu memiliki kecerdasan mencakup di dalamnya kewaspadaan, keunggulan di dalam mengambil keputusan, kecepatan berpikir, mengolah kesan-kesan, dll. 3) Pengetahuan (*knowledge*). 4) Keterampilan (*skill*). 5) Nilai-nilai (*values*). 6) Peranan (*roles*).

*Mandu'* (Materi/Pesan Dakwah) yaitu pesan dapat berwujud tinta di

atas kertas, gelombang radio di udara, daya tekan dalam aliran listrik, lambaian tangan, kibaran bendera, atau tanda-tanda lain yang jika ditafsirkan memiliki arti tertentu. Sasaran dapat merupakan seseorang yang sedang mendengarkan ceramah, penonton sepak bola, atau anggota kelompok khusus yang disebut kita massa seperti pembaca surat kabar atau penonton televisi (Kustandi, 2001:4). Hal pokok dalam isi materi/pesan dakwah itu harus mengandung tiga unsur diantaranya : Pesan Akidah. Pengertian akidah adalah beriman kepada Allah, kepada para malaikat-Nya, kepada para Nabi-Nya, para Rasul-Nya, dan kepada hari akhir serta kepada qadha dan qadar yang baik maupun yang buruk. (Abu Bakar, 2009:76). Pesan Ibadah, Ibadah secara bahasa (etimologi) berarti merendahkan diri serta tunduk. Sedangkan menurut *syara'* (terminologi) ibadah mempunyai banyak definisi tetapi makna dan maksudnya satu diantaranya adalah merendahkan diri kepada Allah, yaitu tingkatan tunduk paling tinggi. Pesan Akhlak, Akhlak yaitu menyangkut tata cara bagaimana seseorang melakukan hubungan dengan khaliqnya dan dengan sesamanya. Akhlak merupakan esensi yang pokok dalam ajaran Islam, karena dengan akhlak akan terbina mental dan jiwa seseorang untuk memiliki hakekat kemanusiaan yang tinggi. (Asmuni, 1983: 60).

*Wasilah* (Media Dakwah) adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan alat untuk kegiatan dakwah dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Media yang digunakan tentunya harus sesuai dengan metode dakwah (disesuaikan dengan kebutuhan), sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan rapi dan tepat. Uslub (Metode Dakwah) bermacam-macam bergantung pada situasi dan kondisi, esensinya ada pada efektivitas dan efisiensi sampai informasi (pesan dakwah) kepada sasaran. Slamet (1994:80-86) telah membagi metode dakwah menjadi beberapa bagian. Pertama, metode dari segi cara yang terbagi ke dalam dua bagian, yaitu : cara tradisional dan cara modern. Cara tradisional yaitu dengan ceramah, sedangkan cara modern dengan cara diskusi, seminar, an lain sebagainya. Kedua, metode dari segi cara penyampaian, yaitu penyampaian langsung dan tidak langsung, seperti contoh langsung dengan cara tatap muka, dimana da'i saling berhadapan, lalu metode tidak langsung dengan menggunakan perantara seperti media cetak, televisi, radio, dan sebagainya. Ketiga, metode dari segi penyampaian isi yang mencakup pada penyampaian isi pesan bertahap dan secara sereak.

Kegiatan dakwah dengan unsur-unsurnya tersebut juga bisa ditemukan dalam media sosial. media sosial berasal dari beberapa literatur

penelitian (lihat Fuchs, 2014:35-36) : 1) Menurut Mandiberg (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). 2) Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. 3) Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Dari beberapa definisi atau pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Rulli, 2016:11).

Salah satu bentuk media sosial adalah instagram Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram (Wikipedia).

Melihat perkembangan dan pengguna media sosial khususnya Instagram di Indonesia, maka Instagram tidak hanya dijadikan ajang untuk hanya berbagi foto pribadi. Namun bisa dijadikan ajang menebar kebaikan salah satunya dengan berdakwah. Perkembangan teknologi tidak lagi menjadikan dakwah hanya dilakukan di atas mimbar dan majelis taklim. Penggunaan media sosial bisa jadi pertimbangan sebagai sarana dan strategi dakwah.

Tak sekedar untuk bersilaturahmi, media sosial merupakan wahana yang tepat dan efektif untuk berdakwah. Hal ini karena media sosial ini

digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalanganusia dan profesi di seluruh dunia. Dakwah pun bisa dilakukan di manapun dan kapanpun.

Menurut trainer media sosial Hilal Achmad "Media sosial memang tempat yang cocok untuk berdakwah". Melalui media sosial, menurutnya, dakwah bisa tersampaikan dengan baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara-acara keislaman. Hal ini dimungkinkan karena masyarakat, dalam hal ini para pemilik akun media sosial, berada dalam situasi 'tidak dipaksa'.

Namun, para pendakwah harus memiliki strategi yang bagus agar dakwahnya dapat selalu dibaca dan diikuti masyarakat. Salah satu strateginya yaitu materi dakwah harus relevan dengan masalah atau isu yang sedang menjadi pembicaraan hangat masyarakat. Pendakwah harus *update* dan tanggap dengan apa yang terjadi, terutama apa yang terjadi pada masa kini, agar masyarakat dan dai tidak ada jarak.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tema Pokok dan Kategorisasi Pesan**

Tema-tema pokok dalam postingan akun islamiposter dikategorikan kepada tiga kategori sesuai dengan materi pesan dakwah yang pokok sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, yakni akidah, ibadah, akhlak.

Setelah dianalisis terhadap data-data penelitian yaitu posingan-postingan akun islamiposter periode 1 Juni hingga 30 juni 2016 serta melalui wawancara dengan Mar'ie Ahmad selaku admin atau pengurus akun islamiposter sekaligus anggota *muslim design community*, dapat diketahui tema-tema pokok yang terdapat dalam setiap postingannya. Setelah dikelompokkan dari jumlah 20 postingan yang dianalisis terdapat 4 postingan berupa pesan akidah, 8 postingan berupa pesan ibadah dan 8 postingan berupa pesan akhlak

### **Makna Pesan Dakwah dalam Instagram Islamiposter**

Makna pesan poster dalam akun Instagram Islamiposter berdasarkan hasil penelitian ditemukan terdiri atas pesan akidah, ibadah, dan akhlak. *Pertama*, Pesan Akidah. Ada banyak manusia yang ingin bertaubat kepada Allah SWT, memperbaiki diri dan memantapkan hati untuk taat. Tetapi ketika dia mengingat dosa dimasa lalu, ketika orang-orang mengungkit keburukannya dimasa lalu, dia berputus asa, menyerah dan tidak

bersemangat karena dia memandang dirinya sangat kotor dan penuh dengan dosa.



Gambar 1. Postingan mengenai bertaubat atas dosa-dosa dimasa lalu.

Postingan dalam gambar 1 menjelaskan rasa berputus asa, mudah menyerah dan tidak bersemangat dalam bertaubat itu adalah cara setan untuk memalingkan kita dari Allah SWT dari menjalankan perintah-Nya dan dari berbuat kebaikan.

Allah SWT berfirman dalam QS. Az Zumar 53 :

Katakanlah: "Hai hamba-hamba-Ku yang malampaui batas terhadap diri mereka sendiri, janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya. Sesungguhnya Dialah Yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 464)

Berkaitan dengan firman Allah tersebut, sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak dan akidah. Postingan akun islamiposter di atas berusaha mengingatkan dan mengajak umat muslim untuk bertaubat kepada Allah SWT atas segala dosa-dosanya dimasa lalu dan menghiraukan orang yang berusaha mengungkit keburukannya, justru hal tersebut seharusnya dapat dijadikan motivasi untuk lebih bersemangat dalam bertaubat dan menggapai ridho Allah SWT, bukannya malah merasa rendah diri, berputus asa lalu melupakan dosa-dosanya dimasa lalu.



Gambar 2. Postingan mengenai keistimewaan wanita

Postingan dalam gambar 2 berisi pesan “Perempuan itu memukau saat kecil, membuka pintu surge ayahnya. Saat dewasa menyempurnakan agama suaminya. Saat jadi ibu, surge ditelapak kakinya”. Seperti itulah kalimat sederhana yang coba diungkapkan oleh akun islamiposter melalui positingan di atas mengenai beberapa dari sekian banyak keistimewaan wanita. Beberapa penjelasan mengenai postingan di atas diantaranya : 1) Memuliakannya ketika masih kecil. Islam mencela perilaku jahiliah yang mengubur anak wanita mereka hidup-hidup. Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah mengharamkan atas kalian berbuat durhaka kepada ibu-ibu kalian, mencegah dan meminta serta mengubur anak perempuan hidup-hidup. (HR. Bukhari: 5975, Muslim: 593), 2) Memuliakannya ketika telah menjadi seorang istri, 3) Memberikan pemuliaan khusus ketika sudah menjadi seorang ibu. Yaitu Islam memerintahkan agar berbuat baik kepada seorang ibu, dengan membantu, mengagungkan, mendo’akan kebaikan, menjaga dari segala gangguan, dan anjuran bergaul sebaik mungkin kepadanya.

Pada postingan tersebut, sesuai dengan prinsip materi pesan dakwah, akun islamiposter mengingatkan kepada para followers atau pengikutnya bahwa agama Islam sangatlah memuliakan wanita, dari mulai dia lahir hingga menjadi ibu. Melalui postingan tersebut diharapkan kita semua sebagai umat muslim lebih menghargai, menjaga dan menghormati wanita. Dan untuk kaum wanita, melalui postingan tersebut, akun islamiposter berusaha menyadarkan kita bahwa kedudukan wanita sangatlah mulia, dan

diharapkan pula hal tersebut dapat menjadi semangat atau motivasi bagi kaum wanita untuk tidak merasa rendah diri, tetapi lebih bersyukur dan selalu memperbaiki diri untuk mencapai ridho-Nya.



Gambar 3. Postingan mengenai Allah Maha mengabulkan

Sering kali diantara kita merasa pesimis atau rendah diri ketika kita memiliki keinginan atau impian yang menurut akal manusia mustahil untuk dapat terwujud. Tetapi tidak ada yang mustahil bagi Allah SWT.

Di antara nama Allah adalah *Al Mujib*, yaitu Allah mengabulkan setiap doa. Dalam Al-Quran QS. Gafir 60 diterangkan: "Dan Tuhanmu berfirman: "Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Kuperkenankan bagimu. Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri dari menyembah-Ku akan masuk neraka Jahannam dalam keadaan hina dina" (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 474).

Sesuai dengan kategori materi pesan dakwah, akun islamiposter mengajak para followers atau pengikutnya menjalankan ajaran agama Islam berupa akidah. Dalam postingan di atas, akun islamiposter mengajak dan mengingatkan kita semua sebagai umat muslim untuk tidak merasa pesimis atau berkecil hati ketika doa atas keinginan kita belum terwujud, tetapi hendaknya kita senantiasa meyakini bahwa Allah SWT selalu mengabulkan doa hamba-Nya 'Tidak ada yang mustahil bagi Allah SWT' selama kita mau berusaha, berdoa dan bertawakal kepada-Nya.



Gambar 4. Postingan mengenai Allah Maha Pemberi Rezeki

Postingan dalam gambar 4 berisi “Rezeki tidak akan tertukar, Allah tidak akan salah hitung” itulah kalimat yang terdapat pada postingan di atas. Kalimat tersebut sangat cocok ditujukan kepada orang yang merisaukan rezekinya. Sering kali dalam kehidupan kita, kita menemui beberapa orang yang selalu merisaukan rezekinya dan mempertanyakan mengapa ia tidak seberuntung orang lain. Atau mungkin malah diri kita sendiri yang sering merasakan hal seperti itu. Janganlah kita merasa risau, karena Allah SWT satu-satunya pemberi rezeki. Allah SWT berfirman dalam QS. Fathir 3:

Hai manusia, ingatlah akan nikmat Allah kepadamu. Adakah pencipta selain Allah yang dapat memberikan rezeki kepada kamu dari langit dan bumi? Tidak ada Tuhan selain Dia; maka mengapakah kamu berpaling (dari ketauhidan). (Shohih, Muhammad dkk.,2007: 434)

Dalam postingan akun islamiposter di atas, berusaha mengingatkan kita sebagai umat muslim untuk menjalankan ajaran agama Islam berupa akidah. Dalam hal ini yaitu keyakinan yang benar terhadap rezeki dan Allah Maha Pemberi rezeki. Selama kita terus berusaha, berdoa, bertawakal dan meyakini hal tersebut. Allah SWT pasti akan selalu melimpahkan rezeki untuk kita.

*Kedua*, Pesan Ibadah. Postingan dalam akun instagram berkaitan dengan pesan ibadah di antaranya gambar berikut:



Gambar 5. Postingan mengenai menutup aurat

Postingan gambar 5 berisi pesan “wanita yang suka memamerkan belahan-belahannya tidak pantas jadi belahan jiwa”. Mungkin kalimat tersebut akan memunculkan banyak persepsi, tetapi yang dimaksud dalam kalimat konotasi berupa “sindiran” tersebut yaitu larangan untuk memamerkan aurat bagi wanita dan kewajiban untuk menutup auratnya. Seperti yang terdapat dalam QS. An nur 31 :

Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. ... (Shohih, Muhammad dkk.,2007: 353)

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa kepada wanita untuk menutup auratnya dan dilarang untuk menampakkan perhiasannya selain

kepada muhrimnya. Berkaitan dengan perintah Allah tersebut, sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak dan ibadah. Postingan pada akun islamiposter di atas berusaha mengingatkan umat muslim khususnya wanita untuk senantiasa menutup aurat mereka dan jangan sekali-kali memamerkannya kepada yang bukan muhrimnya.

Makna dari kalimat “wanita yang suka memamerkan belahan-belahannya tidak pantas dijadikan belahan jiwa” yaitu dapat diilustrasikan dengan mengibaratkan wanita Muslim adalah perhiasan atau barang mahal. Barang mahal memiliki ciri-ciri: (1) dijual di toko berkelas, (2) disimpan di etalase yang hanya bisa dipandang dibalik kaca, (3) disegel, tidak bisa dibuka dan disentuh isinya, (4) tidak bisa dicoba dulu, (5) harganya mahal dengan jaminan memuaskan, dan (6) bergaransi. Kebalikan dari barang mahal adalah barang murah. Ciri-cirinya: (1) adanya di toko murah, di emperan atau di pasar, (2) tidak disegel, (3) diobral, (4) boleh dicoba, bebas disentuh-sentuh, dipegang-pegang, dicoba berulang kali oleh banyak orang, (5) setelah dicoba boleh tidak jadi dibeli, (6) tidak ada garansi. Islam memperlakukan wanita persis seperti barang mahal tersebut.



Gambar 6. Postingan mengenai mendengarkan bacaan Al-Quran

Postingan gambar 6 berupa kalimat sindiran tersebut sangat cocok ditujukan kepada para anak muda atau remaja zaman sekarang yang lebih

senang mendengarkan lagu-lagu yang sedang *hits* dibandingkan dengan mendengarkan ayat suci Al Quran. Padahal pahala orang yang mendengarkan bacaan Al-Quran telah diterangkan dengan jelas dalam QS. Al-Araf 204 : “Dan apabila dibacakan Al Quran, maka dengarkanlah baik-baik, dan perhatikanlah dengan tenang agar kamu mendapat rahmat” (Shohih, Muhammad dkk.,2007: 176).

Mendengarkan bacaan Al Quran dengan baik dan tenang dapat menghibur perasaan sedih, menenangkan jiwa yang gelisah, melunakkan hati yang keras, serta mendatangkan petunjuk Allah SWT. Itulah yang dimaksud dengan rahmat Allah SWT yang diberikan kepada orang yang mendengarkan bacaan Al-Quran dengan baik. Semakin sering orang membaca dan mendendarkannya, semakin terpikat hatinya kepada Al-Quran dan bila Al-Quran dibaca dengan lidah yang fasih, dengan suara yang baik dan merdu akan lebih memberi pengaruh kepada jiwa orang yang mendengarkannya dan bertambah imannya.

Sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai ibadah. Dalam postingan akun islamiposter di atas, berusaha mengingatkan dan mengajak umat muslim khususnya remaja zama sekarang untuk salalu memperbanyak mendengarkan bacaan Al-Quran dibandingkan dengan mendengarkan lagu-lagu yang lebih banyak madharatnya daripada manfaatnya. Sebenarnya tidak ada yang salah dengan mendengarkan lagu-lagu yang sekarang banyak beredar, lagu juga bisa digunakan sebagai media hiburan. Tetapi alangkah baiknya jika kita memilih mendengarkan bacaan Al-Quran karena selain dapat menenangkan hati juga kita akan mendapat pahala.

Di zaman sekarang begitu banyak para anak muda yang rajin dan berlomba-berebut untuk mendaki gunung dari yang bertujuan hanya sekedar iseng, hobi dan beralasan ingin menikmati ciptaan Allah SWT yaitu berupa pemandangan alam luar biasa yang begitu indah yang dapat dilihat dari atas gunung. Tetapi tidak sedikit dari orang-orang tersebut yang justru melupakan dan tidak melaksanakan perintah Allah, salah satunya yaitu anjuran untuk beritikaf di masjid bagi laki-laki pada 10 hari terakhir bulan ramadhan.



Gambar 7. Postingan mengenai itikaf

Postingan gambar 7 sangat cocok ditujukan kepada orang-orang tersebut. Meskipun dalam postingan tersebut bahasa yang digunakan bersifat menyindir, tetapi makna pesan dakwah yang ingin disampaikan dalam postingan tersebut yaitu akun islamiposter berusaha mengajak, menyeru, dan mengingatkan kita untuk tidak melupakan menjalankan ibadah pada 10 hari terakhir bulan ramadhan.

Seperti yang dijelaskan pada sebuah hadits yang artinya:

Aku pernah melakukan i'tikaf pada sepuluh hari Ramadhan yang pertama. Aku berkeinginan mencari malam lailatul qadar pada malam tersebut. Kemudian aku beri'tikaf di pertengahan bulan, aku datang dan ada yang mengatakan padaku bahwa lailatul qadar itu di sepuluh hari yang terakhir. Siapa saja yang ingin beri'tikaf di antara kalian, maka beri'tikaflah." Lalu di antara para sahabat ada yang beri'tikaf bersama beliau. (HR. Bukhari no. 2018 dan Muslim no. 1167).



Gambar 8. Postingan mengenai memperbanyak ibadah pada bulan Ramadhan

Bulan ramadhan yaitu bulan ditutupnya pintu neraka dan dibukanya pintu surga. Pada bulan ramadhan juga dilipat gandakannya pahala atas amalan atau ibadah yang kita perbuat. Dalam postingan akun islamiposter di atas, sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, pada postingan tersebut, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai ibadah. Postingan tersebut memiliki makna pesan untuk mengajak umat muslim agar selalu memperbanyak ibadah pada bulan ramadhan. Dengan bahasa kalimat yang ringan, tentunya sangat mudah sekali bagi kita memahami isi pesan dalam postingan tersebut.

Dalam postingan tersebut mengatakan bahwa bulan ramadhan tidak terasa sempurna jika tidak diisi dengan memperbanyak ibadah. Begitu banyak sekali ibadah atau amalan yang dapat kita perbuat selama bulan ramadhan agar puasa kita terasa sempurna



Gambar 9. Postingan mengenai pakaian takwa

Pada postingan gambar 9 hanya terdapat keterangan “pakaian takwa, pakaian terbaik”. Seperti yang dijelaskan pada QS. Al Araf 26 :

Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat. (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 153)

Yang dimaksud dengan pakaian takwa atau taqwa dalam QS. Al-Araf ayat 26 yang terdapat pada postingan tersebut adalah pakaian yg digunakan seseorang, sehingga memudahkan dirinya untuk menjalankan semua perintahNya dan menjauhi segala laranganNya.

Sebenarnya syarat pakaian yg kita pakai tidaklah banyak, intinya hanyalah supaya memudahkan kita dalam menjalankan perintahNya dan menjauhi segala laranganNya (agar bertakwa). Mudah dalam mengerjakan Sholat, berwudlu dan tidak menampakkan aurat. Dengan kata lain, bagi laki-laki dan wanita, dimanapun berada, tetap bisa langsung mengerjakan Sholat dengan pakaian yang dikenakannya, tanpa harus mengganti atau menambah pakaian lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, sudah sangat terlihat jelas sekali bahwa sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai ibadah. Melalui postingan tersebut akun islamiposter ingin berusaha mengingatkan kita semua sebagai umat muslim agar

melaksanakan apa yang diperintahkan oleh Allah SWT pada QS. Al-Araf 26 yaitu perintahkan untuk menggunakan pakaian takwa untuk laki-laki maupun perempuan.



Gambar 10. Postingan mengenai mengisi waktu luang dengan memperbanyak doa

Postingan gambar 10 berisi pesan “Katanya puasa, tapi kok berduaan?”. Ya, mungkin seperti itulah kalimat berupa sindiran yang sering kita dengar pada lingkungan masyarakat saat ini. Pada saat ini, khususnya dikalangan remaja banya sekali perempuan dan laki-laki yang menggunakan waktu menjelang buka puasa untuk berduaan dengan lawan jenisnya. Padahal yang berduaan itu adalah ciri perbuatan yang mendekatkan kita pada dosa yaotu zina. Allah SWT berfirman dalam QS. Al Isra 32 : “Dan janganlah kamu mendekati zina; sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji. Dan suatu jalan yang buruk” (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 285).

Pada postingan di atas terdapat kalimat “daripada berdua, mending dibuat banyak doa”. Maksud atau makna dari kalimat tersebut yaitu berupa sindiran kepada para remaja zaman sekarang yang senang berduaan dengan lawan jenisnya. Pada postingan tersebut akun islamiposter berusaha memberi pesan berupa mengingatkan dan mengajak kita semua sebagai umat muslim untuk mengisi waktu luang selama bulan ramadhan dengan memperbanyak doa, bukan malah memperbanyak melakukan dosa.

Ramadhan adalah kesempatan emas untuk memperbanyak doa dan mengetuk pintu langit, karena ia saat yang mustajab dikabulkannya doa.



Gambar 11. Postingan mengenai memanfaatkan bulan ramadhan sebagai-baiknya

Postingan gambar 11 berisi pesan “Ramadhan semakin berlalu, masjid semakin kelabu, department store dan restoran semakin laku”. Ungkapan berupa kalimat sindirian seperti itu layaknya cocok ditujukan untuk masyarakat saat ini, khususnya masyarakat daerah perkotaan. Dalam lingkungan masyarakat perkotaan saat ini, banyak sekali dari kita sebagai umat muslim pada saat bulan ramadhan hanya khusyuk bersemangat badah dan mencari amal kebaikan pada awal bulan ramadhan saja. Tetapi semakin berlalunya bulan ramadhan, banyak dari kita yang justru lebih khusyuk dan bersemangat melakukan hal-hal yang kurang bermanfaat dan sibuk dengan kegiatan-kegiatan yang sebenarnya tidak menjadi kewajiban dalam bulan ramadhan, dan menjadikannya justru malah melupakan kewajiban yang seharusnya dilakukannya.

Makna yang coba ingin ungkapkan pada postingan di atas yaitu pada saat hari-hari terakhir bulan ramadhan orang-orang sibuk berangkat ke restoran untuk berbuka puasa bersama dan berkumpul dengan teman-temannya, toko pakaian pun semakin penuh diisi oleh orang-orang yang ingin tampil mengenakan pakaian baru saat hari lebaran tiba. Dan dampak dari semakin banyaknya orang yang pergi ke restoran dan toko pakaian yaitu masjid menjadi semakin sepi dan kosong.

Materi pesan dakwah yang disampaikan pada postingan di atas yaitu mengingatkan kita bahwa pada bulan ramadhan janganlah kita hanya sibuk

mengejar hal-hal yang sebenarnya tidak diwajibkan, tetapi berfokuslah pada ibadah-ibadah dan amalan yang dianjurkan pada bulan ramadhan.



Gambar 12. Postingan mengenai kewajiban shalat

Tidak dapat dipungkiri pada saat ini ketika bulan ramadhan tiba banyak sekali orang-orang yang melakukan buka puasa bersama. Dan tidak sedikit pula diantara orang-orang yang melakukan buka puasa bersama tersebut lupa atau lalai dalam melaksanakan solat karena pada saat buka puasa bersama biasanya mereka asyik mengobrol hingga lupa waktu.

Makna pesan dakwah yang terkandung dalam postingan di atas yaitu akun islamiposter berusaha mengingatkan kita semua sebagai umat muslim untuk tidak lupa melaksanakan shalat dimanapun, kapanpun, dan dalam keadaan apapun. Padahal shalat merupakan kewajiban yang harus dikerjakan oleh semua umat muslim dan haram untuk meninggalkannya. Seperti dijelaskan dalam beberapa QS. Al- Baqarah 110: Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan” (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 17).

*Ketiga*, Pesan Akhlak terdapat dalambar postingan berikut ini.



Gambar 13. Postingan mengenai memperbaiki diri

Pada postingan ini terdapat kalimat “*sholat ogah, ibadah susah, maunya dapet istri sholehah*”. Kalimat tersebut merupakan kalimat konotasi sindiran yang dimaksudkan dan ditujukan kepada para lelaki yang ingin mendapatkan pendamping hidup atau seorang istri sholehah tetapi ia tidak mau memperbaiki dan memantaskan dirinya agar mendapatkan pendamping hidup yang diinginkan.

Allah telah menciptakan manusia berpasang-pasangan. Artinya setiap manusia sudah Allah takdirkan jodohnya masing-masing, bahkan 50.000 tahun sebelum manusia diciptakan Allah sudah menuliskan jodoh seseorang dalam kitabnya, lauhul mahfuz.

Tetapi sering kali kita sebagai manusia hanya sibuk mencari kriteria pasangan hidup tanpa sadar membenahi diri sendiri agar menjadi lebih baik, padahal jodoh adalah cerminan diri seseorang. Seperti dalam QS. An Nur 26 Allah berfirman :

Wanita-wanita yang keji adalah untuk laki-laki yang keji, dan laki-laki yang keji adalah buat wanita-wanita yang keji (pula), dan wanita-wanita yang baik adalah untuk laki-laki yang baik dan laki-laki yang baik adalah untuk wanita-wanita yang baik (pula). Mereka (yang dituduh) itu bersih dari apa yang dituduhkan oleh mereka (yang menuduh itu). Bagi mereka ampunan dan rezeki yang mulia (surga). (Shohih, Muhammad dkk.,2007: 352)

Ayat tersebut bukanlah merupakan janji Allah kepada manusia yang baik akan ditakdirkan dengan pasangan yang baik. Sebaliknya ayat tersebut merupakan peringatan agar umat Islam memilih manusia yang baik untuk

dijadikan pasangan hidup

Berdasarkan keterangan ayat tersebut, sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak. Melalui postingan tersebut akun islamiposter ingin berusaha mengingatkan umat muslim agar selalu senantiasa bermuhasabah dan memperbaiki diri ke arah yang lebih baik agar kelak bisa mendapatkan pendamping hidup yang diinginkan. Karena kualitas jodoh seseorang tergantung kepada kualitas diri seseorang tersebut.



Gambar 14. Postingan mengenai menahan amarah

Postingan dalam gambar 19 berisi pesan “Siapakah orang terkuat di dunia?” mungkin sebagian besar dari kita akan menjawab orang yang terkuat di dunia adalah para superhero yang bisa menembakkan laser dari matanya atau mempunyai kekuatan super. Seperti itulah makna visualisasi yang tergambar dalam postingan tersebut. Namun bukan seperti itu makna pesan sebenarnya yang terkandung dalam postingan tersebut, bukanlah seorang superhero yang sering dilihat dalam film-film yang dikatakan sebagai orang paling kuat. Tetapi seperti yang dijelaskan oleh Rasulullah SAW dalam sebuah hadits, yang artinya : “bukanlah orang yang kuat itu yang pandai bergulat, akan tetapi orang yang terkuat adalah orang yang mampu menahan jiwanya ketika marah.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Dan dijelaskan juga dalam QS. An Nahl 126: “Dan jika kamu memberikan balasan, maka balaslah dengan balasan yang sama dengan siksaan yang ditimpakan kepadamu. Akan tetapi jika kamu bersabar, sesungguhnya itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang sabar” (Shohih,

Muhammad dkk., 2007: 281)

Berdasarkan hadits dan ayat tersebut, telah dijelaskan bahwa orang yang paling kuat bukanlah orang yang mempunyai kekuatan super, tetapi orang yang paling kuat adalah orang yang mampu menahan amarahnya dan memilih untuk bersabar.

Sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak. Postingan islamiposter di atas berusaha mengingatkan umat muslim bahwa janganlah kita merasa menjadi orang yang paling kuat atau mempunyai kekuatan super sebelum kita mampu bersabar dan menahan amarah.



Gambar 15. Postingan mengenai berbuat baik terhadap sesama

Teruslah berbuat baik kepada siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Jadilah sebaik-baik muslim yang bermanfaat keberadaanya dimanapun. Itulah makna pesan dakwah yang coba diungkapkan oleh postingan akun islamiposter di atas. Allah berfirman dalam QS. Al Zalzalah 7 : “Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya” (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 599).

Menanam kebaikan bukan hanya akan dibalas dengan memanen kemuliaan hidup. Ada beberapa hikmah besar yang akan bisa kita rasakan apabila selalu konsisten melakukan dan menanam kebaikan di tengah masyarakat. Menanam kebaikan bukan hanya untuk memanen kemuliaan hidup. Hal paling utama adalah mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT yang besar kelak di akhirat, dan mendapatkan hadiah surga.

Menanam Kebaikan, memanen kemuliaan hidup merupakan dua hal yang akan saling beriringan. Orang yang dalam hidupnya jarang melakukan amal kebaikan, maka hidupnya pun akan jauh dari kemuliaan. Hidupnya akan dipandang rendah di tengah masyarakat, sebagai akibat dosa-dosa yang mungkin lebih banyak dilakukannya.

Sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak. Dalam postingan di atas, akun islamiposter mengingatkan dan mengajak kita semua sebagai umat muslim untuk tetap bersemangat dan beristiqamah dalam menanam kebaikan, karena kita kita pernah tahu, kebaikan mana yang akan mengantarkan kita bertemu denganNya Sang Maha Baik. Kita juga tidak pernah tahu kebaikan mana yang membantu meringankan langkah orang tua kita menuju surgaNya.

Barangkali benih yang tanpa sadar rutin kita tanam itu tumbuh menjadi pohon keberkahan dan kebahagiaan dimana tidak hanya kita yang merasakan, tetapi mereka, orang-orang yang tanpa lelah mendoakan kita.



Gambar 16. Postingan mengenai persiapan menyambut ramadhan

Pada postingan akun islamiposter di atas terdapat kalimat “siap menyambut bulan ramadhan? Hati-hati salah fokus”. Kalimat tersebut mengandung makna konotasi berupa sindiran, postingan tersebut sengaja ditujukan kepada kita semua sebagai umat muslim yang pada kenyataannya dalam menyambut bulan ramadhan malah sibuk menyiapkan hal-hal yang tidak bermanfaat.

Berdasarkan penjelasan di atas, sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk

menerapkan ajaran Islam mengenai ibadah. Meskipun kalimat dan bahasa dalam postingan di atas bersifat menyindir, namun melalui postingan tersebut akun islamiposter ingin berusaha mengingatkan kita semua sebagai umat muslim agar menyiapkan diri sebaik-sebaiknya dalam menyambut bulan ramadhan, bukan malahnya fokus menyiapkan hal-hal yang tidak bermanfaat.



Gambar 17. Postingan mengenai larangan makan dan minum berlebihan

Sering kali banyak dari kita ketika berbuka puasa tidak dapat mengendalikan nafsu makan ketika berbuka puasa. Kita makan dan minum secara berlebihan karena mungkin rasa lapar dan haus yang dirasakan selama berpuasa sehari penuh, atau mungkin hanya karena nafsu semata. Padahal Allah SWT tidak menyukai hal yang berlebih-lebihan, karena berlebih-lebihan dalam segala sesuatu adalah tercela dan dilarang. Apalagi dalam masalah makanan dan minuman. Allah SWT berfirman dalam QS. Al Araf 31 : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 154).

Dalam postingan di atas, sesuai dengan kategori materi pesan dakwah, akun islamiposter mengajak dan mengingatkan para followers atau pengikutnya untuk melaksanakan ajaran agama Islam berupa akhlak. Pada postingan tersebut, akun islamiposter berusaha mengingatkan dan mengajak kita sebagai umat muslim untuk dapat mengendalikan nafsu makan dan tidak berlebih-lebihan. Karena jika kita berlebih-lebihan dalam makan dan

minum, kita akan merasa kenyang dan ketika kenyang umumnya kita akan malas bergerak dan melakukan sesuatu. Dampaknya kita menjadi malas untuk beribadah, padahal pada bulan ramadhan Allah SWT memerintahkan umat muslim untuk memperbanyak pahala, salah satunya dengan memperbanyak ibadah.



Gambar 18. Postingan mengenai introspeksi diri

Sering kali sebagian orang di dunia ini sibuk mengawasi perilaku orang lain dan berusaha mencari-cari aib atau keburukannya, tanpa sadar untuk bercermin pada diri sendiri dan tanpa disadari sebenarnya orang tersebut juga memiliki keburukan yang mungkin bahkan lebih buruk dari orang yang suka diawasinya tersebut. Seperti itulah setidaknya gambaran yang terjadi pada lingkungan masyarakat zaman sekarang yang coba diungkapkan melalui postingan di atas.

Mengenai introspeksi diri atau muhasabah, Allah SWT berfirman dalam QS. Al Hasry 18 :

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (Shohih, Muhammad dkk., 2007: 548).

Ayat di atas adalah ayat yang isinya perintah agar kita mau 'introspeksi', muhasabah atau menghisab diri atas apa yang telah kita perbuat selama hidup di dunia ini. Ini adalah hal yang sangat penting. Karena tanpanya kita bisa terlena dan lupa akan hakikat hidup yang

sebenarnya. Apalagi dengan keadaan dunia saat ini yang begitu materialistis, hedonis dimana kepuasan, kesenangan dan keberhasilan hidup hanya diukur dari kaca mata materialistis. Sebuah lingkungan yang sungguh berbahaya bagi perkembangan jiwa yang pada akhirnya akan berujung pada penyesalan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, melalui postingan di atas akun islamiposter mengajak dan mengingatkan para followersnya atau pengikutnya dan kita semua sebagai umat muslim untuk selalu ingat agar dalam hidup dan sisa usianya senantiasa berintrospeksi diri atau bermuhasabah diri, yaitu menghitung diri sendiri atas perbuatan apa yang telah kita lakukan dan segera bertaubat sebelum datangnya hari penghisaban di akhirat. Karena pada hari penghisaban di akhirat hanya amalan kita sendirilah yang dipertanggung jawabkan, bukan amalan orang lain.



Gambar 19. Postingan mengenai pribadi berakhlakul kharimah

Dalam postingan pada gambar 19 sangat jelas dinyatakan bahwa akun islamiposter ingin mengajak dan mengingatkan para *followers* atau pengikutnya dan juga kita semua sebagai umat muslim untuk berhijrah. Makna berhijrah disini yaitu berbenah dan memperbaiki diri kearah yang lebih baik dan melakukan perbuatan terpuji atau akhlak mulia. Kesederhanaan adalah sikap kemudahan memberikan sesuatu kepada orang lain sehingga menjadikan nafsunya bersedia mengikuti kata hati yang baik. Fisik yang sehat dibutuhkan karena Allah telah menciptakan manusia dengan karakteristik mudah mencerna dan cepat meresap nilai-nilai moral kebajikan.



Gambar 20. Postingan mengenai ciri-ciri wanita sholehah

Pada postingan gambar 20, terdapat salah satu ciri dari wanita sholehah yaitu senantiasa taat kepada Allah. Namun tidak hanya itu, masih terdapat beberapa ciri lagi seorang wanita dikatakan sebagai wanita sholehah, yaitu : 1) Penuh kasih sayang, selalu kembali kepada suaminya dan mencari maafnya, 2) Menjaga rahasia-rahasia suami, lebih-lebih yang berkenaan dengan hubungan intim antara dia dan suaminya. 3) Selalu berpenampilan yang bagus dan menarik di hadapan suaminya sehingga bila suaminya memandang akan menyenangkannya. 4) Ketika suaminya sedang berada di rumah (tidak bepergian/ safar), ia tidak menyibukkan dirinya dengan melakukan ibadah sunnah yang dapat menghalangi suaminya untuk istimta' (bernikmat-nikmat) dengannya seperti puasa, terkecuali bila suaminya mengizinkan. 5) Pandai mensyukuri pemberian dan kebaikan suami, tidak melupakan kebaikannya.

Melalui postingan tersebut, sesuai dengan prinsip martori dakwah, akun islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya khususnya kaum wanita untuk menjalankan ajaran Islam yaitu ibadah. Pada postingan tersebut akun islamiposter mengajak para wanita untuk senantiasa berusaha menjadi wanita sholehah. Melalui desain postingan yang menarik dan kalimat yang sederhana yang hanya menyertakan dalil Al-Quran, diharapkan postingan tersebut dapat dipahami oleh seluruh wanita muslim. Dan melalui beberapa penjelasan di atas mengenai ciri-ciri wanita sholehah, diharapkan pula para wanita muslim menjadi lebih bersemangat dalam memperbaiki dan menjaga dirinya untuk menjadi wanita sholehah yang

U. F. Zahra, A. Sarbini, & A. Shodiqin  
disenangi oleh Allah SWT.

## **PENUTUP**

Berdasarkan pembahasan sebelumnya diketahui instagram sebagai media sosial digunakan sebagai media untuk berdakwah melihat dari kegunaannya yang mampu menyebarkan pesan kepada banyak orang atau khalayak ramai secara serentak dan lebih efisien, meniadakan jarak antara komunikator dengan komunikan. Melihat dari jumlah penggunaanya di Indonesia, instagram bias menjadi media alternative untuk menyampaikan pesan dakwah oleh da'i atau pelakudakwah. Dari total 200 postingan pada akun instagram islami poster periode 1 Juni 2016 hingga 30 Juni 2016 diambil sebanyak 20 sampel postingan yang dijadikan sebagai data untuk dianalisis. Pesan dengan kategori akidah terdapat sekitar 4 postingan. Sedangkan pesan dengan kategori ibadah terdapat sekitar 8 postingan. Dan pesan dengan kategori akhlak terdapat sekitar 8 postingan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ilyas, A. I. (2011). *Filsafat Dakwah*. Kencana Prenada, Jakarta: Media Group.
- Sumadiria, A.S. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Enjang AS. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Aripudin, A. (2013). *Sosiologi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Aripudin, A. (2014). *Perbandingan Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, A. S. (2011). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Najamuddin. (2008). *Metode Dakwah Menurut Al-Quran*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syamsudin RS.(2009). Strategi dan Etika Dakwah Rasulullah SAW. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(14), 113.



## Model Radio Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat

Syarif Fauzi\* & Afief Abd. Latief

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,  
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung  
\*Email: [syarif.fauzi@student.uinsgd.ac.id](mailto:syarif.fauzi@student.uinsgd.ac.id)

### ABSTRAK

Tulisan ini menggambarkan model dan karakteristik radio dakwah dilihat dari unsur dakwah dalam program siarannya dan peranannya dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat. Objek penelitian Radio Fajri 99,3 FM Bogor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Radio Fajri sebagai radio dakwah sangat berperan penting dalam perkembangan dakwah dan dengan tujuan meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat di Bogor. Radio Fajri dari awal didirikan ikut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, program siaran yang berkualitas, dan minat masyarakat pada siaran Islami. Radio Fajri sangat berperan dalam dakwah Islam dan kemajuan perkembangan pemahaman keagamaan masyarakat di Bogor. Penyebaran dakwah bisa sukses karena radio ini berangkat dari kesadaran pendirinya yang menginginkan agar masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi tentang Islam.

**Kata Kunci :** Dakwah; Radio Dakwah; Pemahaman Keagamaan.

### ABSTRACT

*This paper discusses the radio model of da'wah and the characteristics of radio da'wah seen from da'wah unit and its role in increasing religious understanding of audience. The object of research is Radio Fajri 99.3 FM Bogor. This research uses descriptive method with qualitative approach. Radio Fajri as a propagation radio is very important role in the development of da'wah and with the aim of improving the religious understanding of society in Bogor. Radio Fajri from its inception was influenced by technological developments, quality broadcast programs, and public interest in Islamic broadcasting. Radio Fajri is instrumental in the da'wah of Islam and the progress of religious*

*understanding of society in Bogor. The propagation of da'wah can be successful because this radio departs from the consciousness of its founders who want the community to easily obtain information about Islam.*

**Keywords:** *Da'wah; Dakwah Radio; Religious Understanding.*

## PENDAHULUAN

Berdakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam yang beriman. Banyak ayat-ayat Alquran dan hadits Nabi Muhammad *Sallahu 'Alaihi Wasallam* yang memintahkan muslimin dan muslimat untuk berdakwah menyebarkan ajaran Agama Islam ke seluruh pelosok dunia, agar manusia selamat dari kesesatan dan menuju jalan yang benar ke jalan *Allah* Swt.. Perintah untuk berdakwah dituliskan dalam Alquran surat an-Nahl ayat 125.

Pada periode kenabian Rasulullah Muhammad Saw.. proses penyebaran ajaran Islam dilakukan secara diam-diam, hingga turun ayat yang memerintahkan untuk berdakwah secara terbuka atau terang-terangan. Berdakwah dengan terang-terangan disebutkan dalam Alquran surat al-Hijr ayat 94.

Berdakwah bukanlah hanya tugas seorang pemuka Agama Islam saja, melainkan juga tugas kita sebagai umat Islam yang beriman yang percaya adanya Allah Swt. dan menganut ajarannya. Sejak zaman dahulu dakwah disebarkan dengan berbagai metode atau cara, mulai dari politik, sambil berdagang, lewat seni dan budaya, lewat ceramah-ceramah, lewat acara seminar, lewat acara debat dan juga untuk zaman sekarang dapat memanfaatkan media massa seperti radio untuk menyebarkan dakwah atau ajaran Agama Islam tersebut. Dakwah melalui media merupakan hal yang sangat mutlak dalam era informasi dan komunikasi seperti saat ini. Para pendakwah atau umat Islam lainnya harus mulai bergerak dan melek, menyadari bahwa berdakwah dizaman sekarang ini tidak cukup hanya dengan cara berdakwah secara umumnya, yang hanya mendatangi *mad'u* ke daerah-daerah.

Penyebaran ajaran Islam yang dilakukan Nabi Muhammad Saw.. mendapatkan respon yang beragam dari umat manusia pada zaman itu. Ada yang menerima dakwahnya dan ada juga yang menolak ajaran Islam yang disebarkan Rasulullah Saw., bahkan sampai membenci dan ingin menghancurkan Rasul dan pengikutnya. Cara berdakwah dan media yang digunakan Rasulullah pada masa itu sangatlah sederhana yang umumnya menggunakan metode ceramah. Kemampuan retorika dan bahasa yang

lambut menjadi daya tarik tersendiri dakwah yang dilakukan oleh Rasul Saw.. Bukan hanya dotkrin ajarannya saja yang membuat umat manusia pada masa itu mau mengikuti Rasul Saw. untuk memeluk agama Islam, tetapi juga karena sifat Rasul Saw. yang dikagumi oleh seluruh umat pada masa itu, bahkan orang yang menentang Rasulpun mengakuinya. Sifat-sifat yang dimiliki oleh Rasul itu yaitu: *shidiq, amanah, fathonah, tabligh*. Maka dari itu sifat atau kepribadian juga sangat berpengaruh terhadap kesuksesan dakwah Islam yang dilakukan.

Seiring dengan proses perubahan sosial dan intelektual, dinamika pemikiran dan pergerakan dakwah mengalami poarisasi sejalan dengan perspektif umat Islam atas modernisasi dengan serba nilai yang dibawanya. Sejarah pemikiran dakwah menunjukkan bahwa corak pemikiran dakwah ternyata mengalami diferensiasi dan divergensi yang luar biasa beragam. Tidak mengejutkan jika muncul bentuk-bentuk dakwah yang beragam, dan tidak jarang satu sama lain saling berbenturan, karena aktifitas dakwah itu sendiri tidak lain kecuali perwujudan konkret dari dinamika pemikiran dakwah yang abstrak (Muhyiddin, 2014: 4).

Dalam dakwah, sasaran utamanya adalah meningkatkan keimanan dan ketakwaan muslimin muslimat dan menyebarkan ajaran agama Islam kepada umat manusia pada umumnya. Berdakwah di era teknologi seperti zaman sekarang ini tidak cukup hanya dengan gaya berdakwah seperti biasanya, yang hanya mendatangi *mad'u mad'u* ke kampung-kampung atau ke daerah-daerah. Jangkauan syiar dakwah harus dapat meminimalisir waktu tapi mendapat target *mad'u* lebih banyak seperti berdakwah lewat media massa televisi, media cetak, internet dan radio.

Bukan hanya fenomena kemerosotan akhlak, tetapi juga media pada zaman sekarang sudah dimanfaatkan oleh agama-agama lainnya (agama selain Islam) sebagai media dakwah mereka, terutama agama kristen dan yahudi sangat gencar memanfaatkan media massa sebagai proses mengkristenisasi bahkan media digunakan untuk menghancurkan umat Islam secara perlahan. Allah Swt. telah menegaskan dalam firmanNya Alquran surat al-Baqarah ayat 120.

Orang-orang Yahudi dan Nasrani tidak akan senang kepadamu (Muhammad) hingga kamu mengikuti *millah* (pola hidup atau agama) mereka. Katakanlah: “sesungguhnya petunjuk Allah itulah petunjuk yang benar”. Dan jika seandainya kamu benar-benar mengikuti hawa nafsu (kehendak mereka) setelah datang ilmu kepadamu, maka Allah tidak lagi menjadi pelindung dan penolong kamu (al-Baqarah, 2:

120).

Telah jelas dalam ayat tersebut diatas bahwasannya umat Yahudi dan Nasrani tidak akan berhenti sampai kita umat Islam mengikuti mereka. Berbagai cara dan berbagai hal mereka manfaatkan untuk menghancurkan keteguhan iman umat Islam. Karenanya, di zaman modern seperti ini, pergerakan dakwah pun sudah barang tentu harus mulai bergerak melalui media massa seperti contohnya radio, agar proses dakwah lebih efektif dan dapat melawan kristenisasi atau apapun yang dapat membuat umat Islam hancur.

Orang pada zaman sekarang ini, hidupnya mengalami ketergantungan kepada media. setiap orang sudah hampir memiliki alat komunikasi yang bisa mendapatkan informasi secara instan, entah informasi positif atau negatif. Informasi-informasi negatif tentu dapat menjadi faktor yang menyebabkan kemerosotan akhlak dan keberagamaan pada setiap muslimin muslimat.

Dalam hal ini, maka peneliti melaksanakan penelitian di Radio Fajri 99,3 FM Bogor yang beralamat di Jl. Raya Cimanglid No. 61 RT/RW 05/01 Desa Sukamantri Kec. Tamansari Kab. Bogor dengan rumusan masalah tentang bagaimana model radio dakwah berdasarkan unsur-unsur dakwah dan bagaimana peran radio dakwah dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

## LANDASAN TEORITIS

Komunikasi yang dilakukan di radio seperti halnya di media massa lain adalah komunikasi massa (*mass communication*), yakni komunikasi kepada orang banyak (massa, publik) dengan menggunakan media (*communication with media*) (Romli, 2009: 20).

Komunikasi massa dirumuskan Bittner (1980: 10): “*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

Bila sistem komunikasi massa diperbandingkan dengan sistem komunikasi interpersonal, secara teknis kita dapat menunjukkan empat tanda pokok dari komunikasi massa (Neumann, 1973: 92) (1) bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis; (2) bersifat satu arah, artinya

tidak ada interaksi antara peserta komunikasi (para komunikan); (3) bersifat terbuka, artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas dan anonim; (4) mempunyai publik yang secara geografis tersebar (Rakhmat, 2012: 187).

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa. Audiensnya mencakup dari orang-orang dari berbagai jenis kalangan agama, usia, tempat, pekerjaan, budaya dan kondisi sosial ekonomi berbeda. Perhatian mereka terfokus pada hal yang sama yaitu berita atau acara yang disajikan. Karena itu ia bersifat publik dan heterogen. Isinya terbuka bagi semua orang.

Didalam buku *broadcast journalism* dikatakan, radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu” (*Saturday Review*) (Romli, 2009: 19).

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Hal inilah yang merupakan ciri paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya. Bandingkan misalnya poster atau papan pengumuman dengan radio siaran yang sama-sama merupakan media komunikasi. Poster dan pengumuman adalah media komunikasi, tetapi bukan media komunikasi massa sebab tidak mengandung ciri keserempakan; sedangkan radio siaran adalah media komunikasi massa disebabkan oleh ciri keserempakan yang dikandungnya. Pesan yang disampaikan melalui poster atau papan pengumuman kepada khalayak tidak diterima oleh mereka dengan melihat poster atau papan pengumuman itu secara serempak bersama-sama, tetapi secara bergantian. Lain dengan pesan yang disampaikan melalui radio siaran. Pesan yang disebarkan dalam bentuk pidato, misalnya pidato presiden, akan diterima oleh khalayak dalam jumlah jutaan bahkan puluhan juta oleh ratusan juta serempak bersama-sama pada saat presiden berbicara (Effendy, 2001: 24).

Setiap media massa memiliki karakteristik, keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Mengenai karakteristik, keunggulan dan kelemahan radio dijelaskan oleh Asep Syamsul M. Romli (2009:22-26), yaitu sebagai berikut:

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain, media radio memiliki karakteristik khas sebagai berikut: 1) *Auditori*. Radio adalah “suara”, untuk didengar, karenanya isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin “menoleh ke belakang” sebagaimana pembaca koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan. 2) *Transmisi*. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (*transmisi*). 3) Mengandung gangguan. Seperti timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis “channel noise factor”. 4) *Theatre of Mind*. Radio mencipta gambar (*makes pictures*) dalam imainasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarinya sendiri. 5) Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya suprise seketika atau memberi kejutan, karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.

Radio memiliki keunggulan, di antaranya: 1) Cepat dan langsung. Sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran Tv atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telfon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan. 2) Akrab. Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Anda jarang sekali duduk dalam satu grup dalam mendengarkan radio; tetapi biasanya mendengarkan sendirian, seperti di mobil, di dapur, di kamar tidur, dan sebagainya. 3) Dekat. Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pembicaranya langsung menyentuh aspek pribadi (*interpersonal communications*). 4) Hangat. Panduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan sering berfikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka. 5) *Sederhana*. Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun

pendengar. 6) Tanpa Batas. Siaran radio menebus batas geografis, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan), dan kelas sosial. Hanya “tuna rungu” yang tidak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio. 7) Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga peSaw.at televisi, peSaw.at radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengarkan radio. 8) Bisa Mengulang. Radio memiliki kesementaraan alami (*transient nature*) sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara cepat. 9) Fleksibel. Siaran radio dapat dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktifitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku.

Dakwah secara bahasa (*etimologi*) merupakan sebuah kata dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata: *da’u – yad’u – da’watan* yang berarti seruan panggilan, undangan atau do’a. Menurut Abdul Aziz secara etimologis kata dakwah berarti: 1) Memanggil, 2) Menyuru, 3) Menegaskan atau membela sesuatu, 4) Perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, dan 5) Memohon dan meminta, atau do’a. Artinya, proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan seruan, undangan, untuk mengikuti pesan tersebut atau menyeru dengan tujuan untuk mendorong seseorang supaya melakukan cita-cita tersebut. Oleh karena itu, dalam kegiatannya ada proses mengajak maka orang yang mengajak disebut *da’i* dan orang yang diajak disebut *mad’u* (Enjang AS, & Aliyudin, 2009: 3-4).

Melihat dari pengertian dakwah itu sendiri, ada beberapa pengertian dakwah menurut para ahli yang telah dikemukakan dalam bukunya. Dakwah pada dasarnya adalah upaya menyampaikan dan membumikan nilai-nilai Islam dalam perilaku manusia (etika atau akhlak) (Aripudin, 2013: 6).

Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiab* dan dakwah *ummah*. Sementara itu Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal; pelaksanaan dakwah, perseorangan, dan organisasi. Sedangkan Ismail al-Faruqi, mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Dan kebebasan ini menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal (berlaku untuk semua umat dan sepanjang masa). Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah:

*Pertama*, ajakan ke jalan Allah Swt. *Kedua*, dilaksanakan secara berorganisasi. *Ketiga*, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah Swt. *Keempat*, sasaran bisa secara *fardiah* atau *jama'ah* (Ilahi, 2010: 14).

Definisi yang lebih menekankan pada proses penyebaran pesan dakwah (ajaran Islam) dengan mempertimbangkan penggunaan metode, media, dan pesan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi *mad'u* (khalayak atau sasaran dakwah). Dalam arti seorang da'i mempertimbangkan kesesuaian metode dan media yang digunakan relevan dengan kondisi *mad'unya*, dalam hal ini tingkat budayanya. Pakar dakwah yang menjadi penggagasnya adalah Ahmad Ghalwusy, menurutnya bahwa “dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan metode-metode dan media-media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah (Enjang AS, & Aliyudin, 2009: 8).

Media penyiaran Islam berdasarkan jenis dan peralatan yang melengkapinya terdiri dari: 1) Media tradisonal. Media yang digunakan terbatas pada sasaran yang paling digemari dalam kesenian seperti tauhan gendang, rebana, bedug, sitar, suling, wayang dan lain sebagainya. 2) Media modern. Berdasarkan jenis dan sifatnya media modern dapat dibagi: a) Media audtif, media tersebut meliputi telepon, radio dan tape recorder. b) Media visual, yang dimaksud dalam kategori visual adalah media yang ditulis atau dicetak. Contohnya ialah pers. c) Media *audiovisual*: televisi, radio, internet dan sebagainya. 3) Perpaduan kedua media tradisional dan modern. Perpaduan disini dimaksudkan dengan pemakaian media tradisional dan media modern dalam suatu proses dakwah. Contoh pagelaran wayang, sandiwara yang bernuansa Islam, atau ceramah di mimbar dengan ditayangkan di televisi.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Acara radio sangat beragam, masing-masing lengkap dengan visi, misi, target pendengar, format, isi siaran, gaya siaran dan bahasa siaran, serta durasinya. Semua program diselaraskan dengan visi, misi, target pendengar, format musik (dangdut, pop, oldies, Sunda, dll.), target iklan serta sumberdaya (perangkat siaran dan tenaga penyiar) (Romli, 2009: 28).

Program acara radio dapat disusun dengan konsep acara sebagai

berikut: 1) Deskripsi. Gambaran umum program. 2) Visi. Latar belakang program mengapa harus ada. 3) Misi. Apa tujuan program secara ideal dan komersial (iklan). 4) Target audiens. Target pendengar (usia, pendidikan, dan lain-lain). 5) Target iklan. Pengiklan potensial, jenis iklan. 6) Budget. Biaya produksi program, honor, transpor narasumber, alat, dll. 7) SDM/Type of Anouncer. Tipe penyiar yang cocok membawakan program (dewasa, anak muda, centil, jaim, dan sebagainya). 8) Jenis lagu. Pop, dangdut, pop dangdut, religi, dan sebagainya. 9) Materi siaran/konten. Hanya memutar lagu, memutar lagu dan informasi sosial, politik, olah raga, tips kesehatan, dan lain-lain. 10) Gaya siaran (*Air Personality*). Ceria, dewasa, remaja, religius, sedih, horor, dan sebagainya.

Format Clock (Rundown Program). Alokasi waktu, detik demi detik atau menit demi menit, untuk memutar lagu, iklan, dan bicara, termasuk menerima telfon dan membacakan sms yang masuk.

Sumbangan yang terbesar untuk memahami cara berkomunikasi massa mengambil bagian dalam proses sosialisasi adalah melalui *modelling theory* yang diperkenalkan oleh psikolog *Albert Bandura* serta para pembantunya di tahun 1960-an (Liliweri, 1991:178).

Media Masa modern memiliki tingkat tantangan dakwah yang begitu kompleks, dengan segala fenomena-fenomena baru umat manusia. Kompleksitas persoalan tersebut tidak hanya terbatas pada persoalan-persoalan individual, kelompok dan masalah psikis, namun juga menyangkut persoalan-persoalan sosial, mental, budaya, dan agama (Arpudin, 2014:54).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Fajri adalah sebuah radio yang berkarakter atau memiliki warna dan ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh radio-radio siaran lainnya, karena seluruh program siarannya adalah full mengenai dakwah Islam. Menjadi radio yang berkarakter tentulah tidak mudah, tetapi juga hal ini tidak menghambat perkembangan Radio Fajri.

Dengan seluruh program siaran dakwah yang tersaji di Radio Fajri tersebut tentunya sangat berpengaruh pada para pendengar yang ingin meningkatkan pemahamannya tentang agama Islam. Dibalik hal itu, meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat dan memberikan pengetahuan tentang ajaran Islam yang murni, yang dibawakan oleh Rasul dan para sahabatnya tanpa menambah-nambahi dengan praktik ajaran lain adalah misi dari Radio Fajri itu sendiri.

Muslim, S.Pd. (Direktur Utama PT. Radio Fajar Imani) pada proses wawancara mengatakan, “Pemahaman masyarakat tentang ajaran Islam memang sudah mengalami penurunan, ini disebabkan karena beberapa faktor seperti, perkembangan zaman yang membuat banyak pertukaran budaya, terlebih budaya barat yang cenderung lebih banyak madorotnya”. Siaran dakwah di Radio Fajri bukanlah untuk menerapkan pemahaman tentang aliran-aliran ajaran Islam yang beragam seperti pemahaman Persatuan Islam (PERSIS), Nahdatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Wahabi dan lain sebagainya. “Dari pada memperdebatkan tentang solat subuh yang kunut dan tidak kunut, lebih baik mengupayakan agar masyarakat mau melaksanakan sholat subuh semuanya, ungapnya”.

Direktur utama Radio Fajri tersebut juga menuturkan, agar visi dan misinya tercapai usaha yang terus dilakukan adalah dengan cara terus mengemas dan mengemas acara di Radio Fajri dengan sedemikian rupa supaya mudah difahami oleh masyarakat, karena tutur beliau, yang sulit itu adalah apa yang kita fahami ketika kita sampaikan dapat ditangkap dan difahami juga oleh orang lain. Seperti contoh bahasa penyampaian, pemilihan kata dan cara penyampaian yang terus diperbaiki dan diperhatikan hingga sekarang.

Siaran-siaran di Radio Fajri terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu kategori pendidikan, agama, anak, berita dan informasi, layanan masyarakat, dan iklan. Namun seluruh program mengandung nilai-nilai Islami, contohnya kategori pendidikan, pendidikan yang diberikan adalah pendidikan Islam seperti siaran akhlak, adab Islami, ensiklopedi Islam, fikih Islam, tarikh Islam, dan siaran-siaran pendidikan Islami lainnya. “Kita memang ingin menyampaikan nilai-nilai Islam disemua program siaran, karena itu memang sudah didasari dari misi kami, Muslim, S.Pd. (Direktur Utama PT. Radio Fajar Imani, wawancara 7 Juli 2016)”.

Radio Fajri merupakan radio dawah Islam pertama di Bogor. Didirikannya radio ini juga atas kebutuhan dakwah, dimana yang menguasai siaran udara radio waktu itu adalah radio-radio biasa pada umumnya yang menyiarkan bukan siaran dakwah. Padahal dakwah waktu itu dan sampai sekarang perlu menggunakan media yang serupa yang sesuai dengan zamannya agar penyebaran dakwah menjadi efektif dan efisien. Oleh karenanya ada tiga orang lulusan pesantren yang berinisiatif untuk mendirikan Radio Fajri ini pada tahun 2000. Orang-orang tersebut yaitu Ustad Doktor Ahmad Sarbini, M.H.I, Ustad Ali Maulida, S.S., M.Pd.I, dan juga Ustad Rahendra Maya, S.Th.I., M.Pd.I yang merupakan lulusan

pesantren daerah Cimanglid Bogor. (wawancara general manager, 7 Juli 2016).

Perjuangan dakwah di Radio Fajri tidak terlepas dari misi radio tersebut yaitu: 1). Menyajikan pembahasan lengkap seputar Islam, 2). Menghadirkan pemateri yang kapabel, profesional dan ilmiah Akademisi, 3) Menyajikan informasi Islam secara cepat, akurat dan terpercaya, dan 4). Menyediakan sumber-sumber informasi yang amanah. “Kita ingin masyarakat mendapatkan informasi-informasi seputar Islam yang lengkap dan bermutu dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang bukan hanya seorang tokoh agama Islam saja tetapi merupakan tokoh sosial dan cendekiawan juga. Dengan didirikannya Radio Fajri ini masyarakat bisa mendapatkan informasi dan ilmu tentang agama Islam dengan mudah, dan dapat dipercaya (Dr. Muhamad Sarbini, M.H.I, Komisaris Utama PT. Radio Fajar Imani: Wawancara 7 Juli 2016).”

Kemajuan usaha dakwah di Radio Fajri juga didukung oleh program off air yang diataranya yaitu, Seminar Keislaman Bersama Tokoh Nasional, Bazaar Aneka Produk Islami, Pelatihan Thibbun Nabawi (Pengobatan Cara Nabi), Temu Pendengar FAJRI, Acara Ifthor Jama’i (Buka Puasa Bersama Pendengar) di Bulan Romadhon, Pelatihan Jurnalist Broadcasting, Pembentukan Forum Pendengar FAJRI, Pesantren Kilat dan Pelatihan Broadcasting Pelajar. Dengan diadakannya program off air tersebut, Radio Fajri bisa lebih dekat lagi dengan masyarakat, karena ada kontak langsung dilapangan. Tentunya seluruh program Radio Fajri baik on air maupun off air, keberhasilannya tidak luput dari kerjasama dari beberapa instansi terkait baik instansi swasta maupun pemerintah.

Usaha kemajuan dakwah juga ikut didorong oleh dibentuknya Yayasan Perduli Fajar Imani dengan jargonnya “Bersama Menebar Hidayah”. Dibentuknya yayasan tersebut adalah untuk masyarakat yang mau berpartisipasi memajukan dakwah di Radio Fajri. Menurut data yang penulis dapatkan dari web fajrifm.com, Radio Fajri sangat berkomitmen untuk mendirikan radio diseluruh Indonesia agar dakwah Islam melalui radio dapat dinikmati oleh seluruh kaum muslimin di Indonesia.

Dalam membuat satu buah stasiun radio setidaknya dibutuhkan dana sekitar Rp. 650.000.000,00 sampai dengan Rp. 750.000.000,00. Sedangkan menurut catatan terakhir pada tanggal 28 Januari 2016 telah terkumpul uang sebanyak Rp. 339,223,737, 00. Mengenai hal ini, program tersebut masih membutuhkan banyak dana, maka dibentuklah Yayasan Perduli Fajar Imani. Selain dibentuk yayasan tersebut, dibuat juga kartu komunitas

pendengar Radio Fajri. Kartu ini adalah sebuah kartu bukti komunitas pendengar fajri yang sekaligus sebagai kartu ATM di Bank Syariah Mandiri. Dengan dibuatnya kartu komunitas tersebut, diharapkan komunitas pendengar Radio Fajri semakin bertambah banyak dan menjadi ciri dasar loyalitas para pendengar Radio Fajri. Untuk pendaftaran kartu pendengar fajri itu sendiri bisa langsung datang ke kantor Radio Fajri, atau datang ketika acara *off air* atau *event-event* tertentu. Dibuatnya kartu tersebut juga, agar memberikan kemudahan masyarakat untuk berdonasi guna kemajuan dakwah.

### **Unsur-Unsur Dakwah dalam Program Siaran Radio Fajri 99,3 FM**

Segala macam kegiatan dakwah tidak akan pernah terlepas dari unsur-unsur dakwah itu sendiri. Kita ketahui yang termasuk dalam unsur-unsur dakwah adalah da'i (pelaku dakwah), *mad'u* (sasaran dakwah), *maudlu'* (pesan dakwah), metode (cara dalam dakwah), media (alat/sarana yang menunjang kegiatan dakwah), *atsar* (efek dakwah). Bila kegiatan dakwah dilakukan dalam suatu organisasi yang menggunakan media radio seperti yang dilakukan di Radio Fajri FM, maka unsur-unsur dakwahnya adalah sebagai berikut dibawah ini:

*Pertama*, Da'i. Da'i dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah merupakan orang yang melakukan dakwah, atau dapat diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain (*mad'u*) (Wahidin Saputra, 2012:261). Sesuai dengan salah satu misinya yaitu menghadirkan pemateri yang kapabel, profesional dan ilmiah akademisi, Radio Fajri menghadirkan narasumber-narasumber yang Islami dan berpendidikan tinggi. Seorang da'i yang berpendidikan memang sangat diperlukan untuk kemajuan dakwah itu sendiri. Dibawah ini merupakan nama-nama narasumber diRadio Fajri 99,3 FM, yaitu sebagai berikut: Ust. Arifin, S.H.I. Ust. Ibrahim Bafadhol, Lc., M.Pd.I. Ust. Muhammad Haidrail Iltizam Fatih, S.Pd.I. Ust. Abu Azzam Hawari, Lc., M.E.I. Ust. Fitri Fitrianto, Lc. Ust. Irfan B Nurdin, S.Th.I. Ust. Umar Muhsin, Lc., M.Pd.I. Ust. Rahendra Maya, S.Th.I., M.Pd.I. Dr. Muhammad Sarbini, M.H.I. Dr. Ali Maulida, S.S., M.Pd.I. Muslim, S.S., M.M. Ridwan Farid, S.Th.I. Hendirman, S.Ud. Dwiky A., S.Ud. M. Saefun Arif. Ghofar Ismail. S.Ud. dan Anindyo Y., A.Md.

Dari nama-nama narasumber diatas hanya ada sebagian narasumber tetap Radio Fajri, dan narasumber tetap tersebut memiliki jabatan di PT. Radio Fajar Imani (Radio Fajri 99,3 FM). Narasumber tetapnya yaitu Dr. Muhammad Sarbini, M.H.I menjabat sebagai Komisaris Utama, Dr.

Rahendra Maya, S.Th.I., M.Pd.I sebagai Komisaris, Dr. Ali Maulida, S.S., M.Pd.I sebagai Komisaris, Muslim, S.Pd.I., M.M sebagai Direktur Utama, Ridwan Farid, S.Th.I sebagai Direktur, Hendirman, S.Ud sebagai Penanggungjawab Bidang Pemberitaan, Dwiki A., S.Ud sebagai Penanggungjawab Bidang Siaran, Muhammad Saepun Arif Penanggungjawab Bidang Teknik, Ghofar Ismail, S.Ud sebagai Penanggungjawab Bidang Keuangan, dan Anindyo Y., A.Md menjabat sebagai Penanggungjawab Bidang Usaha.

*Kedua, Mad'u.* Secara etimologi kata *mad'u* dari bahasa Arab, diambil dari bentuk isim *maf'ul* (kata yang menunjukkan objek atau sasaran) (Wahidin Saputra, 2012:279). Bisa diartikan bahwa *mad'u* merupakan sasaran atau orang yang menerima dakwah, baik individu maupun masyarakat.

Sasaran dakwah pada Radio Fajri merupakan masyarakat Bogor. Mesin yang digunakan oleh PT. Radio Fajar Imani adalah RVR 5000 Watt, dengan tinggi tower 52 meter. Berdiri di kaki gunung salak,  $\pm$  700 meter di atas permukaan laut. Dengan mesin dan pemancar signal tersebut, jangkauan siaran Radio Fajri menjadi sangat luas, mencapai semua daerah di Bogor hingga daerah-daerah sekitar Bogor. Jadi, jika berbicara *mad'u* atau penerima dakwah dari radio ini yaitu masyarakat Bogor dan sekitarnya. "Ridwan Farid Direktur PT. Radio Fajri mengatakan, hingga sekarang pendengar siaran dakwah di Radio Fajri FM mencapai 3000 lebih pendengar".

*Ketiga, Materi* atau *maddah* adalah isi pesan yang disampaikan kepada *mad'u* (penerima pesan dakwah). Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan dalam tiga pokok ajaran agama Islam, yaitu akidah, akhlak dan syari'ah. Begitupun dengan materi dakwah dalam siaran Radio Fajri, ada nilai-nilai akidah, akhlak dan syari'ah yang ingin disampaikan didalamnya guna meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat.

Siaran dakwah di Radio Fajri itu sendiri diklasifikasikan dalam lima rubik acara, di dalam lima rubik acara tersebut terdapat lagi acara siaran-siaran lainnya. Adapun lima rubik acara tersebut yaitu: *Tanya Jawab SMS (Solusi Masalah Sehari-Hari)*. Deskripsi acara ini adalah jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan seputar keislaman yang dikirimkan pendengar melalui sms. *Dialog*. Yang termasuk dalam rubik acara ini adalah acara-acara siaran dialog dengan narasumber untuk menjelaskan syubhat-syubhat tentang hal yang telah jelas keharamannya. *Kisah Pengungah*. acara siaran yang termasuk kedalam rubik ini adalah acara-acara siaran mengenai

pembacaan kisah-kisah Islami yang nyata dan mengungghah jiwa untuk diambil pelajaran dalam realita kita. *Jendela Akhirat*. Acara-acara mengenai pemaparan tentang hari akhir yang akan terjadi dan akan dialami manusia. *Tarhib dan Tarhib*. Yang termasuk dalam rubik acara Tarhib dan Tarhib adalah acara-acara siaran seputar ceramah ringkas tentang motivasi ibadah dan kebaikan, serta peringatan dari maksiat dan hal yang melalaikan.

Seluruh mata acara siaran Radio Fajri berjumlah 51 mata acara. Penjelasan mengenai pesan-pesan siaran dakwah masing-masing program siaran akan dijelaskan dalam sub bab tentang peran program siaran dakwah Radio Fajri fm dalam meningkatkan keberagamaan masyarakat.

*Keempat*, Metode, dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara). Dengan demikian, kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan (Saputra, 2012:242).

Metode dakwah berarti cara yang telah direncanakan dan telah melalui proses berfikir untuk mencapai suatu tujuan dakwah. Berkaitan dengan metode dakwah, acara siaran di Radio Fajri pun tidak terlepas dari hal tersebut. Metode yang digunakan dalam siaran Radio Fajri adalah sebagai berikut: Metode Ceramah banyak dilakukan dalam program siaran Radio Fajri dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat. Salah satu contohnya metode ini digunakan dalam rubik program siaran *Tarhib dan Tarhib*. Rubik ini menyajikan acara-acara siaran ceramah ringkas tentang motivasi ibadah dan kebaikan, serta peringatan dari maksiat dan hal yang melalaikan. Narasumber dari rubik acara ini adalah Ust. Fitri Fitrianto, Lc. Metode ini juga digunakan dalam rubik acara Kisah Pengungghah dan Jendela Akhirat. Pada rubik Kisah Pengungghah, acara-acarannya yaitu mengenai pembacaan kisah-kisah Islami yang nyata dan mengungghah jiwa untuk diambil pelajaran dalam realita kita. Pada acara Jendela Akhirat, yaitu acara-acara seputar pemaparan tentang hari akhir yang akan terjadi dan akan dialami manusia. Ust. Fitri Fitrianto pada rubik-rubik acara tersebut menjelaskan secara monologis, menyampaikan materi siaran sesuai tema yang dibawakan pada acara-acara dalam rubik tersebut.

Metode Tanya Jawab digunakan dalam rubik acara Tanya Jawab SMS (Solusi Masalah Sehari-hari). Rubik tersebut mengenai acara-acara mengenai jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan seputar keislaman yang dikirimkan pendengar melalui sms. Contoh program siaran yang menggunakan metode ini adalah pada acara siaran *Tanya Jawab SMS LIVE dan Rekaman*. Acara siaran ini merupakan rangkaian siaran seputar tanya

jawab kajian dan materi-materi keislaman via SMS dalam bentuk live dan rekaman. Dengan adanya acara siaran tersebut pendengar Radio Fajri bisa menanyakan apapun tentang pengetahuan Islam, atau untuk meminta kejelasan dari siaran agama Islam yang masih belum bisa difahaminya. Narasumber pada rubik Tanya Jawab SMS (Solusi Masalah Sehari-Hari) yaitu Ust. Arifin, S.H.I, Ust. Ibrahim Bafadhol, Lc., M.pd.I, Ust. Muhammad Haidrail Iltizam Fatih, S.Pd.I, Ust. Abu Azzam Hawari, Lc., M.E.I, Ust. Fitri Fitrianto, Lc, Ust. Irfam B Nurdin, S.Th.I, dan Ust. Umar Muhsin, Lc., M.Pd.I.

Metode *Mujadalah*. Metode ini digunakan dalam rubik Dialog, yaitu acara-acara yang menyajikan dialog dengan ustadz untuk menjelaskan syubhat-syubhat tentang hal yang telah jelas keharamannya. Dalam rubik acara dialog tersebut tentunya pendengar dapat berdiskusi bahkan bisa berdebat dengan narasumber, namun tujuan dari adanya rubik acara ini adalah untuk menambah pemahaman berfikir masyarakat dan narasumber itu sendiri. Narasumber dari rubik acara ini adalah Ust. Ibrahim Bafadhol, Lc., M.Pd.I, dan Ust. Rahendra Maya, S.Th.I., M.Pd.I.

Metode Demonstrasi. Penggunaan metode demonstrasi dilakukan dalam program off air. Metode demonstrasi adalah suatu metode dakwah , di mana seorang da'i memperlihatkan sesuatu atau mengadakan pementasan sesuatu dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang ia inginkan. Program off air tersebut yaitu seminar keislaman bersama tokoh nasional, bazaar aneka produk islami, pelatihan thibbun nabawi (pengobatan cara nabi ), temu pendengar fajri, acara ifthor jama'i (buka puasa bersama pendengar) di bulan romadhon, pelatihan jurnalist broadcasting, pembentukan forum pendengar fajri dan pesantren kilat dan pelatihan broadcasting pelajar.

### **Peran Program Siaran Dakwah Radio Fajri FM dalam Meningkatkan Keberagaman Masyarakat**

Pada praktiknya, seluruh program siaran di Radio Fajri bertujuan lebih menekan pada hal-hal yang lebih substansial dalam dakwahnya. Dalam artian, siarannya mengesampingkan nilai-nilai faham agama, yang terpenting adalah agar masyarakat mau melaksanakan ibadah fardiah, sedangkan praktik beribadahnya diserahkan kembali kepada pribadi atau masyarakat, mengingat perbedaan itu sendiri merupakan *sunmatullah* yang tidak dapat ditiadakan. Ada juga program siaran yang menceritakan kisah-kisah para sahabat rasul, tujuannya adalah agar kebaikan-kebaikan berupa

nilai sosial dan akhlak para sahabat dapat di ikuti juga oleh para pendengar siaran Radio Fajri. Berlatar belakang hal tersebut, maka siaran-siaran dakwah di Radio Fajri ini dikemas sedemikian rupa agar siaran dakwahnya dapat bersifat universal dapat diterima oleh semua kalangan, golongan dan aliran faham beragama.

Jika menyinggung tentang dakwah, Ridwan Farid, S.Th.I (Direktur Radio Fajri FM) mengatakan, “menyebarkan dakwah lewat siaran radio merupakan cara yang dapat berdamai dengan zaman bermedia seperti sekarang ini. Dakwah ini juga merupakan prosen penanaman nilai-nilai ajaran agama Islam kepada masyarakat yang akan dan harus terus dilakukan dari masa ke masa, agar masyarakat faham betul tentang ajaran Islam dan dapat menjadi individu yang islami baik dari cara berfikir dan cara bertindaknya dalam kehidupan.

Ridwan Farid melanjutkan opininya, bahwa dakwah dan perubahan sosial sangatlah berkaitan satu sama lainnya. Untuk itu, ilmuwan-ilmuan dan cendekiawan-cendekiawan sangat penting dalam penyebaran dakwah dan perubahan sosial. Pada pemikirannya ia menegaskan bahwa dakwah dalam proses perubahan sosial itu, seperti menyeru masyarakat untuk berhijrah dari ke kufuran menuju ketaqwaan, kesengsaraan menjadi kemakmuran, menjadikan masyarakat yang cerdas dengan mengajak untuk tetap terus mau menuntut ilmu, mengajak untuk selalu menjaga kesehatan jasmani dan rohani, dan lain sebagainya. Dengan seperti ini barulah kita bisa berbicara dakwah memang membawa pesan ajaran Agama Islam yang universal dan menjadi *Rahmatan lil ‘Alamin* untuk memberikan kemajuan dalam berbagai bidang.

Radio sebagai media massa memiliki fungsi sebagai stabilitas sosial. Media massa menciptakan ritual yang dijalani orang dalam kehidupan sehari-hari. Ini adalah salah satu cara di mana media dapat memberi kontribusi pada stabilitas sosial. Media mendorong sosialisasi menuju ke masa dewasa, memberi koontribusi pada kohesi sosial dengan mengafirmasi keyakinan dan nilai-nilai yang tidak konsisten dan menjembatani diskrepansi antara perilaku antara perilaku privat dengan moralitas publik (Vivian, 2008: 509).

Dari lima puluh satu program siaran Radio Fajri, dapat diklasifikasikan menjadi beberapa konten siaran, yaitu konten siaran pendidikan, agama, anak, informasi dan layanan masyarakat, dan berita. Terdapat 14 program siaran pendidikan, 25 siaran agama, 1 program siaran anak, 4 siaran informasi dan layanan masyarakat, 1 iklan, dan 5 hiburan

dengan jumlah menjadi 51 program siaran. Macam-macam program siaran pendidikan yaitu program siaran Adab Islami, Akhlak, Dzikir Ba'da Sholat, Dzikir Malam, Dzikir Pagi, Dzikir Petang, Ensiklopedi Islam, Keluarga Islam, Kuliah Islam, Pemuda Islami, Siroh Nabawiyah, Tarbiyatul Aulad, Tarikh Islami, dan Wanita. Program siaran Agama sebagai berikut, Akidah, Adzan, Al-Kabair, Amal-Amal Sholeh, Do'a dan Dzikir, Dosa, Fikih Islam, Janji dan Ancaman, Jendela Akhirat, Kesalahan-Kesalahan Kita, Kisah Mulia, Kisah Taubat, Manhaj ASWAJA, Mistik, Murotal, Mutiara Ayat, Mutiara Hadits, Mutiara Ilmu, Shodaqoh, Syarah Hadits, Tafsir Ayat, Tafsir Ayat Sahabat, Tafsir Ayat Tauhid, Targhib Jum'at, dan Tilawah Terjemah. Program siaran hiburan yaitu Ikhwanuna, Mutiara Syair, PILDA (Materi Pilihan Anda), dan SNADA (Seputar Nasihat Anda). Program siaran berita, informasi dan layanan masyarakat yaitu Fatwa MUI/Ulama, Islamul Yaum, Kesehatan, dan Talkshow Interaktif. Dan yang terakhir program siaran anak adalah acara siaran Bunayati.

Dari semua siaran diRadio Fajri, materi siaran dakwahnya dapat dikategorikan dalam tiga dasar materi dakwah seperti yang kita ketahui, yaitu akidah, akhlak dan syari'ah. Berikut di bawah ini macam-macam acara siaran radio yang termasuk dalam tiga kategori materi dasar dakwah, yaitu sebagai berikut: Acara Radio Bermateri Akidah. 1) Akidah adalah program siaran berklasifikasi siaran agama, materi yang ingin disampaikan dalam program ini adalah siaran seputar penjelasan akidah dalam Islam. 2) Al-Kabair. Program siaran Al-Kabair merupakan siaran seputar penjelasan dosa-dosa besar dalam Islam. Program siaran ini terdapat dalam klasifikasi program Agama Fajri. 3) Bunayati Bunayati adalah program siaran yang dihususkan untuk anak-anak usia 5-10 tahun. Acara ini dihadirkan untuk anak-anak, dalam upaya menguji keberanian mereka dalam membaca hadits, Alquran dan do'a-do'a via telepon. Acara ini agar anak-anak mau dan terbiasa dalam mengamalkan al-quran dan hadits dalam kehidupan sehari-harinya, dan agar menjadi manusia yang selalu ingat kepada Tuhannya dengan tidak lupa untuk selalu berdo'a.4) Dosa. Program siaran Dosa adalah acara siaran yang ingin menyampaikan penjelasan dosa-dosa dalam Islam. Tujuan dari program acara ini adalah agar masyarakat mengetahui, mengerti dan menjauhi segala macam hal yang dapat menyebabkan dosa. 5) Dzikir Ba'da Sholat, Siaran radio ini siaran yang dilaksanakan ketika setelah sholat-sholat fardu. Adapun tujuannya adalah agar masyarakat sering mendengar bacaan dzikir dan menghafalnya baik sengaja maupun tidak sengaja karena sering mendengar. 6) Dzikir Malam

adalah siaran dzikir yang dilakukan pada malam hari menjelang tidur. 7) Dzikir Pagi Siaran dzikir yang dilakukan pada pagi hari. 8) Dzikir Petang. Siaran dzikir yang dilakukan pada sore hari menjelang malam. 9) Ikhwanuna merupakan program siaran yang berklasifikasi hiburan di Radio Fajri. Yang ingin disampaikan adalah siaran seputar kondisi dan budaya adat istiadat kaum muslimin di berbagai belahan dunia. 10) Islamul Yaum adalah program siaran Radio Fajri yang termasuk dalam klasifikasi siaran berita dan informasi, siaran ini seputar informasi berita Islam dan perjuangan kaum Muslimin di seluruh belahan dunia. 11) Janji dan Ancaman. Kita ketahui, Allah subhanahu wata'ala adalah berifat rohman-rohim atau maha penyayang, tetapi ada hal yang dilupakan oleh manusia yaitu bahwa Allah SWT juga maha tega atau tegas. Untuk dalam program siaran Janji dan Ancaman ini, siaran yang ingin disampaikan adalah seputar penjelasan ayat-ayat tentang janji dan ancaman dari Allah. Dengan adanya program siaran ini masyarakat menjadi tahu tentang janji-janji Allah dan ancamannya tersebut. 12) Kisah Taubat Manusia adalah dianugerahi nafsu iman. Nafsu itu sendiri terbagi lagi menjadi tiga yaitu nafsu ammarah bissu', nafsu lawwamah, nafsu mutmainnah. *Nafsu ammarah bissu'* adalah nafsu yang melekat pada diri seseorang yang dapat melemahkan iman manusia untuk melakukan perbuatan yang dilarang agama. *Nafsu lawwamah* adalah nafsu yang telah mengenal baik dan buruk, tetapi karena kelalaian manusianya, manusia itu sendiri yang menjadi tersesat karena kelalaiannya, maka ia akan terjerumus dosa. Karena hal tersebutlah diadakan program siaran Kisah Taubat yaitu siaran seputar kisah-kisah pertaubatan seorang muslim. 13) Kuliah Islam adalah siaran Radio Fajri yang membahas seputar kajian-ajian Islam secara teratur. 14) Manhaj ASWAJA adalah siaran yang membahas seputar kajian metode dalam memahami Islam sesuai pemahaman para salafush sholih. 15) Siroh Nabawiah, Acara siaran Siroh Nabawiah adalah siaran yang materinya tentang seputar kisah Nabi Muhammad Saw. 16) Tafsir Ayat-Ayat Tauhid. Tafsir Ayat-Ayat Tauhid yaitu program siaran Radio Fajri yang menyampaikan siaran seputar penjelasan ayat-ayat Alquran yang berkenaan dengan tauhid. 17) Tanya Jawab SMS Live dan Rekaman.

Acara siaran ini adalah acara umum yang membahas seluruh kajian dan materi-materi keislaman. Jadi masyarakat dapat bertanya perihal ajaran akhlak, akidah, syaria dan atau yang lainnya. A) Acara Radio Bermateri Akhlak: 1) Adab Islami adalah acara siaran yang membawakan siaran seputar adab-adab Islami dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya acara ini, masyarakat menjadi belajar tentang cara atau adab yang baik dalam

keseharian mereka. 2) Akhlak. Program acara Akhlak adalah program siaran tentang seputar akhlak Islami dalam kehidupan sehari-hari. 3) Amal-Amal Sholeh. Program siaran berklasifikasi Agama di Radio Fajri ini membahas seputar amal-amal sholeh yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. 4) Jendela Akhirat. Yaitu program siaran yang menyiarkan seputar materi-materi renungan malam. 5) Keluarga Islam. Acara siaran ini adalah siaran seputar materi tentang panduan membentuk keluarga yang Islami. 6) Kisah Anak Sholeh. Acara siaran ini ditujukan kepada anak berusia 5-15 tahun, yang materinya siaran seputar kisah-kisah mulia para anak sholeh. 7) Kisah Mulia. Acara siaran ini adalah siaran yang menyajikan siaran seputar kisah-kisah mulia para salafush soleh. 8) Pemuda Islami. Pemuda Islami adalah siaran pendidikan di Radio Fajri yang menyiarkan seputar keadaan dan kondisi islami saat ini. Contoh baik dari pemuda saat ini diharapkan dapat memotivasi para pendengar khususnya pemuda Islam, dan contoh buruk agar dapat dihindarinya. 9) SNADA (Seputar Nasihat Anda). Acara ini merupakan acara yang memberikan kesempatan kepada para pendengar untuk menyampaikan siaran berupa pembacaan nasihat-nasihat Islami via SMS dalam format live dan rekaman. 10) Talkshow Interaktif. Acara radio ini merupakan suatu acara berklasifikasi informasi dan layanan masyarakat. Jadi acara ini juga termasuk dalam tiga kategori dasar siaran dakwah pada materinya, yaitu akhlak, akidah dan syariah. Adapun acara siaran ini adalah siaran berupa talkshow interaktif dengan narasumber dari berbagai instansi dan lembaga. 11) Tarbiyatul Aulad. Siaran ini membawa materi seputar metode dan kiat-kiat mendidik anak secara Islami. Dengan acara ini orang tua dapat menjadikan materinya sebagai contoh untuk mendidik anak-anak mereka agar menjadi anak yang berbudi pekerti baik dan Islami. 12). Targhib Jum'at. Hari jum'at adalah rajanya hari. Pada hari jum'at banyak keutamaan-keutamaan yang dapat menjadi amalan berpahala. Karenanya adanya acara siaran radio Targhib Jum'at ini menyiarkan seputar penjelasan singkat keutamaan, adab-adab di hari jum'at. 13) Tarikh Islami. Acara siaran Tarikh Islami adalah program acara siaran seputar kisah-kisah Islami. 14) Tanya Jawab SMS Live dan Rekaman. Acara siaran ini adalah acara umum yang membahas seluruh kajian dan materi-materi keislaman. Jadi masyarakat dapat bertanya perihal ajaran akhlak, akidah, syaria dan atau yang lainnya. 15) Wanita Program acara Wanita merupakan siaran seputar materi-materi kewanitaan dan panduan wanita muslimah dalam Islam.

Acara Radio Bermateri Syariah 1) Doa dan Dzikir. Siaran seputar do'a-do'a dan dzikir Islami yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. 2)

Ensiklopedi Islam. Acara siaran Ensiklopedi Islam membahas seputar penjelasan wawasan dan khazanah ke-Islaman. 3) Fatwa MUI//Ulama. Program acara yang menyiarkan seputar fatwa-fatwa MUI dan ulama-ulama lainnya. 4) Fikih Islam. Acara siaran Fikih Islam membahas seputar penjelasan fikih Islami dalam kehidupan sehari-hari. 5) Mistik. Acara ini menyajikan siaran seputar hal-hal mistik yang ada dalam kehidupan manusia. 6) Murrotal. Program acara ini adalah siaran Tilawah Alquran yang dilakukan oleh para qori dan muqori. 7) Mutiara Ayat. Alquran adalah sebuah kitab yang bahasanya menggunakan bahasa kiasan, karenanya banyak penafsiran-penafsiran berbeda tentang ayat Alquran. Acara Mutiara Ayat adalah siaran seputar penjelasan dan penafsiran singkat ayat-ayat dalam Alquran dengan sumber referensi yang jelas. 8) Mutiara Hadits. Siaran Mutiara Hadits adalah siaran seputar penjelasan dan penafsiran singkat hadits-hadits Rasulullah. 9) Mutiara Ilmu. Mutiara Ilmu merupakan siaran berklasifikasi Agama di Radio Fajri. Acara ini menyampaikan siaran seputar penjelasan tentang hakikat ilmu dalam Islam. 10) Mutiara Syair. Siaran Mutiara Syair adalah acara siaran yang memutarakan sya'ir sya'ir Islami sebagai acara hiburan di Radio Fajri. 11) Tafsir Ayat-Ayat Tauhid. Tafsir Ayat-Ayat Tauhid yaitu program siaran Radio Fajri yang menyampaikan siaran seputar penjelasan ayat-ayat Alquran yang berkenaan dengan tauhid. 12) Tilawah Terjemah. Acara siaran Tilawah Terjemah ini termasuk dalam klasifikasi siaran Agama yang menyiarkan Tilawah Alquran oleh para qori dan muqori dengan disertai pembacaan terjemahannya. 13) Tanya Jawab SMS live dan Rekaman. Acara siaran ini adalah acara umum yang membahas seluruh kajian dan materi-materi keislaman. Jadi masyarakat dapat bertanya perihal ajaran akhlak, akidah, syariha dan atau yang lainnya.

Kegiatan dakwah di Radio Fajri sudah berlangsung sekitar 16 tahun lamanya, dimulai pada tahun 2000-2016. Sampai sejauh ini tidak ada hambatan yang serius yang dihadapi oleh pihak radio. Hambatan Radio Fajri hanya pada cuaca di Bogor yang sering hujan dan kadang disertai petir, sehingga pihak radio harus mematikan mesin radio dan menghentikan siaran. Masyarakat Bogor dapat menerima dengan baik siaran dakwah di Radio Fajri. Pada awal didirikan pendengar Radio Fajri hanya sampai ratusan pendengar saja, namun sekarang Radio Fajri semakin berkembang dan sudah mencapai 3000 lebih pendengar dan akan terus meningkat lagi, (Wawancara direktur utama, 07 Juli 2016).

Pengaruh dakwah Radio Fajri dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Islam pun sudah dirasakan oleh masyarakat Bogor.

Contohnya ketika peneliti mewawancarai warga Bogor bernama Yai Tasyrifah ia mengatakan pendapatnya tentang siaran Radio Fajri ini, “Saya banyak mendapat pencerahan dari siaran di Fajri, salah satunya dulu cuma membaca Alquran saja, tapi setelah tahu bahwa ada yang lebih penting selain dibaca tapi juga difahami maknanya, ungkapinya (wawancara, 07 Juli 2016)”. Pengaruh inilah yang menjadikan dakwah melalui Radio Fajri bisa menjadi model bagi radio lainnya. Model dakwah inilah yang bisa diterapkan dalam kegiatan dakwah lainnya (Saepuloh, 2009).

## PENUTUP

Penyebaran dakwah lewat radio tidak luput dari teori mengenai unsur-unsur dakwah yaitu da’i, *mad’u*, maudlu, dan sebagainya. Sedangkan unsur-unsur dakwah dalam siaran dakwah itu seperti da’i merupakan narasumber siarannya, *mad’u* merupakan para pendengar atau targer pendengar siarannya, maddah merupakan materi dakwah yang terkandung dalam acara siarannya, dan lain sebagainya.

Dari lima puluh satu program siaran Radio Fajri, diklasifikasikan menjadi beberapa konten siaran, yaitu konten siaran pendidikan, agama, anak, informasi dan layanan masyarakat, dan berita. Terdapat 14 program siaran pendidikan, 25 siaran agama, 1 program siaran anak, 4 siaran informasi dan layanan masyarakat, 1 iklan, dan 5 hiburan dengan jumlah menjadi 51 program siaran. Macam-macam program siaran pendidikan yaitu progam siaran Adab Islami, Akhlak, Dzikir Ba’da Sholat, Dzikir Malam, Dzikir Pagi, Dzikir Petang, Ensiklopedi Islam, Keluarga Islam, Kuliah Islam, Pemuda Islami, Siroh Nabawiyah, Tarbiyatul Aulad, Tarikh Islami, dan Wanita. Program siaran Agama sebagai berikut, Akidah, Adzan, Al-Kabair, Amal-Amal Sholeh, Do’a dan Dzikir, Dosa, Fikih Islam, Janji dan Ancaman, Jendela Akhirat, Kesalahan-Kesalahan Kita, Kisah Mulia, Kisah Taubat, Manhaj ASWAJA, Mistik, Murotal, Mutiara Ayat, Mutiara Hadits, Mutiara Ilmu, Shodaqoh, Syarah Hadits, Tafsir Ayat, Tafsir Ayat Sahabat, Tafsir Ayat Tauhid, Targhib Jum’at, dan Tilawah Terjemah. Program siaran hiburan yaitu Ikhwanuna, Mutiara Syair, PILDA (Materi Pilihan Anda), dan SNADA (Seputar Nasihat Anda). Program siaran berita, informasi dan layanan masyarakat yaitu Fatwa MUI/Ulama, Islamul Yaum, Kesehatan, dan Talkshow Interaktif. Dan yang terakhir program siaran anak adalah acara siaran Bunayati.

Sebagai radio dakwah, Radio Fajri tentunya sangat berperan dalam dakwah Islam terhadap masyarakat. Seluruh siaran di Radio Fajri

merupakan siaran dakwah Islam. Materi yang disampaikan berdasarkan tiga pokok utama ajaran Islam yaitu mengenai Akidah, Syari'ah dan Akhlak. Maka siaran-siaran Radio Fajri dapat diklasifikasikan kedalam tiga pokok ajaran Islam tersebut. Dengan demikian, Radio Fajri sangat cocok untuk dijadikan contoh atau sebagai model radio dakwah. Sebagai usaha dalam melaksanakan dakwah Islam dan meningkatkan pemahaman agama masyarakat, Radio Fajri telah melakukan beragam upaya. Contohnya dalam seluruh program siarannya bermuatan pendidikan dan nilai-nilai Islami.

## DAFTAR PUSTAKA

- Enjang AS., & Aliyudin, E. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Widya padjadjaran.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aripudin, A. (2013). *Sosiologi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Aripudin, A. (2014). *Perbandingan Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Cetakan ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2009). *Sosiologi Komunikasi*. Cetakan ke-4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan ke-15. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Liliweri, A. (1991). *Memahami Pesan Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Cetakan ke-1. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, A. (2011). *Komunikasi Organisasi*. Ed. 1, Cet. 12. Jakarta. Bumi Aksara.
- Muhyiddin, A. (2014). *Kajian Dakwah Multiperspektif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Ilahi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Romli, A. S. M. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Cetakan I. Bandung: Nuansa.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Cetakan ke-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saepuloh, U. (2009). Model Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 4 (14) 657-688.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Cetakan ke-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



## Pesan Dakwah Visual tentang Muslimah di Media Sosial Line @dakwahmuslimah

Siti Zakiyah Tifany\* & Uwes Fatoni

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

\* Email: [fhany.zaky@gmail.com](mailto:fhany.zaky@gmail.com)

### ABSTRAK

Artikel ini membahas pesan dakwah visual tentang muslimah dalam akun Line @dakwahmuslimah baik dari aspek konten maupun bentuk format pesan dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif terhadap pesan-pesan dakwah yang diunggah akun Line @dakwahmuslimah pada bulan November 2015 sebanyak 53 pesan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan kategori pesan dakwah terdapat tiga, yaitu akidah, syari'ah dan akhlak. Adapun format pesan dakwah meliputi poster, meme, komik dan *sticker*. Dari format pesan dakwah ini ditemukan variasi konten dan format pesan dakwah visual, yaitu poster akidah, poster syari'ah dan poster akhlak, meme syari'ah, komik akidah, komik akhlak dan *sticker* akhlak.

**Kata Kunci:** Pesan Dakwah; Muslimah; Media Sosial; Line.

### ABSTRAK

*This article discusses the message of da'wah on Muslimah in the Line @dakwahmuslimah account both the content aspect and the form format of da'wah messages. The research method used qualitative content analysis with descriptive research type of 53 messages of da'wah uploaded account Line @dakwahmuslimah in November 2015 as many as messages. Based on the research results found that there are three message categories of da'wah, namely aqidah, syari'ah and akhlak. The format of the da'wah message include posters, memes, comics and stickers. From the format of this da'wah message found variations of content and format of visual dakwah messages, namely poster on akidah, poster on syari'ah, poster on akhlak, meme on syari'ah, comics on akidah, comics on morals and stickers on akhlak.*

**Keywords:** Da'wah Message; Muslimah; Social Media; Line.

## PENDAHULUAN

Kemajuan bidang komunikasi mempermudah dalam mensyiarkan dakwah Islam, sekaligus menjadikan tantangan bagi da'i. Secara sederhana dakwah dapat dipandang sebagai proses penyampaian pesan dari da'i kepada *mad'u* untuk selalu berada di jalan Allah, mengikuti perintah dan larangannya baik secara lisan maupun tulisan yang di dalamnya mengandung nilai-nilai ajaran Islam dengan maksud untuk menghidupkan fungsi-fungsi ajaran agama dalam kehidupan manusia. Materi dakwah menurut Samsul Munir Amin (2013: 90) dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu: akidah, syari'ah dan akhlak. Akidah adalah Akidah merupakan suatu kepercayaan untuk mengenal Allah Swt dan alam ghaib yang tidak terjangkau manusia. Akidah menurut Amin (2009: 90) hanya membahas masalah yang wajib diimani, tetapi meliputi masalah yang dilarang, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya. Syari'ah menurut Ali (2012: 46) ialah aturan hidup manusia didunia yang diberikan Allah sebagai dasar hukum bagi manusia. Oleh karena itu, manusia wajib mengikuti semua ketentuan aturan Allah sesuai dengan Alquran Hadits. Akhlak menurut imam Al-Ghazali akhlak adalah daya kekuatan (sifat) yang tertanam dalam jiwa yang mendorong perbuatan-perbuatan spontan tanpa memerlukan pertimbangan pikiran (Anwar, 2010: 13).

pesan dakwah menurut Tasmara (1987: 43) merupakan semua pernyataan yang bersumber dari Alquran dan sunnah baik tertulis maupun lisan. Dalam kehidupan, manusia dalam melakukan tindakan dan aktivitas apapun tidak lepas dari Alquran dan sunnah sebagai landasan hidupnya. Dakwah dapat disampaikan oleh laki-laki maupun perempuan. Dalam hal ini penulis lebih mengkhususkan pesan dakwah yang disampaikan oleh wanita muslimah.

Wanita muslimah yang meyakini dirinya sebagai seorang muslim yang ta'at akan perintah Allah, Alquran dan sunnah sebagai landasan hidup dalam melakukan berbagai tindakan dengan hati-hati dan jeli. Menurut Nakhrawie (2007: 13) wanita sholehah sebagai makhluk yang suci, wajib "menjaga kesucian harga dirinya dan juga dihiasi dengan akhlakul karimah. Tindakan inilah yang benar-benar mencerminkan diri sebagai seorang wanita muslimah".

Melihat teknologi pada zaman sekarang ini sudah sangat berkembang pesat, kehadiran media massa dan media komunikasi dapat

dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah khususnya media komunikasi dengan melalui internet. Kini dakwah tidak hanya melalui mimbar saja, tapi tetapi dapat pula melalui media sosial yang menjadi salah satu jalan untuk mensyiarkan agama Islam dengan mudah. Media sosial menurut Rulli Nasrullah (2015: 11) “media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.” Berbagai aplikasi di media sosial sebagai bentuk berkomunikasi, seperti Instagram, Facebook, Twitter, Line dan sebagainya.

Dengan Merebaknya situs media sosial yang muncul, hal ini dapat menguntungkan masyarakat dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah juga dengan ongkos yang lebih murah ketimbang melalui via telepon. Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial dapat mempercepat penyebaran informasi. Situs jejaring sosial bermacam-macam bentuk dan jenisnya, salah satunya adalah Line. Line merupakan salah satu media komunikasi yang sering digunakan dan memiliki fitur-fitur yang lebih menarik. Peranan Line sebagai media komunikasi sedikit banyaknya telah mempengaruhi pengguna untuk mensyiarkan agama Islam melalui unggahan foto atau gambar dan video. @dakwahmuslimah adalah salah satu akun yang penulis teliti terkait pesan-pesan dakwahnya dalam media sosial Line.

Line merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk bertukar informasi pesan baik berbentuk teks, video, audio dan gambar secara gratis dengan menggunakan jaringan internet sebagai media atau alat pengirim pesan. Aplikasi line ini bisa digunakan oleh semua jenis smartphone atau komputer. Selain fungsinya untuk mengirim pesan, line memiliki fitur-fitur menarik dalam pengiriman pesan, sehingga line dikenal banyak orang dengan *stickernya*. Dengan adanya *sticker* pengguna lebih mudah dalam mengekspresikan dirinya baik ketika senang, sedih dan sebagainya dengan menggunakan *sticker* tersebut.

Sejarah berdirinya Line ini menurut Putra (2014: 82) mulai muncul ketika terjadi tsunami dan gempa besar yang terjadi di Jepang pada tahun 2011. Saat itu, karyawan NHN terpaksa harus berhubungan melalui internet antar satu sama lain, kemudian NHN memutuskan membuat aplikasi yang bisa diakses dan mudah digunakan melalui smartphone, tablet dan desktop untuk melakukan instant messaging secara gratis yang disebut Line. Saat itulah line resmi digunakan pada tanggal 23 Juni 2011 oleh NHN cabang

Jepang. Pada bulan November 2012 pengguna Line mencapai 74 juta diseluruh dunia, kemudian pada tanggal 2 Mei 2013 angka pengguna semakin meningkat hingga 150 juta, Negara-negara pengguna Line ini berada di Asia termasuk Indonesia. Salah satu cara perusahaan mendapatkan keuntungan yaitu dengan menjual *sticker* virtual yang bisa dikirim saat chatting. (Putra, 2014:83). Menurut Puskakom (2014:5) jumlah pengguna Line di Indonesia pada tahun 2014 sudah mencapai lebih dari 10 juta pengguna, termasuk peningkatan penjualan tablet atau smartphone yang digunakan oleh pengguna di Indonesia. Salah satu akun Line yang cukup diminati karena mengandung pesan-pesan dakwah yaitu akun Line @*dakwahmuslimah*.

Penelitian ini mengungkapkan apa saja isi pesan dakwah dan format serta konten pesan dakwah yang di unggah pada bulan November 2015 dengan bertujuan untuk mengungkapkan isi pesan yang terkandung di dalam akun Line @*dakwahmuslimah*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, menekankan pada isi dari suatu informasi baik berupa teks, gambar atau simbol. Dalam penelitian ini instrumennya adalah orang atau peneliti itu sendiri juga metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiono, 2012: 8-9).

Penelitian ini merupakan penelitian analisis isi kualitatif, yaitu penelitian yang lebih menekankan pada isi suatu informasi baik berupa pesan teks, gambar atau simbol. Dengan metode inilah peneliti dapat memecahkan masalah dengan memaparkan secara detail objek yang diteliti, apa saja isi pesan dakwah dan format serta konten pesan dakwah yang di unggah pada bulan November 2015 dengan bertujuan untuk mengungkapkan isi pesan yang terkandung di dalam akun Line @*dakwahmuslimah*.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, yaitu mengamati pesan dakwah yang diposting dalam akun @*dakwahmuslimah*, wawancara yang dilakukan pada para admin @*dakwahmuslimah* yaitu Ustadz Rizqi Awal dan Erina Ahdiani, dan dokumen media atau arsip dimana dapat melihat isi dari sebuah teks dan makna yang dipublikasikan melalui media sosial.

Teknik analisis data ini membuat dua kategori pesan yaitu konten

pesan dakwah dan kategori format pesan dakwah, serta gabungan dari kedua pesan tersebut. Setelah itu, kategori tersebut diuji dengan menggunakan lembar koding analisis isi antara peneliti dengan Fithria Khusno, mahasiswi UIN Bandung dengan menggunakan rumus analisis isi yaitu untuk mengetahui berapa yang disetujui dan tidak disetujui.

## DAN PEMBAHASAN

@dakwahmuslimah merupakan salah satu nama akun media sosial yang di daftarkan Akbar Nazary Muhammad sekaligus sebagai founder dari @dakwahislam. Tepat bulan Maret 2015 Akbar memutuskan membuat sebuah akun media sosial yang bertujuan untuk melakukan dakwah Islam yang dikhususkan kepada para muslimah.

@dakwahmuslimah ini berada dalam naungan @dakwahislam. Pada mulanya Akbar membuat akun @dakwahislam, dimana tujuan dakwahnya selain *amar ma'ruf nahi munkar* (berbuat baik dan melarang yang buruk) juga untuk memperkuat *ukhuwah Islamiyah* (tali persaudaraan antar umat Islam). Kemudian Akbar membuat kembali akun media sosial @dakwahmuslimah yang dikhususkan hanya untuk wanita muslimah. Selain Akbar Nazary ada beberapa admin yang ikut andil dalam membantu menyebarkan dakwah di akun @dakwahmuslimah, diantaranya Rizqi Awal dan Erina Ahdiani. Berikut hasil wawancara dari para admin melalui via sms atau chat pada tanggal 27 Januari dan 13 Mei 2016 mengenai profil admin.



Gambar 1 Halaman Awal Akun @dakwahmuslimah

*Profile picture* yang digunakan @dakwahmuslimah di setiap media sosial sebagaimana gambar 1 dengan gambar wanita dengan bertuliskan muslimah, dengan tujuan memberi arti bahwa apa yang diunggah akun @dakwahmuslimah membahas tentang berbagai macam pesan dakwah yang dikhususkan untuk wanita muslimah dengan kemasan yang unik dan jelas. Dalam halaman profile @dakwahmuslimah memiliki *tagline* yaitu **Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam** Vol. 1 No. 2 (2016) 111-127

“*dakwah adalah cinta, cinta meminta semuanya darimu*”.

Menurut Erina, salah satu admin @dakwahmuslimah menjelaskan maksud dari *tagline* di atas melalui hasil wawancara, yaitu cinta pasti akan meminta apapun, selayaknya mencintai seseorang. Kita rela melakukan apapun untuk orang yang kita cintai. Jadi pada intinya kita mampu menjadikan dakwah sebagai sesuatu yang kita cintai. Karena dakwah itu cinta, maka perhatian, waktu, harta bahkan nyawa kita rela berikan untuk dakwah di jalan Allah Swt.

Kini akun @dakwahmuslimah berkembang menjadi sebuah kegiatan dakwah rutin yang diselenggarakan oleh para admin, selain berdakwah di media sosial. Akbar selalu membuat kajian rutin dengan memberitahukan kepada jamaah melalui akun

@dakwahmuslimah mengenai hari dan jam kegiatan. Selain itu, @dakwahmuslimah menjadi wadah kontribusi, dimana followers atau *mad'u* dapat berbagi pendapat, artikel Islami atau pesan dakwah lainnya pada akun @dakwahmuslimah. Dalam proses pembuatan dan penyebarannya tentu para admin bebas dan memiliki hak masing-masing untuk update konten pesan, tetapi jika pesan itu bersumber dari luar maka admin wajib menyertakan nama penulis dari setiap pesan yang diunggah, baik dari internet atau dari jama'ah. Beberapa pesan yang bersumber dari jama'ah atau internet seperti @alfihuraisyah, @aybumaeni, @imammuslimamin, Ustadz Fuad Hamzah, IslamPos dan santri kalong.

Line dapat dijadikan sebagai media untuk berdakwah, karena melihat perkembangan teknologi komunikasi media sosial Line saat ini banyak dipakai oleh penduduk dunia. Termasuk Indonesia, saat kemunculan aplikasi Line tahun 2011 hingga saat ini memiliki perkembangan pesat. Line memiliki banyak kelebihan pada saat pengguna akan memakai aplikasi Line. Diantaranya adalah menggugah foto dengan keunikannya menggunakan emoticon, para pengguna diberikan kebebasan dalam memberikan keterangan tulisan berupa ide dan gagasan.

Line menjadi sasaran yang tepat untuk dijadikan sebagai media dakwah, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi penyampaian pesan dakwah melalui Line relatif terjangkau baik dari segi ruang dan waktu. Dalam berinteraksi antara pemilik akun (Da'i) dengan pengikut akun (*mad'u*) dapat terjadi secara langsung. Karena, di media sosial Line diberikan ruang interaksi antara pemilik akun dengan pengikut akun. Sampai saat ini banyak sekali admin media sosial Line yang dimanfaatkan sebagai media dakwah. Berikut kategori pengguna akun Line sebagai

berikut: (1) Akun Line @dakwahmuslimah dijadikan sebagai kategori pesan dakwah. Akun ini aktif dalam menggunakan Line sebagai media dakwah, setiap harinya pesan dakwah yang disampaikan 5 sampai 10 pesan yang diunggah sehingga hal ini banyak diminati oleh kaum wanita muslimah. (2) @beraniberhijrah. Akun ini dibuat oleh Aldilla D wijaya. Pesan-pesan yang disampaikan berifat umum, khususnya untuk mengajak *mad'u* kembali pada Jalan yang diridhoi Allah (berhijrah). (3) @kartunmuslimah memanfaatkan media Line untuk menyampaikan dakwah dengan kemasannya yang unik, yaitu dengan gambar kartun sebagai media penyampaian pesan dakwah dengan diberi kata-kata sesuai dengan gambar kartun tersebut.

Berdasarkan para pengguna Line di atas bisa diketahui bahwa media sosial Line memberikan alternatif bagi para da'i untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Dakwah melalui media sosial merupakan cara baru yang lebih kreatif sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini, yaitu dengan dikemas secara unik dengan menyisipkan teks, gambar atau foto sebagai konten pesan dakwah tanpa mengurangi esensi pesan dakwah sesuai ajaran Islam yang bersumber dalam Alquran dan Hadits.

### **Konten Pesan Dakwah Akun Line @dakwahmuslimah**

Analisis pesan dakwah yang dikaitkan dengan pesan dakwah tentang muslimah pada akun @dakwahmuslimah menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Eriyanto (2011:47) analisis isi dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau aspek dan karakteristik dari suatu pesan.

Bulan November 2015 dalam akun @dakwahmuslimah terdapat 53 pesan-pesan dakwah tentang muslimah di media sosial Line. Adapun hasil analisis pesan dakwah dalam akun @dakwahmuslimah dengan dibagi pada tiga kategori yaitu akidah, syari'ah dan akhlak dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Kategori Pesan Dakwah

<b>Tgl</b>	<b>Tema Pesan</b>	<b>Kategori Pesan</b>
6 Nov	Video M. Al-Fatih	Akidah
9 Nov	Kehidupan kedua di akhirat	Akidah
1 Nov	Bidadari dunia tidak bersayap tapi berhijab	Syari'ah

4 Nov	Kewajiban menutup aurat	Syari'ah
7 Nov	Do'a agar tidak sedih	Syari'ah
17 Nov	Anjuran bangun malam	Syari'ah
20 Nov	Memohon pertolongan Allah	Syari'ah
21 Nov	Haramnya pacaran	Syari'ah
26 Nov	Kewajiban berhijab	Syari'ah
26 Nov	Do'a pagi dan sore	Syari'ah
28 Nov	Hanya untuk ibadah	Syari'ah
29 Nov	5 perbuatan wanita berzina	Syari'ah
30 Nov	Alasan enggan berhijab	Syari'ah
1 Nov	Kewajiban memilih suami karena agamanya	Akhlak
3 Nov	Pembakaran masjid oleh oknum	Akhlak
3 Nov	Sabar atas ujian Allah	Akhlak
4 Nov	Tips suami makin makin cinta	Akhlak
5 Nov	Sedekah :donasi untuk anak negeri"	Akhlak
6 Nov	Video pejuang Islam M. Al-Fatih	Akhlak
10 Nov	Nasehat ayah mencari ilmu	Akhlak
11 Nov	Saat wanita lain memikat hati	Akhlak
12 Nov	Kisah 4 ekor binatang	Akhlak
13 Nov	Meminta adalah hal yang dibenci Allah	Akhlak
13 Nov	Nikah nunggu mapan	Akhlak
14 Nov	Nama-nama anak penuh berkah	Akhlak
14 Nov	Pejuang Islam Shalahuddin Al-Ayubi	Akhlak
15 Nov	Korban anak peperangan di Suriah	Akhlak
17 Nov	orang lalai memilih harta daripada keluarga	Akhlak
17 Nov	Kefanatikan terhadap Negara	Akhlak
17 Nov	Nasehat ayah mencari teman hidup karena Allah	Akhlak
17 Nov	Media bungkam saat muslim ditikam	Akhlak
18 Nov	Perbaiki diri untuk bekal akhirat	Akhlak
18 Nov	Perbaiki diri untuk pasangan terbaik	Akhlak
20 Nov	Menahan amarah, bagimu surge	Akhlak
21 Nov	Jangan marah ketika hujan datang	Akhlak
22 Nov	Wanita shalihah tidak takut nikah karena miskin harta	Akhlak
23 Nov	Gambar bayi Noor dari Irak	Akhlak
23 Nov	Andai Paris adalah Palestina	Akhlak
23 Nov	Aturan Islam istri ingin bekerja	Akhlak
24 Nov	Pierre Vogel, mantan petinju Jerman	Akhlak
24 Nov	Wanita Palestina ditembak militer Yahudi	Akhlak
24 Nov	Aku bangga jadi seorang muslim	Akhlak
24 Nov	Jangan awasi orang lain, tapi diri sendiri	Akhlak
24 Nov	3 nasehat semut kepada Nabi Sulaeman AS	Akhlak
24 Nov	Ibu, jangan doakan anak ketika marah	Akhlak

25 Nov	Terimakasih guruku	Akhlak
26 Nov	Kewajiban berhijab	Akhlak
27 Nov	Wanita sholehah jadi perhiasan dunia	Akhlak
27 Nov	Istri itu pendamping bukan pembantu	Akhlak
27 Nov	Teman yang membawa kebaikan	Akhlak
28 Nov	Pantaskan diri lebih baik	Akhlak
29 Nov	Terimakasih murid kepada guru	Akhlak
30 Nov	Bersyukur bantuan Indonesia pada Gaza	Akhlak
30 Nov	Penderitaan wanita Palestina	Akhlak
30 Nov	Kisah penjual ikan	Akhlak

Berdasarkan tabel 1 kategori pesan dakwah akidah atau yang berkaitan dengan masalah keimanan muslimah terdapat 2 pesan. Pesan dakwah yang berhubungan dengan syari'ah atau masalah keislaman terdapat 11 pesan dan kategori terakhir yaitu masalah budi pekerti atau akhlak terdapat 42 pesan. Dari ketiga kategori pesan dakwah diatas, jumlah yang paling banyak ada pada masalah akhlak. Akhlak menjadi hal paling utama yang harus dimiliki oleh semua orang khususnya seorang muslimah. Karena hal ini berhubungan dengan perilaku akhlak seorang muslimah kepada orang lain, baik dan buruknya seseorang dalam Islam dilihat dari sumber Alquran dan Hadits.

### Format Pesan Dakwah Akhlak di Line @dakwahmuslimah

Salah satu format pesan menurut Nasrullah (2015: 126) adalah meme. Meme merupakan aspek visual dan teks yang menjadi bentuk format dalam sebuah media. Sedangkan poster menurut Hidayat (2014: 696) merupakan media yang menyajikan informasi dalam bentuk visual gambar, selain poster dan meme peneliti menambahkan dua kategori yang termasuk pada format pesan dakwah visual, yaitu *sticker* dan komik. Dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 2 Kategori Format Pesan Dakwah

Tgl	Tema pesan	Kategori format
1 Nov	Bidadari dunia tidak bersayap tapi pasti berhijab	Poster
1 Nov	Kewajiban memilih suami karena agamanya.	Poster
3 Nov	Sabar terhadap ujian Allah	Poster
4 Nov	Tips agar suami makin cinta	Poster
5 Nov	Sedekah "donasi untuk anak negeri"	Poster
6 Nov	Kisah perjuangan raja Islam M. Al-Fatih	Poster
7 Nov	Do'a agar tidak sedih	Poster

10 Nov	Nasehat ayah mencari ilmu untuk ibadah	Poster
11 Nov	Saat wanita lain memikat hati	Poster
12 Nov	Kisah 4 ekor binatang	Poster
13 Nov	Meminta hal yang dibenci Allah	Poster
13 Nov	Nikah nunggu mapan	Poster
14 Nov	Nama-nama anak penuh berkah	Poster
14 Nov	Pejuang Islam Shalahuddin Al-Ayubi	Poster
15 Nov	Korban anak peperangan Suriah	Poster
17 Nov	Anjuran bangun malam	Poster
17 Nov	Nasehat orang yang lalai	Poster
17 Nov	Mencari suami karena Allah	Poster
17 Nov	Media bungkam saat muslim ditikam	Poster
18 Nov	Perbaiki diri untuk bekal akhirat	Poster
18 Nov	Perbaiki diri untuk dapat pasangan terbaik	Poster
20 Nov	Memohon pertolongan Allah	Poster
20 Nov	Menahan amarah bagimu surge	Poster
21 Nov	Jangan marah kala hujan datang	Poster
21 Nov	Haramnya pacaran	Poster
22 Nov	Wanita sholehah tidak takut nikah miskin harta	Poster
23 Nov	Bayi Noor dari Irak	Poster
23 Nov	Andai Paris Palestina	Poster
23 Nov	Aturan Islam ketika bekerja	Poster
24 Nov	Pierre Vogel mantan petinju	Poster
24 Nov	Wanita Palestina ditembak Yahudi	Poster
24 Nov	Aku bangga jadi muslim	Poster
24 Nov	Jangan mengawasi orang lain	Poster
24 Nov	3 nasehat semut pada Nabi Sulaeman as	Poster
24 Nov	Risalah Ibu jangan mendoakan anak ketika marah	Poster
25 Nov	Terimakasih guru	Poster
26 Nov	Do'a pagi dan sore	Poster
26 Nov	Kewajiban berhijab	Poster
27 Nov	Dua pilihan wanita sholehah	Poster
27 Nov	Istri itu pendamping bukan pembantu	Poster
27 Nov	Jadilah teman membawa kebaikan bukan keburukan	Poster
28 Nov	Memantaskan diri jadi lebih baik	Poster
28 Nov	Hanya untuk ibadah	Poster
29 Nov	5 perbuatan wanita dicatat zina	Poster
30 Nov	Kisah penjual ikan	Poster
30 Nov	Penderitaan wanita Palestina	Poster
30 Nov	Asalan enggan berjilbab	Poster
4 Nov	Kewajiban menutup aurat	Meme
3 Nov	Pembakaran masjid hanya oknum	Komik
9 Nov	Kehidupan kedua diakhirat	Komik
17 Nov	Kefanatikan Negara	Komik
120	<b>Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam</b> Vol. 1 No. 2 (2016) 111-127	

29 Nov	Terimakasih murid pada guru	Sticker
30 Nov	Terimakasih bantuan muslim Indonesia pada Gaza	Sticker

---

Berdasarkan tabel 2, jumlah format meme 1 pesan, format komik ada 3 pesan, format *sticker* ada 2 pesan dan format poster ada 47 pesan.

*Pertama*, Format pesan dakwah berbentuk poster. Poster Pesan dakwah ini dapat digunakan sebagai media untuk kepentingan dakwah. Karena, kini pesan dakwah tidak hanya disampaikan dalam bentuk komunikasi secara langsung tetapi dapat disampaikan melalui media visual seperti poster dengan kombinasi gambar, warna dan kata-kata lebih mudah menarik perhatian orang untuk melihatnya. Sehingga pesan-pesan dakwah yang terdapat di dalamnya pun terlihat lebih hidup dan memberikan kesan yang mendalam pada pembaca atau *mad'u*.

Dalam format pesan dakwah poster dibagi pada dua kategori, yaitu poster gambar dan poster kartun. Berdasarkan temuan jumlah format poster gambar sebanyak 45 pesan, dan jumlah format poster kartun berjumlah 2 pesan. Yaitu format poster gambar dan format poster meme.

Format poster gambar sebagai bentuk untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada orang yang melihat atau membaca poster tersebut. Salah satu contoh bentuk poster gambar yaitu:



Gambar 2 Poster Gambar (1 Nov 2015)

Poster gambar di gambar 2 menjelaskan bahwa wanita shalihah dengan menggunakan kerudung hitam hingga menjulur ke bawah sampai pergelangan tangan. Warna hitam ini menandakan seorang wanita sederhana dalam berpakaian juga sebagai pelindung bagi dirinya, sebagaimana di ungkapkan Lia dan Kirana (2014:38) bahwa “warna

hitam merupakan warna yang kuat, penuh percaya diri, penuh perlindungan, elegan dan misterius”. Kemudian ditambah bunga berwarna pink muda sebagai tanda kelembutan dan keindahan dari dirinya sebagai wanita sholehah. Juga ditambah bentuk teks bahwa “wanita sholehah tidak takut menikah karena miskin harta, tetapi lebih takut menikah karena miskin ilmu”. Tulisan tersebut sebagai penguat dari gambar wanita sholehah.

Format kedua adalah format poster kartun. Menurut Supriadi (2008:2) kartun adalah sebuah gambar dengan tulisan singkat dan sederhana, menggunakan simbol serta karakter agar mudah dikenal, dipahami oleh pembaca dan kuat dalam ingatan dalam menerima pesan atau informasi. Salah satu contoh bentuk poster kartun yaitu:



Gambar 3 poster gambar kartun dan teks (20 Nov 2015)

Berdasarkan gambar di gambar 3, bentuk format dari gambar kartun tersebut berekspresi wajah yang sedang marah atau emosi, mata yang lebar dan melotot, kemudian dikelilingi gambar api sebagai bentuk kemarahan, background merah yang menandakan dirinya sedang benar-benar marah, sebagaimana dikatakan oleh Kirana (2014:38) bahwa warna merah memiliki kekuatan emosional, cenderung ekstrim, penuh kekuatan dan berbahaya. Hal ini serupa pada gambar kartun tersebut.

Selain itu, ditambah dengan menggunakan hijab berwarna hijau sebagai tanda perlindungan bagi diri seorang wanita muslimah untuk melindungi dirinya dari sikap marah, ditambah bentuk tulisan sebuah hadis yaitu “jangan marah maka bagimu surga”. Hadist ini sering diungkapkan di dalam acara pengajian-pengajian, sehingga ketika diberikan ekspresi

dengan gambar ini semakin memperkuat pesan bahwa seseorang itu khususnya muslimah dilarang untuk marah dan menahan hawa nafsu.

*Kedua*, format pesan dakwah berbentuk meme. Meme merupakan media visual yang menggunakan teks dan gambar sebagai bentuk penyampaian pesan, biasanya meme ini bersifat hiburan, sindiran, dan kritikan sebagai ciri dari meme tersebut. Kategori pada format pesan meme hanya ada satu yaitu pada tanggal 3 November 2015. Bentuk gambarnya dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 4 Format Meme (4 Nov 2015)

Poster meme di gambar 4 secara singkat memberikan pesan kepada pembaca dengan ditambah gambar orang yang telah meninggal dan ditutup kain kafan berwarna putih. Menurut Adi (2007:47) warna putih ini memiliki arti ketakutan, misteri, kematian dan ketidakbahagiaan. Hal ini, serupa dengan gambar diatas yang menandakan kematian. Selain itu juga, rumput hijau dan tanah yang menunjukkan seolah berada dipemakaman. Kain kafan ini mengisyaratkan bahwa seorang wanita muslimah harus selalu mengingat kematian, semasa didunia seorang muslimah wajib mengikuti perintah Allah untuk menutup aurat sebelum ia ditutupi kain kafan seperti gambar diatas. sesuai dengan isi pesan yang ada pada gambar tersebut yaitu “sulit untuk ta’at pada perintah Allah” sebagai penguat dari meme diatas yang mewajibkan kepada wanita muslimah untuk menutup aurat.

*Ketiga*, format pesan dakwah visual komik. Komik adalah gabungan antara gambar dengan tulisan yang disusun secara kreatif (Fatoni, 2014). Menurut Adi (2007:164) komik adalah rangkain gambar yang disusun berdasarkan alur cerita yang disampaikan. Penggunaan gambar tersebut mampu menarik perhatian orang lain juga dapat lebih mudah dipahami.

Pesan dakwah komik berjumlah 3 pesan dan ketiganya termasuk pada komik yang isinya hanya berupa satu tampilan yang terdiri dari gambar dan tulisan.



Gambar 5 Format Komik (9 Nov 2015)

Gambar komik di gambar 5 menjelaskan kepada pembaca khususnya wanita muslimah, yaitu terdapat rangkaian cerita dalam gambar hitam putih, yaitu hitam menggambarkan kegelapan dan putih menandakan kesucian atau kematian. Gambar seorang ibu yang menggendong anaknya seakan menandakan orang datang atau mengawali hidup di dunia, kemudian gambar kedua ada keranjang dibawa oleh orang-orang yang menandakan orang yang hidup akan merasakan mati dan kembali dikubur lalu melewati tangga-tangga sebagai jalan untuk menuju surga. Hal ini, sebagaimana menurut Supriyono (2010:78) bahwa warna hitam dan putih ini termasuk pada dimensi warna terang-gelap (*value*), yaitu menggabungkan antara warna terang dengan gelap untuk menciptakan kemudahan dalam membaca pesan atau informasi.

*Keempat*, format pesan dakwah visual *sticker*. *Sticker* adalah sebuah gambar orang dengan bentuknya yang unik dan lucu. Menurut Putra (2014: 87) "*Sticker* adalah sebuah fitur dimana terdapat sebuah gambar emotikon orang dengan ekspresi yang lucu dan menggemaskan. Berikut tabel dibawah ini sebagai format pesan dakwah kategori *sticker*. format pesan *sticker* gambar berjumlah 2. Berikut salah satu contohnya:



Gambar 4 Format *Sticker* (29 Nov 2015)

Bentuk *sticker* di atas yaitu gambar orang lucu dan menggemaskan, dengan mengekspresikan wajah sedang menangis dengan air mata berwarna biru yang mengalir deras, sebagaimana diungkapkan Lia (2014:38) bahwa warna biru ini tidak bisa lepas dari elemen langit, air, udara, menggambarkan keharmonisan dan kesetiaan. Selain itu ditambah mata tertutup dan kedua tangan menutup pipi, dikelilingi tanda titik di atas kepala yang menunjukkan orang tersebut benar-benar sedang dalam keadaan sedih atau terharu. Pesan yang ada pada gambar di atas “rasa terimakasih untuk jasa guru-guruku” sebagai pelengkap dan penguat dari *sticker* tersebut.

Melihat pembahasan konten dan format. Maka itu bisa diketahui dengan isi pesan dakwah berdasarkan dua kategori tersebut ditemukan poster akidah (1 buah), poster syariah (10 buah), poster akhlak (36 buah), meme syariah (1 buah), komik akidah (1 buah), komik akhlak (2 buah), dan *sticker* akhlak (2 buah).

Berdasarkan temua di atas, jumlah poster akhlak paling banyak muncul, yaitu 36 buah. Ini terjadi karena pesan-pesan akhlak disampaikan dalam bentuk gambar, dianggap bisa memberikan kekuatan pengaruh yang lebih besar, dibandingkan hanya sekedar melalui pesan-pesan verbal atau pesan tulisan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan, dalam akun @dakwahmuslimah bulan November 2015 pesan dakwah pada akun

@dakwahmuslimah di media sosial Line dapat diketahui, *pertama*, kategori konten pesan dakwah dalam akun Line @dakwahmuslimah terdiri atas 3 kategori yaitu akidah, syari'ah dan akhlak. Pesan akidah yaitu pesan iman kepada Allah dan iman kepada hari akhir. Pesan syari'ah yaitu kewajiban menutup aurat, anjuran menjauhi zina dan anjuran beribadah. Pesan akhlak yaitu akhlak suami istri, akhlak kepada keluarga, anjuran melakukan akhlak terpuji dan larangan melakukan akhlak tercela. *Kedua*, kategori format pesan dakwah visual dalam akun Line @dakwahmuslimah ada 4 kategori yaitu poster gambar dan poster kartun, meme sindiran, komik dan *sticker*. Dari format pesan dakwah ini maka bisa ditemukan variasi konten dan format pesan, yaitu poster akidah, poster syari'ah dan poster akhlak, meme syari'ah, komik akidah, komik akhlak dan *sticker* akhlak.

Penelitian ini masih harus disempurnakan untuk itu saran disampaikan kepada pengelola akun @dakwahmuslimah, dalam menyajikan pesan dakwah harap lebih memperhatikan isi pesan, terutama lebih banyak berkaitan dengan fiqih karena masalah fiqih ini masih kurang diperhatikan oleh para muslimah dalam kehidupan sehari-hari. Demikian juga kepada para muslimah diharapkan bisa lebih memahami pesan-pesan yang ada dengan cara memperkuat literatur berkaitan pesan tersebut, selain itu juga mempraktekkan pesan-pesan tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga bisa didapatkan hasil atau buah dari pesan-pesan tersebut. Adapun kepada para peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji penelitian lebih lanjut mengenai pesan dakwah di media sosial Line dari aspek yang lain, seperti pengaruh kepada pembaca, aspek semiotika dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Enjang AS. & Aliyudin. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi*. Bandung: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung.
- Fatoni, U. (2014). *Media Dakwah Alternatif*. Republika, 29 Maret 2014.
- Nathalian K., & Anggraini, L. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia

- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Amin, S. M. (2013). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Sugiono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat
- Tasmara, T. (1987). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: CV Gaya Media Pratama
- Pramiyanti, A., Christin, M. (2014). *Makna Simbol Emotikon Dalam Komunitas Kaskus*, *Jurnal Sosioteknologi* 13(2).
- Benny A. (2016). *Modul Latihan Pengertian dan Perkembangan Konsep Media Pembelajaran*. Diakses 20 Mei 2016. <http://belajar.kemdikbud.go.id>