

BAB II

LANDASAN TEORITIS

DAKWAH MELALUI MEDIA ELEKTRONIK

A. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa “Da’wah” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut *Mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*Fi’il*) nya adalah berarti : Memanggil, menyeru atau mengajak (*da’a, yad’u, da’watan*). Dakwah biasa disebut dengan da’i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan mad’u.¹

Didalam al – Quran terdapat beberpa kata dakwah dalam pengertian bahasa sebagaimana disebutkan diatas antara lain :²

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ
الْمُسْلِمِينَ

Artinya: “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh dan berkata:”Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri” (QS. Fushshilat 41:33)³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah, ed. 1 Cet.1* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), p.4

² A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah* (Serang : IAIN “SMH” Banten, 2011), p.5

³ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya* (Depok : Al-quran dan tajwid, 2008), p.480

Artinya: “Hai orang-orang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul **menyeru** kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, dan ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya, dan sesungguhnya kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan” (QS.Al - Anfal 8:24)⁴

قَالَ رَبُّ السِّجْنِ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ

Artinya: “Yusuf berkata:”Wahai Rabbku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi **ajakan** mereka kepadaku. Dan jika tidak Engkau hindarkan daripadaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku termasuk orang-orang yang bodoh”. (QS.Yusuf 12:33)⁵

Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut :

1. Prof. Toha Yahya Oemar Menyatakan bahwa dakwah islam menjadi dua bagian yakni dakwah secara umum dan dakwah secara khusus. dakwah secara umum ialah ilmu pengetahuan yang berisi cara – cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia. Menganut, menyetujui, melaksanakan, suatu ideology pendapat pekerjaan yang tertentu.⁶ Sedangkan dakwah secara khusus ialah upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan didunia dan akhirat.

⁴ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*, p.179

⁵ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*, p.239

⁶ Alwinal Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah* (Jakarta : Kalam Mulia, 2002),

2. Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin Memberikan definisi dakwah sebagai berikut : dakwah islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (Hidayah), Menyuru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan didunia dan akhirat.
3. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (Kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul – nya.
4. Menurut Prof. Dr. Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintah amar ma'ruf nahi munkar ⁷

Meskipun beberapa definisi yang telah dikemukakan oleh para ulama tersebut diatas redaksinya berbeda, namun pada perinsipnya memiliki tiga unsur pengertian yang sama, yaitu :

1. Dakwah adalah proses penyampaian agama islam dari seseorang kepada orang lain.
2. Pesan dakwahnya berupa ajaran orang lain.
3. Pesan dakwahnya berupa ajaran islam, amar ma'ruf nahi munkar.
4. Usaha yang dilakukan dengan sadar dan bijkasana agar dapat terbentuk suatu individu atau masyarakat yang islami dan mengamalkan ajaran islam yang kaffah (*menyeluruh*)⁸

⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah, ed. 1 Cet.I* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada , 2011), p. 1-2

⁸ A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*, p.7

B. Dasar Hukum Berdakwah

Dakwah dalam segala bentuknya merupakan tugas suci dan mulia. Tanpa dakwah tidak mungkin islam bisa berkembang, bahkan mungkin sebaliknya akan menjadi mundur dan pudar tidak memancarkan cahayanya. Jika hal itu terus menerus berkelanjutan, tidaklah mustahil pada suatu ketika islam akan sirna dari tengah – tengah masyarakat.⁹ Agama tidak akan tersiar dan berlaku didalam masyarakat apabila tidak didakwahkan. Keamanan,keadilan dan kesejahteraan masyarakat tidak akan terjamin apabila tidak ada dakwah. Oleh karena itu islam mewajibkan dakwah atas kaum muslimin.¹⁰

Dakwah Merupakan salah satu dari pada kewajiban – kewajiban terbesar yang harus dilaksanakan oleh umat islam, Sebagaimana allah berfirman :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka adalah orang-orang yang beruntung” (QS.Ali Imron 3:104)¹¹

Rasulullah Saw. Bersabda :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ. (وراه صحيح مسلم)

⁹ A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*, p.17

¹⁰ A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*,p.18

¹¹ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*,p.63

Artinya “ Barangsiapa Di antara kamu melihat kemunkaran, hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya, apabila tidak kuasa, maka dengan lidahnya, apabila ia tidak kuasa, maka dengan hatinya, dan itulah selemah – lemahnya iman”. (H.R.Muslim)

Kedua nash diatas tersebut, dengan tegas mewajibkan kepada setiap orang islam untuk melaksanakan dakwah, merealisasikan kebijakan dan memberantas kemunkaran, menjamin terlaksananya undang – undang dan peraturan, bertanggung jawab atas segala kepentingan dan kemaslahatan umum, menganjurkan keutamaan dan mencegah kehina dinaan. Tentu saja luas dan besarnya kewajiban itu, tidaklah sama untuk tiap – tiap orang. Hal ini tergantung kepada lapangan keahlian, kemampuan dan fungsi masing – masing orang dalam masyarakat. Tiap – tiap orang baik ia sebagai pemimpin, sebagai pemegang pemerintahan, sebagai rakyat biasa, sebagai pamongpraja, sebagai tentara, sebagai polisi, sebagai guru, sebagai pengusaha, sebagai buruh dan lain sebagainya. Hendaklah ia melaksanakan dakwah, menyerukan kebaikan dan mencegah kemungkarannya, memelihara ketentraman dan kesejahteraan masyarakatnya, menurut kadar kemampuan, keahlian kedudukannya. (*Salahuddin Sanusi,1964:36*)¹²

C. Ruang Lingkup Ilmu Dakwah

Ilmu dakwah adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana berdakwah atau mensosialisasikan ajaran islam kepada objek dakwah (*Masyarakat*) dengan berbagai pendekatan agar nilai – nilai ajaran islam dapat direalisasikan dalam realitas kehidupan, dengan tujuan agar mendapat ridha Allah Swt. Agar tercapai kebahagiaan hidup

¹² A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*, p.19 - 20

didunia dan akhirat. Pada pemahaman seperti ini maka ilmu dakwah lebih dekat dan serumpun dengan ilmu – ilmu social, hal ini dikarenakan teori – teori dakwah yang hendak dibangun merupakan produk generalisasi (*Penyamarataan, proses pemikiran yang bertujuan untuk memperoleh pendapat secara menyeluruh bagi umat manusia*)¹³ dari fenomena social (*Penampakan realitas dalam kesadaran masyarakat*).¹⁴ Dengan demikian bahwa, dengan sendirinya ilmu dakwah merupakan bagian dari ilmu – ilmu social, yang dirumuskan dan dikembangkan dengan mengikuti norma – norma ilmiah dari ilmu – ilmu social, secara empiris (*pengalaman*), sistematis (*teratur*), dan logis (*masuk akal*).

Ilmu dakwah dapat dikategorikan sebagai disiplin ilmu yang mandiri, karena sudah mencakup beberapa hal yang sangat urgen sebagai sebuah ilmu, diantaranya :

1. Memiliki akar sejarah yang jelas
2. Ada tokoh – tokoh ahli ilmu dakwah yang dikenal yang dengan tekun mengembangkannya.
3. Ada masyarakat akademis yang senantiasa mempelajari dan mengembangkan ilmu dakwah.
4. Diakui oleh lembaga – lembaga yang mengkaji tentang berbagai disiplin ilmu. Dalam hal ini lembaga ilmu pengetahuan Indonesia (LIPI) Telah mengakui bahwa dakwah adalah bagian dari ilmu – ilmu keislaman.

¹³ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer, Materi Politik, Ekonomi, Hukum, Social, Budaya dan Agama* (Surabaya : Karya Utama,.) , p.190

¹⁴ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.190

5. Ada penelitian yang cukup intens dan mengembangkan teori – teori dan metode baru dalam ilmu dakwah.¹⁵

Pembahasan ilmu dakwah ini berusaha menginventarisasi (*menyusun*)¹⁶ beberapa pemikiran tentang dakwah yang ada relevansinya (*hubungan*)¹⁷ dengan pengayaan kajian dakwah dengan pendekatan filsafat, yang meliputi hal – hal sebagai berikut. *Pertama*, aspek *ontology* (wujud)¹⁸ dakwah islam. *Kedua*, aspek *epistemology* (pengetahuan)¹⁹ Dakwahislam, yang mendiskusikan wilayah, realitas dan fenomena yang dikaji dalam disiplin ilmu dakwah. *Ketiga*, aspek *Aksiologi* (nilai)²⁰ Ilmu dakwah, metode penalaran dalam merekonstruksi (*menyusun kembali*)²¹ teori dakwah dan struktur keilmuan dakwah.²²

Disamping hal tersebut bahwa ilmu dakwah juga melingkupi pembahasan tentang :

1. Materi Dakwah (*Maddah Al – Dakwah*); yang meliputi bidang akidah, syariah, (*Ibadah dan Mu'amalah*) dan akhlak. Kesemua materi dakwah ini bersumber dari Al – Qura'an, As – sunnah Rasulullah Saw., Hasil ijtihad Ulama, Sejarah Peradaban Islam.
2. Subjek dakwah (*da'i*); orang yang aktifmelaksanakan dakwah kepada masyarakat. Da'i ini ada yang melaksanakan dakwahnya secara individu ada juga yang berdakwah secara kolektif melalui organisasi.

¹⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah ...*, p.6

¹⁶ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.257

¹⁷ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.531

¹⁸ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.436

¹⁹ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.154

²⁰ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.23

²¹ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah populer ...*, p.530

²² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah ...*, p.7

3. Objek dakwah (*Mad'u*); adalah masyarakat atau orang yang didakwahi, yakni diajak kejalan allah agar selamat dunia dan akhirat. Masyarakat sebagai objek dakwah sangat heterogen, misalnya ada masyarakat yang berprofesi sebagai petani, nelayan, pedagang, pegawai, buruh, artis, anggota legislative, eksekutif, karyawan, dan lainnya. Bila kita melihat dari aspek geografis, masyarakat itu ada yang tinggal dikota, desa, pegunungan, pesisir bahkan ada juga yang tinggal dipedalaman. Bila dilihat dari aspek agama, maka mad'u ada yang muslim/mukmin. Kafir, munafik, musyrik, dan lain sebagainya.
4. Metode dakwah (*Thariqoh Al – Dakwah*); yaitu cara atau strategi yang harus dimiliki oleh da'i, dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya. Metode dakwah ini secara umum ada tiga berdasarkan al – qur'an surat an – nahl; 125, yaitu metode bil hikmah, metode mau'izhoh hasanah dan metode mujadalah
5. Media dakwah (*Wasilah Al – Dakwah*); adalah media atau *instrument* yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*. media ini bisa dimanfaatkan oleh da'I untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan atau tulisan. Diantara media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para da'i saat ini adalah : TV, Film, Radio, Surat Kabar, Majalah, Buku, Internet, handphone, bulletin.
6. Tujuan dakwah (*Maqashid Al – Dakwah*); adalah tujuan yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah itu dibagi dua yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang dimaksud adalah *agar*

*manusia mematuhi ajaran allah dan rasul – nya dalam kehidupan keseharian, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik (Khoiru Al – Fardiyah), keluarga yang sakinah / harmonis (Khoiru Al – Jama'ah), masyarakat madani / civil society (Khairu Umah) dan pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju (Khoiru Al – Baldah) atau dalam istilah yang disebut dalam al – Qur'an yaitu : baldatun thoyyibatun wa robbun ghofur.*²³

D. Komunikasi Dakwah

Dakwah sebagai proses informasi nilai – nilai ke – islam –an membutuhkan apa yang dinamakan proses pengomunikasian. Kandungan ajaran islam yang didakwahkan merupakan sekumpulan pesan – pesan yang dikomunikasikan kepada manusia. Disinilah berlaku pola proses dakwah dengan proses komunikasi. Apalagi bahwa ajaran – ajaran keagamaan tidak semuanya berupa bentuk keterangan yang gamblang. Sebaliknya kebanyakan pesan keagamaan justru berupa lambang – lambang atau symbol – symbol yang harus diuraikan dan diinterpretasikan, agar dapat dipahami oleh manusia. Sehingga peran komunikasi secara umum bagi dakwah sangat dominan.²⁴

Jadi Dakwah adalah proses komunikasi, namun tidak semua komunikasi menjadi proses dakwah. Kekhasan dakwah sebagai proses komunikasi ini dapat kita perhatikan dari segi :

1. Pelakunya (*komunikator*) adalah da'i atau mubaligh. Dalam al-qur'an profesi ini harus khusus (*Takhash – Shus*), khusus

²³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah ...*, p. 8 – 9

²⁴ Rodani, *Sosiologi Dakwah* (Serang:FUD PRESS,2010), p.33

mendalami ajaran islam yang kemudian disampaikan kepada umat.

2. Pesan utama dakwah adalah risalah allah yang mencakup: (1) menyempurnakan hubungan manusia dengan kholiqnya, *hablumminallah*, atau *mauamalah ma'a al - kholiq*, (2) menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia, *hablumminanash*, atau *muamalah ma'al nas*, (3) mengadakan keseimbangan antara keduanya dan mengaktifkan agar sejalan dan berjalani, untuk kepentingan semesta.
3. Metode pendekatan yang dipakai yang secara garis besar ditentukan oleh al - qur'an, bil - hikmah, al - mauiozhatil al - hasanah, *wajadilhumbilati hiya ahsan*.
4. Tujuan komunikasi dakwah adalah amar ma'ruf nahi mungkar, dan juga penyempurnaan akhlak.

Dalam hal ini komunikasi dan sebagian dari ilmu komunikasi memiliki peran agar dengan proses dakwah yang melibatkan komunikasi tersebut, dapat terjadi penjabaran, penterjemahan, dan pelaksanaan islam dalam prikehidupan dan penghidupan manusia, yang didalamnya termasuk politik, ekonomi, social, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan dan sebagainya.²⁵

Menurut Larry A. Samover "*We Cannot Not Communicate*" Oleh karena itu, manusia tidak dapat menghindari komunikasi dalam interaksi sesamanya. Pada hakikatnya ketika manusia berkomunikasi pada dasarnya memindahkan atau menyalin pikirannya dalam bentuk lambing. Agar lambing itu bermakna maka perlu disampaikan secara tepat. Karena tujuan dasar komunikasi tersebut

²⁵ Rodani, *Sosiologi Dakwah ...*, p.37

antara lain mencetak kesan orang lain dan memberikan kontribusi realitas (*impression Management and Reality Contributive*).²⁶

Dan Menurut Wahyu ilaihi, komunikasi dakwah adalah proses menyampaikan informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang yang bersumber dari al – quran dan hadits, dengan menggunakan lambang – lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran islam, baik secara langsung yaitu secara lisan maupun tidak langsung yaitu melalui media, komunikasi dakwah memang erat kaitannya dengan komunikasi. Letak perbedaannya adalah pada muatan yang terkandung didalam pesannya. Komunikasi sifatnya lebih umum dan netral, sedangkan dalam komunikasi dakwah terkandung nilai kebenaran dan keteladanan islam.²⁷

Berikut komunikasi dakwah atau Memilih kata Yang Tepat Menurut Prespektif al-quran adalah :

1. ***Qawlan Adhima*** (Perkataan yang mengandung kebohongan)

Qawlan Adhima adalah anjuran pada Dai untuk mengucapkan kata – kata yang tidak mengandung kebohongan atau tuduhan yang sama sekali tidak berdaya dalam misi dakwahnya.²⁸

2. ***Qawlan Sadidan*** (perkataan yang benar)

Term *Qawlan Sadida* dapat diartikan sebagai pembicaraan yang benar, jujur, lurus, dan tidak berbelit – belit. Sadida juga bisa berarti istiqomah atau konsistensi, berdasarkan bentuknya kata – kata sadida terdiri dari huruf “SIN” dan “DAL” Menujukan pada makna meruntuhkan sesuatu dan memperbaikinya. Bisa juga berarti istiqomah atau konsistensi. Kata ini juga digunakan untuk menunjuk sasarannya. Jadi qawlan sadida disini tidak diartikan benar saja akan

²⁶ M. Munir, *Metode Dakwah ...*, p.155

²⁷ Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, cet ke 1, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010), p.24

²⁸ Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah ...*,p.172

tetapi juga tepat sasaran. Sedangkan dari kata *sadida* yang mengandung makna meruntuhkan kemudian memperbaikinya. Artinya kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik membangun.²⁹ mengenai hukum waris dan pada surat al – Ahzab 70 – 71.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا {٧٠} يُصْلِحْ
لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ
فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa menta’ati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar. (QS. Al – Ahzab 33:71)³⁰

Dalam ayat tersebut diatas, diingatkan agar kaum mukmin tidak melakukan perbuatan yang pernah dilakukan kaum yahudi terhadap nabinya, yaitu perbuatan menyakiti nabi muasa as. Perintah berkata yang benar (*Qawlan Sadida*) didahului oleh perintah bertaqwa, dan pada ayat 71, allah lebih lanjut menjelaskan bahwa berkata yang benar (*Qawlan Sadid*) yang dilakukan atas landasan taqwa itu akan mengantar pada perbaikan amal dan ampunan dari dosa. Dan pada penutup ayat 71 tersebut ditegaskan bahwa komitmen kepada allah dan rasul –nya sudah merupakan kemenangan pada tingkat awal.

²⁹Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah ...*,p.192

³⁰ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*, p.427

Sadied Menurut bahasa yang berarti benar, tepat. Al – Qosyani Menafsirkan *Qawlan Sadida* dengan : kata yang lurus (*Qowiman*); kata yang benar (*Haqqan*): kata yang betul, *correct*, tepat (*Shawaban*). Al – Qasyani Berkata bahwa sadad dalam pembicaraan berarti berkata dengan kejujuran dan dengan kebenaran dari situlah terletak unsur segala kebahagiaan, dan pangkal dari segala kesempurnaan; karena yang demikian itu berasal dari kemurnian hati.³¹

3. *Qawlan Baligha* (Perkatan yang Membekas Pada Jiwa / tepat sasaran)

Qawlan baligha dalam bahasa arab itu diartikan sebagai sampai, mengenai sasaran atau tujuan jika dikaitkan dengan kata – kata qaul (ucapan / komunikasi). Baligha berarti fasih atau jelas maknanya, tepat apa yang dikehendaki nya terang. *Qawlan baligha* adalah kesesuaian antara hatidan otak dengan apa yang disampaikan oleh dai sehingga tepat sasaran kepada mad'u³²

Ungkapan *qawlan baligha* terdapat pada surah An – Nisa Ayat 63 Dengan firmannya :

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. “(QS.An- nisa 4:63)³³

³¹M. Munir, *Metode Dakwah*, Ed.Rev. cet 3 (Jakarta : kencana, 2009), p.155 -

³²Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah ...*, p.176

³³ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*, p.88

Yang dimaksud ayat diatas adalah perilaku orang munafik. ketika diajak untuk memahami hukum allah, mereka menghalangi orang lain untuk patuh (ayat 61). Kalau mereka mendapat musibah atau kecelakaan karena perbuatan mereka sendiri, mereka datang mohon perlindungan atau bantuan. Mereka inilah yang perlu dihindari, diberi pelajaran, atau diberi penjelasan dengan cara yang berbekas atau ungkapan yang mengesankan. Karena itu *Qawlan Baligha* dapat diterjemahkan kedalam komunikasi yang efektif. Merujuk pada asal katanya, *Baligha* artinya sampai atau fashih. Jadi, untuk orang munafik diperlukan komunikasi efektif yang bisa menggugah jiwanya. Bahasa yang dipakai bahasa yang akan mengesankan atau membekas pada hatinya. Sebab dihatinya banyak dusta, khianat, dan ingkar janji. Kalau hatinya tidak tersentuh sulit menundukannya.

Jalaludin rahmat memerinci pengertian *qawlan baligha* tersebut menjadi dua *qawlan baligha* terjadi apabila dai (komunikator) menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat – sifat khalayak yang dihadapinya sesuai dengan *frame of reference and field of experience*. Kedua, *qawlan baligha* terjadi bila komunikator menyentuh khalayaknya pada hati dan otaknya sekaligus.³⁴

4. *Qawlan Layyinan* (perkataan yang lemah lembut)

Term *Qawlan Layyinan* terdapat dalam surat thaha ayat 43-44 secara harfiah berarti komunikasi yang lemah lembut komunikasi (*layyin*).

اذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ { ٤٣ } فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ
أَوْ يَخْشَىٰ

³⁴ M. Munir, *Metode Dakwah ...*, p.155 - 166

Artinya : “Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, sesungguhnya dia telah melampaui batas; maka berbicalah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (QS Thaha. 20:44)³⁵

Berkata lembut tersebut adalah perintah Allah kepada Nabi Musa dan Harun supaya menyampaikan *tabsyir* dan *inzar* kepada Fir'aun dengan “Qawlan Layyinan” karena ia telah menjadi kekuasaan melampaui batas, Musa dan Harun sedikit khawatir menemui Fir'aun yang kejam. Tetapi, Allah tahu memberi jaminan

قَالَ لَا تَخَافَا إِنِّي مَعَكُمَا أَسْمَعُ وَأَرَى

Artinya : “Allah berfirman: “Jangan kamu berdua khawatir, sesungguhnya Aku beserta kamu berdua, Aku mendengar dan melihat”. (QS.Thaha 20:46)³⁶

Berhadapan dengan penguasa yang tiran, Al-Quran mengajarkan agar dakwah kepada mereka haruslah bersifat sejuk dan lemah lembut, tidak kasar dan lantang perkataan yang lantang kepada penguasa tiran dapat memancing respon yang lebih keras dalam waktu spontan, sehingga menghilangkan peluang untuk berdialog atau komunikasi antar kedua belah pihak, dai dan penguasa sebagai *mad'u*.

5. *Qawlan Ma'rufan* (perkataan yang pantas dan baik)

Dalam bahasa *Qawlan Ma'rufan* diartikan dengan ungkapan dan ucapan yang pantas dan baik, pantas disini bisa diartikan sebagai kata – kata yang terhormat, sedangkan baik diartikan sebagai kata – kata yang sopan.³⁷ Di dalam Al-Quran ungkapan

³⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya ...*, p.314

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya ...*, p.314

³⁷ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah ...*, p. 183

qawlan ma'rufan ditemukan pada 3 surah dan 4 ayat. Yakni 1 ayat pada surah Al – Baqarah 2:235, 2 ayat pada surat An-Nisa ayat 5 & 8, serta 1 ayat lagi pada surah Al – Ahzab ayat 32. Semua ini ayat turun pada periode madinah seperti diketahui komunitas *Madinah* lebih heterogen ketimbang makkah. Dalam ayat 235 surah Al – Baqarah ini *qawlan ma'rufan* mengandung beberapa pengertian antara lain rayuan halus terhadap seorang wanita yang ingin dipinang untuk istri. Jadi, ini merupakan komunikasi etis dalam menimbang perasaan wanita, apalagi wanita yang diceraikan suaminya.³⁸

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya : “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.” (QS. An – Nisa 4:5)³⁹

Dalam ayat 5 surah An – Nisa *qawlan ma'rufan* berkonotasi kepada pembicaraan – pembicaraan yang pantas bagi seorang yang belum dewasa atau cukup akal nya atau orang dewasa tetapi tergolong bodoh. Kedua orang ini tentu tidak menerima perkataan *ma'ruf* karena otaknya tidak cukup siap menerima apa yang disampaikan. Justru yang menonjol adalah emosinya.

Jalaludin rahmat menjelaskan bahwa *qawlan ma'rufan* adalah perkataan yang baik. Allah menggunakan frase ini ketika

³⁸ M. Munir, *Metode Dakwah ...*, p.167 - 168

³⁹ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*, p.77

bicara tentang kewajiban orang – orang kaya atau orang – orang kuat terhadap orang – orang yang miskin atau lemah. *Qawlan ma'rufan* berarti pembicaraan yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan kepada orang lemah, jika kita tidak dapat membantu secara material, kita harus dapat membantu psikologi.

6. *Qawlan Maisura* (perkataan yang mudah)

Istilah *qawlan maisura* tersebut dalam Al –Isra. Kalimat *maisura* berasal dari kata *yasr*, yang artinya mudah. *Qawlan maisura* adalah lawan dari kata *ma'sura*, perkataan yang sulit. Sebagai bahasa komunikasi, *qawlan maisura* artinya pesan yang disampaikan itu sederhana, mudah dimengerti dan dapat dipahami secara spontan tanpa harus dipikir dua kali. Pesan dakwah model ini tidak memerlukan dalil naqli maupun argument – argument logika.

Dakwah dengan pendekatan *Qawlan Maisura* harus menjadi pertimbangan *mad'u* yang dihadapi itu terdiri dari :

- Orang tua atau kelompok orang tua yang merasa dituakan, yang sedang menjalani kesedihan lantaran kurang bijaknya perlakuan anak terhadap orang tuanya atau oleh kelompok yang lebih muda.
- Orang yang tergolong di dzalimi haknya oleh orang – orang yang lebih kuat.
- Masyarakat yang secara social berada dibawah garis kemiskinan, lapisan masyarakat tersebut sangat peka dengan nasihat yang panjang, karenanya dai harus memberikan solusi dengan membantu mereka dalam *dakwah bil hal*.

7. **Qawlan Kariman** (perkataan yang mulia)

Dakwah dengan *Qawlan Kariman* Sasarannya adalah orang yang telah lanjut usia, pendekatan yang digunakan adalah dengan perkataan yang mulia, santun, penuh penghormatan dan penghargaan tidak menggurui tidak perlu retorika yang meledak – ledak.⁴⁰ Term *Qawlan Kariman* Terdapat Dalam surat Al – Isra ayat 23 yang berbunyi:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ
عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا
وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya : “Dan Rabbmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”. (QS. Al – Isra 17:23)⁴¹

Dalam prespektif dakwah maka term pergaulan *qawlan karima* diperlakukan jika dakwah itu ditujukan kepada kelompok orang yang sudah masuk katagori usia lanjut. Seorang dai dalam perhubungan dengan lapisan *mad'u* yang sudah masuk katagori usia lanjut, haruslah bersikap seperti terhadap orang tua sendiri, yakni hormat adan tidak berkata kasar kepadanya. Karena manusia meskipun sudah mencapai usia lanjut, bisa berbuat salah, atau melakukan hal – hal yang sesat menurut ukuran agama. Sementara

⁴⁰ M. Munir, *Metode Dakwah ...*, p.168 - 170

⁴¹ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya ...*, p.284

itu kondisi fisik mereka yang mulai melemah membuat mereka mudah tersinggung dan pendekatan dakwah terhadap orang tersebut telah dilansi dalam Al – Quran dengan term *qawlan karima*.⁴²

8. ***Qawlan Tsaqilan*** (perkataan yang berat)

Qawlan Tsaqila jika diartikan dalam pemahaman komunikasi adalah kata – kata yang mantap sehingga tidak akan mengalami perubahan, kata – kata yang berat dan mantap dalam komunikasi dakwah adalah saat komunikator dalam penyampaian dakwahnya haruslah berat dan mantap dalam artian kata – kata tersebut mengandung nilai kebenaran dan tidak ada keraguan didalamnya dan tidak dapat dipengaruhi oleh apapun⁴³

Tabel 1.

Perbedaan Ciri – Ciri Komunikasi Dakwah

No	Komunikasi dakwah	Ciri – ciri
1.	<i>Qawlan Adhima</i>	1) Sumber Yang jelas 2) Tidak Menuduh atau mengandung Prasangka buruk. 3) Digunakan untuk semua tingkatan Mad'u ⁴⁴
2.	<i>Qawlan Sadida</i>	1) Harus benar dan mendidik. 2) Digunakan untuk mengkritik, namun kritik yang membangun. ⁴⁵
3.	<i>Qawlan Baligha</i>	1) Kalimatnya tidak bertele – tele dan tidak mengaburkan pesan 2) Kesesuaian kandungan pesan dan bahas komunikan.

⁴² M. Munir, *Metode Dakwah ...*, p.170

⁴³ Wahyu ilahi, *Komunikasi Dakwah ...*,p.192

⁴⁴ M.Quraish Shiab, *Tafsir Al – Misbah* (Jakarta: lentera hati :2003), p.468

⁴⁵ M.Quraish Shiab, *Tafsir Al – Misbah*, Vol 11 ..., p.330

		3) Kesesuaian kata dengan kata bahasa. ⁴⁶
4.	<i>Qawlan Layyina</i>	1) Ucapan – ucapan sopan lemah lembut dan tidak menyakitkan hati komunikan. 2) Tidak bersifat memaki atau memojokan. ⁴⁷
5.	<i>Qawlan Ma'rufa</i>	1) Ditunjukan kepada orang orang kuat, (memiliki power). 2) Ditunjukan kepada kaum yang lemah seperti orang miskin dan anak yatim. 3) Ditunjukan kepada orang – orang yang masih belum sempurna akal nya seperti anak – anak. 4) Ditunjukan kepada perempuan. ⁴⁸
6.	<i>Qawlan Maisura</i>	1) Bahasanya ringan dan mudah dipahami oleh mad'u. 2) Melahirkan harapan dan optimisme ⁴⁹
7.	<i>Qawlan Karima</i>	1) Digunakan untuk konteks mad'u dengan tingkatan usia yang lebih tua. 2) Kata – kata yang sopan, memberikan penghormatan, tidak menggurui, dan retorikanya tidak berapi – api. ⁵⁰
8.	<i>Qawlan Tsaqila</i>	1) Kata – kata yang tegas, berat dan mantap yang bersumber dari al-quran dan hadits. 2) Untuk menegaskan hal sesuatu hal yang sudah pasti. 3) Untuk menghilangkan keraguan.

⁴⁶ M.Quraish Shiab, *Tafsir Al – Misbah*, Vol 2 ..., p.491 - 492

⁴⁷ M.Quraish Shiab, *Tafsir Al – Misbah*, Vol 8 ..., p.306 - 307

⁴⁸ Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah* ..., p.187

⁴⁹ M.Quraish Shiab, *Tafsir Al – Misbah*, Vol 8 ..., p.451

⁵⁰ Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah* ..., p.176

Lasswell menyusun bagian – bagian system komunikasi massa. Ia mampu mengidentifikasi fungsi – fungsi utama media komunikasi, termasuk pengamatan (surveillance), memberikan informasi tentang lingkungan; memberikan pilihan untuk memecahkan masalah, atau hubungan (correlation); dan sosialisasi serta pendidikan yang dikenal dengan transmisi (transmission). Oleh sebab itu, yang penting bagi komunikasi massa adalah media itu sendiri. Organisasi media menyebarkan pesan yang mempengaruhi dan menggambarkan budaya masyarakat. Dan media memberikan informasi kepada audiens yang heterogen, menjadikan media sebagai bagian dari kekuatan institusi masyarakat.⁵¹

Wasilah (*media*) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah yakub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu ; lisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

1. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat (*korespondensi*), spanduk dan sebagainya.
3. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar karikatur, dan sebagainya.
4. Audiovisual adalah media Dakwah yang dapat merangsang indra penglihatan, pendengaran atau kedua – duanya, seperti televise, film slide, OHP, internet, dan sebagainya.

⁵¹ Stephen W. Littlejohn, Karen A.Foss , *Teori Komunikasi Theories of human Communication Edisi 9* (Jakarta Selatan : Salemba Humanika, 2011), p.407

5. Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan – perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.⁵²

Beberapa hal sebagai acuan yang penulis rasa cukup penting untuk dilakukan dalam rangka dakwah melalui media massa adalah : (1) pelatihan bagi pelaku dakwah dan ulama untuk menguasai media. Dengan kemampuan yang ada mengenai media, maka diharapkan paling tidak para pelaku dakwah dapat membuat media kecil – kecilan dalam kalangan terbatas, atau juga mampu menyisipkan pesan dakwah dalam tulisan yang ditunjukkan untuk dimuat dimedia massa, bahkan mampu menulis opini atau pemikiran keislaman yang layak muat untuk media. Untuk kepentingan media elektromik, kemampuan ini diperlukan agar para pelaku dakwah mampu menyampaikan dakwah melalui tayangan elektronik, dapat aktif mengikuti talk show, dan intinya tidak gagap teknologi, (2) memberikan pembekalan tentang strategi – strategi mengelola dan mengolah informasi dari media media massa, (3) penguasaan teknologi internet bagi orang muslim, karena justru melalui internet sebagai teknologi komunikasi mutakhir, umat islam memiliki banyak kesempatan untuk melakukan dakwah tanpa batas.⁵³

Oleh sebab itu, agar dakwah dapat menacapai sasaran – sasaran strategis jangka panjang, maka tentunya perlukan sesuatu sistem manajerial, komunikasi baik dalam penataan perkataan maupun dengan

⁵² .M. Munir, Dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Ed. 1 Cet.1 (Jakarta:kencana,2006), p.32

⁵³ Muhammad Sholikhin, *Islam Rahmatan Lil Alamin, Panduan Dakwah Umat Islam Indonesia dalam Konteks Kekinian, Mewujudkan Amar Makhruf Nahi Mungkar, Menepis Terorisme* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2013), p.198

yang dalam banyak hal sangat relevan dan terkait dengan nilai –nilai keislaman, dengan adanya kondisi seperti itu maka para dai harus mempunyai pemahaman yang mendalam bukan saja menganggap bahwa dakwah dalam frame”*amar ma’ruf nakhî munkar*” hanya sekedar menyampaikan saja melainkan harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya mencari materi yang cocok, mengetahui psikologis objek dakwah secara tepat, memilih metode yang representif, menggunakan bahasa yang bijaksana dan sebagainya. Semua aspek diatas akan menjadi *steressing point* Pembahasan dalam metode dakwah.⁵⁴

E. Bentuk Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (cara). Dengan demikian kita dapat diartikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.⁵⁵ Kalau kata metode itu digabungkan dengan kata dakwah sehingga menjadi metode dakwah, maka artinya ialah cara – cara menyampaikan ajaran islam kepada individu, kelompok ataupun mmasyarkat, agar supaya ajaran itu dengan cepat dimiliki serta diamalkan.⁵⁶

⁵⁴ M.Munir, *Metode Dakwah*,, p.6

⁵⁵ M.Munir, *Metode Dakwah*,, p.6

⁵⁶ A Chaerudji Chalik, *Fiqih Dakwah*,, .p.133-134

Seorang dai yang menguasai metode dakwah dengan baik akan dapat mencapai prestasi yang berlipat ganda besarnya dari pada sebelumnya ia menguasai metode. Dai yang demikian membuat mempunyai prestasi yang sama besarnya dengan puluhan dai yang tidak menguasai metode. Sebagai contoh yang mudah dimengerti, mengapakah seorang pemimpin pergerakan mendapat pengikut yang banyak sedang pengikut lainnya kurang pengikutnya, mengapa seorang kiyai mendapat murid yang banyak sedangkan kiyai lainnya semakin habis muridnya, mengapa seorang ayah sangat dicintai oleh anak – anak serta istrinya, sedangkan ayah yang lainnya dijauhi oleh mereka. Semua itu baik disadari maupun tidak, sebenarnya bersangkut paut dengan cara – cara mereka itu menghadapi orang – orang yang diasuhnya. Atau dengan perkataan lain, tergantung kepada baik dan buruknya metode yang digunakannya. Suatu ajaran yang baik, apabila disampaikan dengan cara yang tidak tepat, akan mendapatka hasil yang tidak memuaskan, bahkan kadang – kadang sebaliknya dari pada yang ia kehendaki.⁵⁷

Berdasarkan contoh–contoh diatas dan realita yang terjadi ditengah–tengah masyarakat. Wajarlah apabila timbul ungkapan bahwa metode itu lebih penting dari pada materi.⁵⁸ Metode dakwah yang dipergunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan materi, yaitu al–Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. sember metode dakwah yang terdapat didalam al – qur’an menunjukan ragam yang banyak, seperti hikmah, nasehat yang benar dan

⁵⁷ Chaerudji Chalik ,*Fiqih Dakwah*, , , p.134

⁵⁸ Chaerudji Chalik ,*Fiqih Dakwah*, , , p.135

mujadalah atau diskusi atau berbantah dengan cara yang paling baik”⁵⁹
hal ini dapat kita lihat pada QS.An – Nahl :125 yang berbunyi :

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

Artinya “Serulah (manusia) kepada jalan Rabbmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Rabbmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An – Nahl 16:125)⁶⁰

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah meliputi :

1. Al-Hikmah

Dakwah AL-Hikmah Yakni menyampaikan dakwah dengan cara yang arif bijaksana, yaitu melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak obyek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupunkonflik. Dengan kata lain dakwah bi al-hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi dakwah yang dilakukan atas dasar persuasif. Dalam kitab al-Hikmah fi al dakwah Ilallah ta’ala oleh Said bin Ali bin wahif al-Qathani diuraikan lebih jelas tentang pengertian al- Hikmah, antara lain menurut bahasa :

- a. adil, ilmu, sabar, kenabian, Al-Qur’an dan Injil

⁵⁹ Wardi Bahctiar, *metode penelitian dakwah*,, .p.34

⁶⁰ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya*,, p.281

- b. memperbaiki (membuat menjadi lebih baik atau pas) dan terhindar dari kerusakan
- c. ungkapan untuk mengetahui sesuatu yang utama dengan ilmu yang utama
- d. obyek kebenaran(al-haq) yang didapat melalui ilmu dan akal
- e. pengetahuan atau ma'rifat.

Menurut istilah Syar'i: Valid dalam perkataan dan perbuatan, mengetahui yang benar dan mengamalkannya, wara' dalam Dinullah, meletakkan sesuatu pada tempatnya dan menjawab dengan tegas dan tepat. Adapun secara terminology, ada beberapa pengertian tentang Hikmah, di antaranya:

- a. Menurut Syeh Mustafa Al-Maroghi dalam tafsirnya mengatakan bahwa hikmah yaitu; Perkataan yang jelas dan tegas disertai dengan dalil yang dapat mempertegas kebenaran, dan dapat menghilangkan keragu-raguan.
- b. Menurut Syekh Muhammad Abduh, hikmah adalah mengetahui rahasia dan faedah di dalam tiap-tiap hal. Hikmah juga digunakan dalam arti ucapan yang sedikit lapaz tetapi banyak makna atau dapat diartikan meletakkan sesuatu pada tempat atau semestinya. Orang yang memiliki hikmah disebut al-hakim yaitu orang yang memiliki pengetahuan yang paling utama dari segala sesuatu. Kata hikmah juga sering dikaitkan dengan filsafat karena filsafat juga mencari pengetahuan hakikat segala sesuatu.
- c. Menurut Imam Abdullah bin Ahmad Mahmud an- Nasafi, arti hikmah yaitu: "Dakwah bil hikmah adalah dakwah dengan menggunakan perkataan yang benar dan pasti, yaitu dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilangkan keraguan."
- d. Menurut al-Kasysyaf-nya Syekh Zamakhsyari, al- hikmah adalah perkataan yang pasti benar. Ia adalah dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilangkan keraguan atau kasmaran. Selanjutnya Syekh Zamakhsyari mengatakan hikmah juga diartikan sebagai al-Quran yakni ajaklah mereka (manusia) mengikuti kitab yang memuat hikmah.

- e. Sedangkan menurut Moh. Natsir mengatakan, bahwa hikmah lebih dari semata-mata ilmu. Ia adalah ilmu yang sehat dan mudah dicernakan; ilmu yang berpadu dengan rasa perisa, sehingga menjadi daya tarik penggerak untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, berguna kalau dibawa kebidang dakwah: untuk melakukan tindakan sesuatu yang berguna dan efektif.

Dari pengertian di atas, dapat dipahami bahwa al- hikmah adalah merupakan kemampuan da'I dalam memilih dan menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif mad'u. di samping itu juga, al-hikmah merupakan kemampuan da'I dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam serta realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa yang komunikatif. Oleh karena itu, al-hikmah adalah sebagai sebuah system yang menyatukan antara kemampuan teoritis dan praktis dalam dakwah. Dari beberapa pengertian di atas, dapat dipahami bahwa alhikmah adalah merupakan kemampuan dan ketepatan da'i dalam memilih, memilah dan menyeleraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif *mad'u*

2. *Al-Mau'idzah Al-Hasanah*

Secara bahasa, *mauizhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *mau'izhah* dan *hasanah*. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adzaya'idzu- wa'dzan-'idzatan* yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan.⁹ Sementara *hasanah* merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan. Adapun penegertian secara istilah, Menurut Abd. Hamid al-Bilali *al-Mau'izhah al-Hasanah*, merupakan salah satu *manhaj* (metode) dalam dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan memberikan

nasihat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.¹⁰ Ada beberapa pengertian diantaranya:

- a. Menurut Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi yang dikutip oleh Hasanuddin adalah sebagai berikut: Al-Mau'idzatil hasanah adalah perkataan-perkataan yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberikan nasihat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan al-Quran
- b. Menurut Abdul Hamid Al-Bilali; mau'idzatil hasanah merupakan salah satu metode dalam dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan cara memberikan nasihat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.
- c. Menurut Ibnu Syayyidiqi; memberi ingat kepada orang lain dengan fahala dan siksa yang dapat menaklukkan hati. *Mau'izhah hasanah* dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiyat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat. Dari beberapa definisi di atas, *mau'izhah hasanah* tersebut bisa diklasifikasikan dalam beberapa bentuk yaitu Nasehat atau bentuk, Bimbingan, pengajaran (pendidikan), Kisah-kisah, Kabar gembira dan peringatan (al-Basyir dan al-Nadzir), Wasiat (pesan-pesan positif).⁶¹

Jadi, kalau kita telusuri kesimpulan dari *mau'idzatul hasanah*, akan mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, .tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan-lembutan dalam menasihati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan dari pada larangan dan ancaman.

⁶¹ M.Munir *Metode Dakwah*, edisi revisi 3, (Jakarta:kencana,2009),p,16

3. *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*

Dari segi etimologi (Bahasa) lafadh mujadalah terampil dari kata “*jadala*” yang bermakna *memintal, melilit*. Kata “*jadalah*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu. Orang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk menyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.

Menurut Ali al-jarisyah, dalam kitabnya *Adab al-Hiwar waalmunadzarah*, mengertikan bahwa “*al-jidal*” secara bahasa dapat bermakna pula “Datang untuk memilih kebenaran” dan apabila berbentuk isim “*al-jadlu*” maka berarti “pertentangan atau persetujuan yang tajam.” Sedangkan Sayyid Muhammad Thantawi ialah, suatu upaya yang bertujuan untuk mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat.

Dari penegertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, al- Mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi yang kuat.⁶²

Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat. Media elektronik adalah suatu proses penyampai pesan melalui alat – alat elektronik baik yang berbentuk audio (radio), audio visual (TV, Film/Video) dan lain – lain. Maka Dalam abad informasi dewasa ini, dakwah tidaklah cukup disampaikan dengan lisan belaka tanpa bantuan alat – alat modern yang sekarang ini terkenal

⁶² M.Munir, *Metode Dakwah,,* p.15-18

dengan sebutan alat – alat komunikasi massa, seperti pers, radio, film, televise, video, internet, dan sebagainya. Kata – kata manusia terucap dari manusia hanya dapat menjangkau jarak yang sangat terbatas, sedangkan alat – alat komunikasi massa, jangkauan dakwah tidak lagi terbatas pada waktu dan ruang⁶³. Penggunaan media secara terpilih akan lebih banyak hasilnya dari pada secara tidak beraturan. Didunia barat nampaknya sudah lama dan sudah banyak dilaksanakan penyiaran agama melalui film, radio, tv dan sebagainya.⁶⁴

F. Dakwah Melalui Media Elektronik

Perkembangan tatanan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan pertumbuhan semakin pesat sebagai dampak kemajuan ilmu dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informatika menuntut adanya perimbangan pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi.

Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian murah dan dalam waktu yang singkat. Tak mengherankan kalau dunia entertainment berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara live atau recorded, cetak atau elektronik. Oleh karena itu, tugas kita semakin berat, bukan saja siaran itu dapat membimbing umat Islam dalam pengamalan agama, tetapi juga memberikan motivasi kepada

⁶³ A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*, p.119 - 120

⁶⁴ A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*, p.132

umat dan berupaya menggerakkannya agar meningkatkan partisipasinya secara maksimal dalam mensukseskan program-program pembinaan keagamaan.

Oleh sebab itu, para pelaku dan pemilik program siaran keagamaan harus terlebih dahulu mengetahui strategi dan sasarannya, serta juga harus mengetahui bagaimana melaksanakan program dengan sebaik-baiknya? Tentu saja harus mengetahui pula dengan baik kelompok-kelompok yang menjadi sasarannya dan menguasai dengan baik materi-materi siaran agama yang disampaikan. Kemudian, pengelola siaran agama, baik dipusat maupun didaerah, seharusnya menguasai medan dengan baik, sehingga dengan demikian mereka dapat menyusun program-program siaran agama yang sesuai dengan kenyataan, problem dan sasaran yang tepat.

Agama Islam, adalah agama yang mempunyai motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual. Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat yang ampuh dalam menggelorakan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Agama dapat memberi bentuk kepada arti dan kualitas hidup, sebab kalau tidak demikian, maka kita akan kehilangan tujuan, keindahan dan keberkahan hidup. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media elektronik.⁶⁵

Tidak bisa dipungkiri bahwa media elektronik merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan. dalam hal ini

⁶⁵ <http://arisemangatselalu.blogspot.com/2012/12/strategi-dakwah-melalui-media-elektronik.html> diakses pada tanggal 15 Agustus 2015

pesan keagamaan- kepada khalayak penerima dakwah. Pada era sekarang ini, media elektronik dalam hal ini stasiun televisi, sangat efektif media untuk menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak ramai. Oleh karena itu, dakwah juga bisa disampaikan melalui media elektronik ini, agar pesan-pesan dakwah bisa diterima secara efektif.

1. *Dakwah Melalui Media Radio*

Salah satu media yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah adalah radio. Hampir seluruh radio siaran yang menyelenggarakan siaran di Indonesia menyajikan informasi, edukasi, dan hiburan. Siaran keagamaan termasuk fungsi edukasi. Dalam sejarahnya, RRI Jakarta ketika kebangkitan Orde Baru, menjadi sangat terkenal dengan acara siaran “Kuliah Shubuh” yang diselenggarakan oleh almarhum Buya Hamka. Kepeloporan kuliah shubuh RRI itu sekarang marak melalui radio siaran swasta, bahkan juga diikuti oleh berbagai TV swasta.

2. *Dakwah Melalui Media Televisi*

Seorang da'i yang tampil di depan kamera TV haruslah menyesuaikan diri dengan karakteristik kamera serta peralatan lain yang menopang suatu produksi audio visual, seperti cahaya (lighting) yang tersorot kewajahnya. Ketidakbiasaan berbicara di depan kamera peralatan studio yang canggih dapat membuat seorang da'i menjadi kikuk. Kekakuan dihadapan kamera membawa dampak tegang dan tidak santai yang berakibat arus pesan komunikasi dakwah yang disampaikan menjadi tersendat-sendat. Da'i yang tampil di depan kamera seyogyanya tidak menggunakan naskah. Kadang-kadang untuk menghindari “kebingungan”. Menghadapi alat-alat siaran yang rumit seorang

da'i dibantu dengan idiot board, yaitu pointers yang akan dibahas dituliskan didalam kartu-kartu besar yang berada dihadapan seorang da'i. bagi seorang da'i yang berdakwah di depan kamera televisi, selain mengendalikan fleksibilitas suaranya, tidak kalah penting ialah faktor bahasa tubuh (body language): ekspresi wajahnya dan gerak-gerik anggota tangannya. Penampilan diri didepan kamera memerlukan pula perhatian atas busan yang dikenakan denvam warna yang harus sesuai dan serasi dengan TV warna yang dimiliki oleh pemirsa.

3. *Dakwah Melalui Media Internet*

Internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet. Sebuah langkah yang baik telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama di timur tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai senjata dakwah. Langkah-langkah untuk berdakwah melalui internet dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam, diantaranya: cybermuslim atau cyberdakwah, Situs Dakwah Islam, Youtube Islam atau Islam Tube, Website, Blog dan Jaringan sosial seperti: Facebook dan twitter. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan

informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.⁶⁶

4. Dakwah Melalui Media Film

Film juga dapat pula dijadikan media dakwah dengan kelebihan audio – visual yang sekaligus merangsang indra penglihatan dan pendengaran, keunikan film sebagai media dakwah ini dapat dikemukakan sebagai berikut .:

- 1) Secara Psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation*. Memiliki keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak dan samar – samar dan sulit diterangkan dengan kata – kata dapat disuguhkan kepada khalayak lebih baik dan efisien dengan media ini.
- 2) Media film yang menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.
- 3) Khusus bagi khalayak anak – anak, sementara kalangan dewasa cenderung menerima secara bulat tanpa lebih banyak mengajukan pertanyaan terhadap seluruh kenyataan situasi yang disuguhkan oleh film. (*yoyon mujono dalam kutipan moh.ali aziz, 2004:153*)

Film yang dapat mempengaruhi emosi penonton ini memang amat mengesankan. Pada tahun 1970 –an ribuan orang datang ke masing – masing gedung bioskop untuk menyaksikan film *the massage*. Penonton film dakwah tersebut amat terkesan

⁶⁶ <http://arisemangatselalu.blogspot.com/2012/12/strategi-dakwah-melalui-media-elektronik.html> diakses pada tanggal 15 Agustus 2015

bahkan seolah – olah menyaksikan secara langsung perjuangan Rasulullah SAW. Dalam berdakwah dikota mekah yang penuh intimidasi dan tantangan – tantangan lainnya. Mereka sudah lama mendengar nama bilal, muadzin pertama kali dalam literature islam, akan tetapi lebih berkesan ketika melihat sosoknya dalam film tersebut.

Betapa efektifitas dakwah islam lewat film itu telah pernah dibuktikan oleh film “Bilal” dan shalahuddin Al –Ayubi” (*produksi mesir*) yang merupakan film dakwah islam pertama yang pernah diputar dan dipertontonkan di Indonesia dalam bentuk cinemascope dengan tata warna yang indah (*tehnicolor*). Kedua film tersebut kemudian dilarang oleh pemerintah soekarno untuk dipertunjukan kepada umum hanya karean film – film itu memperlihatkan adegan – adegan yang mempertunjukkan kebesaran islam, bagaimana teguhnya iman seorang muslim, hebatnya semangat tauhid dalam perjuangan islam, perwiranya orang islam dalam menghadapi kaum kuffar, pantang surutnya kaum muslimin dalam melakukan perintah amar ma’ruf nahy mungkar dan sebagainya.

Sebagai alat komunikasi massa memang film mempunyai kelebihan sendiri dari alat – alat komunikasi lainnya sebagaimana disebutkan diatas, dan sangat efektif (*tepat*)⁶⁷ dalam menimbulkan sikap, emosi, akhlak dan behavior (*tindak – tanduk/ tabiat, kelakuan, prilaku atau tingkah laku*)⁶⁸ manusia. Semestinya umat silam tidak boleh ketinggalan dalam memepergunakan film sebagai alat dakwah. Tetapi buat masa yang dekat ini organisasi –

⁶⁷ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer ...*, p.133

⁶⁸ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer ...*, p.64

organisasi dakwah islam nampaknya masih belum maju, sehingga sebagai alat dakwah buat sementara waktu, film tidak perlu dierkirakan.⁶⁹

Film atau gambar hidup juga sering disebut *movie*. Film secara kolektif (*yaitu secara berama – sama /terpadu*)⁷⁰, sering disebut sinema. Gambar hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (*termasuk fantasi dan figure palsu*) dengan kamera, dan / atau oleh animasi.⁷¹ Jadi Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. (Effendy, 1986: 134).Film dalam hal ini adalah film teatrical yaitu film yang secara khusus untuk dipertunjukan digedung – gedung pertunjukan. Jenis ini berbeda dengan sinetron (*sinema elektronika*) untuk acara TV. Khalayak menonton film terutama untuk hiburan. Akan tetapi, dalam film terkandung fungsi informative maupun edukatif, bahkan persuasif.

Film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building*. Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film – film sejarah yang obyektif atau film documenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari – hari secara berimbang. Factor – factor yang dapat menunjukan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar,

⁶⁹ A.Chaerudji Chalik, *Fikih Dakwah ...*, p.124 - 126

⁷⁰ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer ...*, p.257

⁷¹ <http://id.wikipedia.org/wiki/film> diakses pada tanggal 08 agustus 2015

konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis. Film bisa berupa film cerita, filmberita, film documenter, dan film kartun⁷².

Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang – lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.

Film juga dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, yaitu gambar dan suara yang hidup. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens.

1. Konsep Film

Definisi Film Menurut UU 8 / 1992, Adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang – dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk , jenis, dan ukuran melalui proses kimia, proses elektronik, atau proses lainnya dengan atau tanpa suara yang

⁷²Mohamad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah ...*, p.425 - 426

dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan system proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya.⁷³

Proses komunikasi secara linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, oleh karena itu komunikasi bermedia khususnya media massa yakni film menunjukkan perhatiannya yang sangat besar terhadap masalah ini. Dengan perencanaan komunikasi (*Comumunication planning*) yang seksama mereka berupaya agar pesan – pesan komunikasinya oleh khalayak sebagai komunikannya diterima secara indrawai (*recevied*) dan diterima secara rohani (*accepted*) dalam sekali penyiarannya⁷⁴ Unsur – Unsur yang berkaitan dengan film sebagai berikut :

- Produser adalah orang yang mengepalai studio, orang ini memimpin produksi film, menentukan cerita dan biaya yang diperlukan serta memilih orang – orang yang harus bekerja untuk tiap film yang dibuat distudio.
- Penulis Skenario adalah orang yang mengaplikasikan ide, cerita dalam tulisan, dimana tulisan ini akan menjadi acuan bagi sutradara untuk membuat film dan Scenario adalah rencana untuk penokohan film berupa naskah scenario berupa synopsis, deskripsi treatment, (*deskripsi pesan*), rencana shot, dan dialog dalam scenario semua informasi tentang suara (*audio*) dan gambar (*visual*) yang akan ditampilkan dalam sebuah film dikemas dalam bentuk sikap

⁷³ <http://journal.uajy.ac.id/82132TA11217.pdf> Di akses pada tanggal 15 agustus 2015

⁷⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, Cet.III* (Bandung:PT.Citra Aditya Bakti), p.39

pakai untuk produksi ruang, waktu, dan aksi yang dibungkus dalam scenario.

- Sutradara adalah orang yang memimpin proses pembuatan film (syuting), mulai dari kamera, tokoh dalam film, hingga memberikan arahan pada setiap kru yang bekerja pada film tersebut. Sesuai dengan scenario yang dibuat.
- Synopsis adalah ringkasan cerita dan penggambaran singkat alur sebuah fikiran.
- Plot atau alur cerita plot merupakan cerita pada sebuah scenario, plot hanya terdapat dalam film cerita.
- Penata artistic dapat dibedakan menjadi penata latar, gaya, dan rias. Penata latar menyiapkan suasana / dekorasi ruang sesuai dengan scenario adegan yang diinginkan. Penata gaya; membantu sutradara untuk memberikan arahan gaya kepada pemain. Dan penata rias orang yang bertugas membantu pemeran untuk merias wajah dan rambut, hingga menyiapkan pakaian (*kostum*) yang akan digunakan.
- Pemeran, posisi pemeran yang disebut juga bintang film ini, secara kelembagaan, tidaklah begitu penting karena seorang pemeran harus tunduk dan melakukan segala arahan yang diberikan oleh sutradara. Namun, karena cerita film sampai pada penonton melalui bintang film tersebut, dimata penonton justru bintang film itulah yang paling penting amat menentukan.⁷⁵ Posisi Pemeran menggambarkan tokoh cerita, mulai dari sifat, kondisi, fisik, sikap dan lain sebagainya.

⁷⁵<http://journal.uajy.ac.id/82132TA11217.pdf> diakses pada tanggal 15 agustus 2015

- Penata fotografi adalah nama lain dari juru kamera (*cameraman*), orang yang benar – benar memiliki pengetahuan dan ahli menggunakan camera film, dalam menjalankan tugasnya mengambil gambar, seorang juru kamera berada dibawah acuan seorang sutradara.
- Scene adalah aktivitas kecil dalam film yang merupakan rangkaian shot, dalam satu ruangan dan waktu, memiliki kesamaan gagasan, scene bisa disebut juga adegan.
- Shot Shot satu bidikan kamera terhadap sebuah objek dalam penggarapan film, cara pengambilan. selalu berkaitan dengan ukuran tubuh manusia yang terdiri dari :
 - ✓ Long Shot Atau LS yang menunjukan keseluruhan tubuh dari kepala sampai kaki.
 - ✓ Very Long Shot Atau VLS menunjukan orang yang berada ditengah lingkungan sekitarnya. Dalam ukuran VLS ini lingkungan disekitar orang itu terlihat lebih dominan. VLS Akan menampilkan panorama yang memenuhi layar.
 - ✓ Wide Angle Atau sudut lebar adalah ukuran pengambilan gambar yang memasukan keadaan sekeliling, jadi sudut lebar akan memberikan pandangan atas keseluruhan keadaan.
 - ✓ Medium Long Shot Atau MLS, Yang menunjukan mulai dari bagian kepala sampai tepat dibawah lutut.
 - ✓ Mid Shot Atau MS, yang menunjukan mulai bagian kepala sampai pinggul. Ukuran MS berfungsi untuk menunjukan siapa yang sedang melakukan aksi itu.

- ✓ Medium Close Up atau MCU, menunjukan mulai bagian kepala bahu. Ini merupakan standar pengambilan gambar dalam wawancara.
 - ✓ Close Up Atau CU, memperlihatkan bagian kepala. Dalam merekam suatu gambar subjek yang tengah melakukan aksi, Maka CU berfungsi untuk memfokuskan sebuah aksi yang tengah dilakukan. Gambar CU merupakan elemen utama gambar.
 - ✓ Big Close Up Atau BCU, menunjukan gambar wajah yang memenuhi layar.⁷⁶
 - Penyunting adalah orang yang bertugas merangkai gambar yang telah diambil sebelumnya menjadi rangkaian cerita sesuai dengan scenario yang telah dibuat. Pada proses ini, juga dilakukan pemberian suara (Musik) atau *special effect* yang diperlukan untuk memperkuat karakter gambar atau adegan dalam film.
2. Percakapan dalam film

Didalam sebuah film terjadi sebuah percakapan yang didukung oleh sebuah adegan untuk memunculkan karakter tokoh dalam film. Adapun penokohan hingga terbentuknya karakter tokoh dalam film, sinetron atau drama lainnya dilakukan menggunakan tiga teknik. Tiga teknik ini sesuai dengan perilaku manusia yang berbicara dalam bentuk kata – kat, bersikap dengan menggerakkan anggota tubuh dan berfikir. Tiga teknik ini penggambaran dramatic tersebut adalah sebagai berikut :

⁷⁶ Morisan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir, Ed 1 Cet.2* (Jakarta : kencana, 2010), p.97 - 98

1. Teknik Cakapan

Dalam teknik cakapan tokoh, karakter tokoh dibentuk melalui percakapan dengan bahasa tutur atau bahasa verbal, cakapan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah karya sastra atau bagian yang berbentuk percakapan antara dua tokoh atau lebih atau adakalanya seorang tokoh berbicara dengan dirinya sendiri atau kepada pembaca dan pendengarnya.

Percakapan yang dilakukan oleh tokoh – tokoh cerita dimaksudkan untuk menggambarkan sifat-sifat tokoh yang ada dalam sebuah drama, percakapan yang baik dapat menggambarkan sifat kepribadian tokoh pelakunya.

Perkataan seorang tokoh dengan tokoh lain dalam drama mengandung pesan yang disampaikan kepada pembaca, pendengar atau penonton dengan demikian, saat tokoh bercakap.

2. Teknik tingkah laku

Jika teknik cakapan dimaksudkan untuk menunjuk perilaku verbal yang berwujud kata – kata para tokoh, maka teknik tingkah laku merujuk pada tindakan dan tingkah laku dapat dikatakan menunjukkan reaksi, tantangan, sifat, dan sikap yang mencerminkan sifat – sifat pribadi tokoh.

Teknik ini digunakan untuk membentuk karakter tokoh melalui sikap dan tingkah laku yang ditunjukkan dengan gerakan anggota tubuh atau *gesture* dan termasuk memiliki wajah, tokoh, seperti menggerakkan alis, berjalan dengan kepala mendongkakan, menggebrak meja dan sebagainya.

3. Teknik pikiran dan perasaan

Keadaan dan jalan pikiran serta perasaan tentang hal yang melintas didalam pikiran dan perasaan serta apa yang sering dipikirkan dirasakan oleh tokoh dalam banyak hal akan mencerminkan sifat – sifat pribadi tokoh. Teknik pembentukan karakter tokoh ini hanya terbatas pada pikiran dan perasaan tokoh dan tidak melalui ucapan atau tindakan.

Ketiga teknik penokohan ini berhubungan dengan penyampaian pesan karena pesan disampaikan melalui teknik – teknik penokohan tersebut. Dengan demikian, peneliti menggunakan teknik penokohan ini untuk menganalisis gambar dan dialog yang menggambarkan komunikasi dakwah.

G. Analisis Semiotika

1. Pengertian Semiotika

Semiotik berhubungan dengan hubungan tanda, penanda, dan pikiran manusia. Tradisi ini sangat berpengaruh dalam membantu kita melihat bagaimana tanda dan simbol digunakan, apa maknanya, dan bagaimana mengaturnya.⁷⁷ Kata semiotik (*semiotics*) berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang lazim diartikan sebagai *a sign by which something is known* (suatu tanda dimana sesuatu dapat diketahui). John Locke (1690) mengembangkan pemahaman demikian untuk menguraikan tentang bagaimana manusia memahami sesuatu melalui lambang – lambang, seperti muncul dalam karyanya yang berjudul *Essay Concerning Human*

⁷⁷ Stephen W. Littlejohn . Karen A. Foss, *Teori Komunikasi : Theories of Human Communication Edisi 9* (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), p.408

Understanding. Pemikiran Locke sampai sekarang masih dinilai sebagai sebagian dari doktrin filsafat mengenai lambang – lambang (Malone, 1996:1150)⁷⁸

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*Sign*), Tanda Adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Menurut pandangan Zoest segala sesuatu yang dapat diamati dan dibuat secara teramati dapat disebut dengan tanda. Oleh karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda.⁷⁹ Dalam bukunya alex sobur menjelaskan bahwa semiotika dikelompokkan menjadi 3 bagian besar yaitu semiotika signifikasi, semiotika komunikasi dan semiotika ekstra komunikasi.

2. Semiotika Komunikasi

Dalam kajian komunikasi, semiotika merupakan ilmu penting, sebab tanda-tanda (*signs*) merupakan basis utama dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996). Sebab dengan tanda-tanda manusia dapat melakukan komunikasi apapun dengan sesamanya. Dalam perkembangannya, kajian semiotika berkembang kepada dua klasifikasi utama, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (lihat dalam Eco, 1979; dan Hoed, 2001). Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi (pengirim, penerima, pesan, saluran dan acuan). Sedangkan semiotika signifikasi memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.⁸⁰ Di sinilah

⁷⁸ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta:LKiS,2007), p.156

⁷⁹ Sumbo Tinarbuko, *Semiotik Komunikasi Fisual*, (Yogyakarta : Jalasutra, 2009), p.11-12

⁸⁰ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi . . .*, p. 15

munculnya berbagai cabang kajian semiotika seperti semiotika binatang (*zoom semiotics*), semiotika medis (*medical semiotics*) dan lain-lain, yang mana menurut Eco (1979) mencapai 19 bidang kajian.

Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan poetika (Kurniawan, 2001). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal yang lain, sebagai contoh, asap menandai adanya api.

Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak mempunyai arti apa-apa dalam komunikasi. Tanda-tanda tersebut akan mempunyai arti ketika dimaknai oleh pengirim (pemberi tanda) dan pembacanya (penerima tanda). Pembaca (penerima tanda) itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.⁸¹

3. Semiotika Model Roland Barthes

Pemikiran Roland Barthes tentang semiotika dipengaruhi oleh Saussure. Kalau Saussure mengintrodusir istilah signifier dan signified berkenaan dengan lambang – lambang atau teks dalam suatu paket pesan maka Barthes menggunakan istilah denotasi (*makna yang sebenarnya*)⁸² dan konotasi (*arti tambahan*)⁸³ untuk menunjuk tingkatan – tingkatan makna.

Makna denotasi adalah makna tingkat pertama yang bersifat objektif yang dapat diberikan terhadap lambang – lambang,

⁸¹http://baimstain.blogspot.com/2012/10/semiotika-komunikasi_29.html
diakses pada tanggal 08 agustus 2015

⁸² Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer ...*, p.107

⁸³ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer ...*, p.322

yakni dengan mengaitkan secara langsung antara lambang dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Kemudian makna konotasi adalah makna – makna yang dapat diberikan pada lambang – lambang dengan mengacu pada nilai – nilai budaya yang karenanya berada pada tingkatan kedua (second order).

Yang menarik berkenaan dengan semiotika Roland Barthes adalah digunakannya istilah mitos (myth), yakni rujukan bersifat kultural (bersumber dari budaya yang ada) yang digunakan untuk menjelaskan gejala atau realitas yang ditunjuk dengan lambang – lambang penjelasan mana yang notabene adalah makna konotatif dari lambang – lambang yang ada dengan mengacu sejarah (*disamping budaya*).⁸⁴

Roland Barthes adalah salah satu tokoh yang terkenal dalam kajian semiotika. Menurut bahasa adalah sebuah tanda yang mencerminkan asumsi – asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Roland Barthes lahir di Prancis pada tahun 1915 dan dikenal sebagai kritikus dan intelektual sastra Prancis.

Tabel. 2

Langkah – Langkah Kerja Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotatif Sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

⁸⁴ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta : LKiS, 2007), p.163

Dari peta Barthes tersebut terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4) (Alex Sobur, 2004 : 69). Dari penanda konotatif akan memunculkan petanda konotatif yang kemudian akan melandasi munculnya tanda konotatif.⁸⁵ dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material, Maksudnya : hanya jika kita mengenal “singa” baruiah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin. Jadi dalam konsep barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotative yang melandasi keberadaannya. Makna denotative pada dasarnya meliputi hal – hal yang ditunjuk oleh kata – kata (yang disebut sebagai makna referensial) sedangkan makna konotasi mempunyai arti “ menjadi tanda “ dan mengarah kepada makna – makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata lain (dan bentuk – bentuk lain dari komunikasi)⁸⁶

Konsep pemikiran Barthes yang operasional ini dikenal dengan Tatanan Pertandaan (Order of Signification). Secara sederhana, kajian semiotik Barthes bisa dijabarkan sebagai berikut :

a. Denotasi

Denotasi merupakan makna sesungguhnya, atau sebuah fenomena yang tampak dengan panca indera, atau bisa juga disebut deskripsi dasar. Contohnya adalah Coca-Cola merupakan minuman

⁸⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Cet Ke 5 (Bandung : PT Remaja Rosdakarya , 2013), p.69

⁸⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi . . .* , p. 69

soda yang diproduksi oleh PT. Coca-Cola Company, dengan warna kecoklatan dan kaleng berwarna merah.

b. Konotasi

Konotasi merupakan makna-makna kultural yang muncul atau bisa juga disebut makna yang muncul karena adanya konstruksi budaya sehingga ada sebuah pergeseran, tetapi tetap melekat pada simbol atau tanda tersebut. Contoh adalah Coca-Cola merupakan minuman yang identik dengan budaya modern, di mana Coca-Cola menjadi salah satu produk modern dan cenderung kapitalis. Dengan mengkonsumsi Coca-Cola, seorang individu akan tampak modern dan bisa dikatakan memiliki pemikiran budaya populer.

Tabel .3

Perbandingan Konotasi dan Denotasi Menurut Arthur Asa Barger

KONOTASI	DENOTASI
1. Pemakaian Figur	1. Literature
2. Petanda	2. Penanda
3. Kesimpulan	3. Jelas
4. Memberi kesan tentang makna dunia mitos	4. Dunia keberadaan / eksistensi ⁸⁷

Secara singkat, dapat kita simpulkan bahwa analisis semiotika (*semiotical analysis*) merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap paket-paket lambang pesan atau teks dengan segala bentuknya (*sign*) baik pada media massa maupun dokumen/teks lainnya (Pawito, 2007: 155). Dengan kata lain, analisis semiotika bekerja untuk melacak makna-

⁸⁷Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi ...*, p.264

makna yang diangkut dengan teks berupa lambang-lambang (*signs*), dimana tekslah yang menjadi pusat perhatian analisis dalam penelitian semiotika.

4. Analisis Semiotika pada Media Massa

Pada dasarnya, studi media masa mencakup pencarian pesan dan makna dalam materi (isi *teks*), karena sesungguhnya semiotika komunikasi –seperti halnya basis studi komunikasi adalah proses komunikasi yang intinya adalah mencari makna. Dengan kata lain, kita mempelajari media adalah untuk mempelajari makna - dari mana asalnya, seperti apa, apa tujuannya, bagaimana disampaikan, dan bagaimana kita (pembaca) memberikan (menafsirkan) maknanya.⁸⁸

Melalui tanda (*sign*), analisis semiotika pada media juga melihat bagaimana hubungan pemilik media dengan konstruk sosial (*realitas*) yang dibangun melalui pemberitaan media. Secara teoritis, media massa bertujuan menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien. Akan tetapi pada prakteknya, seringkali apa yang disebut sebagai kebenaran itu ditentukan oleh jalinan banyak kepentingan *survival* media itu sendiri, baik dalam pengertian bisnis maupun politis. Bahkan menurut Budi Susanto (1992) sebagaimana dikutip dalam Sobur (2004), “kebenaran sesungguhnya adalah milik perusahaan”. Atas nama kebenaran itulah menurut Leksono (1998) *realitas* ditampilkan oleh media, yang bukan hanya *realitas tertunda*, namun juga *realitas tersunting*.

Pesan – pesan media sangat menarik dari sudut pandang semiotik karena pesan – esan tersebut biasanya terdiri atas

⁸⁸Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi ...*, p.110

campuran simbol – simbol yang diatur secara spasial dan kronologis untuk menciptakan sebuah kesan, menyampaikan sebuah gagasan, atau memunculkan sebuah pemaknaan pada audiens.⁸⁹

5. Analisis Semiotika pada Film

Penelitian terhadap film atau bentuk-bentuk *narrative story* lain yang bersifat audio-visual dapat dilakukan dengan memilih salah satu model analisis semiotika tertentu.⁹⁰ Bagaimana analisis semiotika diterapkan pada sebuah film, penelitian Aditia S. Hapsari (2005) yang mengkaji film *Biola tak Berdawai* produksi Kalyana Shira Film (bekerjasama dengan Cinekom) dapat dijadikan contoh dalam kajian ini.⁹¹

Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, Hapsari mengkaji makna lambang yang terdapat dalam film tersebut. Kesannya dengan kajian tersebut adalah Film yang disutradarai oleh Sekar Ayu Asmara (sekaligus penulis skenario) ini sarat dengan pesan-pesan moral, terutama cinta kasih dengan konteks yang bervariasi, seperti cinta kasih terhadap sesama, cinta kasih antara dua insan yang berbeda jenis kelamin, cinta kasih dalam konteks ibu dan anak, serta cinta kasih terhadap seluruh makhluk ciptaan Tuhan berupa binatang dan tumbuhan.

Analisis semiotika pada film tersebut memperlihatkan nilai kecintaan terhadap sesama manusia yang disimbolkan dengan adegan tokoh-tokoh sentral (Bhisma, Renjani dan Mbak Wid) yang

⁸⁹ Stephen W. Littlejohn . Karen A. Foss, *Teori Komunikasi . . .* , p.408

⁹⁰Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif ...*, 155 - 156

⁹¹Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif ...*, 165 - 167

mau merawat Dewa dan anak-anak cacat lainnya di Panti Asuhan *Ibu Sejati* dengan tulus penuh kasih sayang kendati orang tua anak-anak bersangkutan telah membuang mereka.

Kemudian cinta kasih dalam pengertian umum antara seorang lelaki dengan seorang perempuan dapat dipahami dari simbol romantisme jalinan hubungan asmara antara Bhisma (yang diperankan oleh Nocholas Saputra) dan Renjani (yang diperankan oleh Ria Irawan). Cinta kasih terhadap sesama makhluk ciptaan Tuhan dapat dipahami dari simbol lakonan Renjani yang berusaha menangkap seekor kupu-kupu tanpa melukai atau menyakitkannya.

Selain itu, film yang berdurasi 90 menit itu juga membawa pesan moral lain, yakni ketegaran dan kejujuran. Hal ini disimbolkan (*signed*) lewat tokoh Renjani yang begitu tegar menjalani hidup dengan tindakan terpuji-mendirikan panti Asuhan untuk menampung anak-anak cacat dan terbangun dari orang tuanya-meskipun dirinya sendiri adalah perempuan korban pemerkosaan dan melakukan aborsi.⁹²

Contoh di atas memberikan satu bentuk pemaknaan pesan pada sebuah film melalui tanda-tanda (*signs*). Film menurut van Zoest umumnya dibangun dengan banyak tanda, dimana tanda-tanda tersebut (termasuk berbagai sistem tandanya) bekerjasama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan, terutama dalam bentuk gambar dan suara.⁹³

⁹² Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif ...*, 167

⁹³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi ...*, p.71

H. Tanda dan Simbol Dalam Film

Media Film Umumnya dibangun dengan banyak tanda, tanda – tanda itu termasuk sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan.⁹⁴ Tanda sendiri terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara – cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan tanda tersebut saling keterkaitan dengan manusia yang menggunakannya, tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.⁹⁵

Tanda dalam film bermakna untuk mengungkapkan pesan – pesan yang ada dalam film tersebut. Tanda dan simbol menjadi sasaran komunikasi antara pembuat film (sutradara) dan penikmat film. Dalam produksi film, pembuatan makna pada tanda dan simbol sangat erat kaitannya dengan pemberi pesan. Apa dan bagaimana pesan itu disampaikan si penerima pesan. Sedangkan makna dianggap sebagai suatu yang muncul sebelum tranmisinya tersalurkan melalui film. Pesan suatu film dapat ditranmisikan tanpa masalah kepada penonton yang pasif.

Berdasarkan konvensi dan penggunaan, simbol dimaknai untuk menunjukan sesuatu yang lain, simbol dapat berupa ungkapan tertulis, gambar, benda, latar, peristiwa dan perwatakan yang biasanya digunakan untuk memberi kesan dan memperkuat makna dengan menyatu dan mempersatukan arti secara keseluruhan simbol dapat bersifat pribadi, asli tradisional, misalnya simbol bunga mawar adalah

⁹⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung :Rosdakarya, 2004), p. 128

⁹⁵ Jhon Fiske, *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Kompprehensif*, (Yogyakarta : Jalasutra, 2007),p.60

bunga yang indah yang berwarna cerah menjadi lambang perempuan cantik.⁹⁶

Suatu objek yang terdapat dalam film, tidak akan dapat dilakukan dan tidak akan mendapat apa – apa kecuali melakukan simulasi (tanda), sedemikian rupasehingga dapat dijelaskan mengapa suatu objek diaktakan sebagai suatu objek kegiatan simulasi ini tercakup dalam ungkapan “ *to reconstitute the functioning of the systems of signification,*” yaitu melihat proses pemaknaan (tanda) dalam objek yang diteliti. Dengan demikian, pembuat film mengajak penontonnya menerima data, fakta, gagasan, pandangan, pikiran, cita – cita dan saling berbicara tentangnya.⁹⁷

I. Konstruksi Realitas di media Massa

Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann bahwa Konstruksi sosial (*social construction*) merupakan teori sosiologi kontemporer. teori ini dimaksudkan sebagai satu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), dan bukan sebagai suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Oleh karena itu, teori ini tidak memfokuskan pada hal-hal semacam tinjauan tokoh, pengaruh dan sejenisnya. Tetapi lebih menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor yang kreatif dan realitas sosialnya.

Realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan

⁹⁶ Albertine minderop, *Metode Karakteristik Telaah Fiksi*, (Jakarta : yayasan pustaka obor , 2011), p.78

⁹⁷ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi ...*, p.109

hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah sosok korban sosial, namun merupakan sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya.⁹⁸

Konstruksivisme yang menyatakan bahwa orang menciptakan pengetahuan agar berfungsi secara pragmatis dalam kehidupannya. Orang memproyeksikan dirinya kepada apa yang dialaminya. Para konstruksivis percaya bahwa fenomena di dunia dapat dikonseptualisasikan dengan berbagai cara, dimana pengetahuan bereperan penting bagi seseorang untuk merencanakan dunia. Konstruksivisme sosial mengajarkan bahwa pengetahuan merupakan produk interaksi simbolik dalam kelompok sosial. Dengan lain perkataan. Realitas dikonstruksikan secara sosial sebagai produk kehidupan kelompok dan kehidupan budaya.⁹⁹

Dari realitas kekuatan media mengkonstruksi realitas sosial, di mana melalui kekuatan itu media memindahkan realitas sosial kedalam pesan media dengan atau setelah dirubah citranya. Kemudian media memindahkannya replikasi citra kedalam realitas sosial yang baru dimasyarakat, seakan realitas itu sedang hidup dimasyarakat.

Diantaranya terdengar ditengah senda gurau anak – anak, ‘aku dan kau, jelekan kau’. Parodi itu ternyata ditiru dari iklan Dancow yang

⁹⁸ <http://ataghaistsa.Wordpress.com/2013/04/25/teori-konstruksi-realitas.sosial>
Di Akses Pada tanggal 15 agustus 2015

⁹⁹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti ,200), p.330

sudah cukup lama ditayangkan ditelvisi.¹⁰⁰ Contoh Iklan televisi susu DANCOW, edisi ‘aku dan kau suka dancow’ (*Cepet besar*). Pada dasarnya ide iklan tersebut diangkat dari dialog seorang ibu dengan anaknya (sebuah realitas sosial lama). Namun begitu dialog itu terjadi dalam media televisi, maka telah terjadi perubahan citra, bahwa Dancow bukan lagi susu Sembarangan, Dancow adalah susu yang luar biasa, apalagi pada akhir dialog, pada saat sang anak sehabis minum segelas Dancow lalu ia memberitahukan kepada ibunya, kalau tangannya telah menyentuh telinga yang maknanya dia telah cepet besar hanya dengan meminum segelas Dancow saja, kemudian ada kata – kata yang diperdengarkan, ‘ Aku dan Kau suka Dancow’.

Realitas sisial yang menunjukan anak itu cepet besar karena minum susu Dancow adalah sebuah realitas media yang sengaja dikonstruksi oleh *copywriter* (Pembuat naskah iklan) dan pemesanan iklan melalui penciptaan realitas baru, yaitu susu Dancow cara cepat membesarkan anak, karena susu Dancow sajalah yang mengandung Nutrisi, Vitamin, Kalori, dan zat – zat lengkap lainnya yang paling sempurna untuk kebutuhan pertumbuhan anak – anak.¹⁰¹

Teori konstruksi sosial yang dicetuskan oleh Berger & Luckmann ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran sosiologi yang lain. Terutama terpengaruh oleh ajaran dan pemikiran Schutzian tentang fenomenologi, Weberian tentang makna subjektif (melalui Carl Meyer),

¹⁰⁰ M. Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa : Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann, Ed. 1 Cet 2.* (Jakarta : Kencana, 2011), p.1

¹⁰¹ M. Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa . . .* , p.2

Durkhemian – Parsonian tentang “struktur” (melalui Albert Solomon), dan Marxian tentang “dialektika”, serta Herbert Mead tentang “interaksi simbolik”.

Realitas sosial terdiri atas tiga bagian dasar yaitu :

1. Realitas Sosial Objektif

Realitas sosial objektif adalah gejala-gejala sosial yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

2. Realitas Sosial Subjektif

Realitas sosial subjektif adalah realitas sosial yang terbentuk pada diri khalayak yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik

3. Realitas Sosial Simbolik

Realitas sosial simbolik adalah bentuk – bentuk simbolik dari realitas sosial objektif, yang biasanya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta isi media.

Konsep ketiga ini memperjelas konsep yang dikemukakan oleh Berger & Luckmann, yang hanya menyebutkan adanya penggambaran realitas melalui proses sedimentasi dan penjelasan sebuah realitas melalui proses legitimasi. Sedimentasi adalah proses dimana beberapa pengalaman mengendap dan masuk ke dalam ingatan, memori ini selanjutnya menjadi proses yang intersubjektif bila individu-individu yang berbeda berbagi pengalaman dan gambaran yang sama.¹⁰²

¹⁰²<http://ataghaistsa.Wordpress.com/2013/04/25/teori-konstruksi-realitas.sosial> Di Akses Pada tanggal 15 agustus 2015

Menurut Berger dan Lukman ide mengenai masyarakat sebagai sebuah realitas obyektif yang menekan individu dilawan dengan pandangan alternative (yang lebih liberal), bahwa struktur, kekuatan, dan ide mengenai masyarakat dibentuk oleh manusia, secara terus menerus dibentuk dan diproduksi ulang dan juga terbuka untuk diubah dan kritik. Ada penekanan secara umum terhadap kemungkinan untuk tindakan dan juga pilihan dalam memahami realitas. Inti konstruksi social adalah sebagai berikut :

- a. Masyarakat adalah realitas yang dikonstruksikan alih – alih tetap.
- b. Media menyediakan bahan untuk produksi realitas tersebut.
- c. Makna adalah apa yang ditawarkan oleh media, tetapi dapat di negosiasikan atau ditolak.
- d. Media secara selektif memproduksi makna tertentu.
- e. Media tidak dapat memberikan penelitian obyektif terhadap realitas social. (*semua fakta merupakan hasil penafsiran*)¹⁰³

Realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media dalam dua model. Salah satunya model refleksi realitas. Yaitu model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi didalam masyarakat. Contohnya adalah sebagaimana cerita – cerita dibawah ini.

Pemandangan seram berkabut putih menyelimuti lereng pegunungan himalaya. Dari jauh, sesekali terdengar suara lengkingan dan raungan hewan dinosaurus. Tiba – tiba serombongan petualangan

¹⁰³ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), p.110

merunduk menghindari terjangan burung purba, salah satu jenis dinosaurus yang sangat ganas. Belum lagi hilang ketakutan ... tiba – tiba anggota rombongan lainnya berlari berteriak histeris memeluk pimpinan rombongan karena dihadapannya telah berdiri seekor dinosaurus jenis tirex. Dinosaurus ini sangat mengerikan, taring dan gigi sampingnya terlihat besar dan tajam ketika ia membuka mulutnya. Pimpinan rombongan dengan cekatan meraih senjata berlaras panjang yang ada diunggungnya. Tanpa bertanya lagi, terdengar suara ...dor, dor, dor, tiga tembakan itu tepat mengenai jantung dinosaurus yang membuatnya lunglai, dan beberapa saat kemudian , ... booommm, terdengar suara gemuruh ... robohlah sang tirex. Cerita dalam alinea ini adalah sepotong kisah petualangan dalam film dinosaurus, *jurassic park* yang termashur itu.

Pada kisah lain, pengalaman mengerikan dan aneh selalu hadir dalam mimpi Dr. Aki Ross, ia menyaksikan sebuah planet merah menyala yang diisi makhluk menyeramkan yang saling membantai. Sebuah pesawat ruang angkasa yang ia kendarai tanpa bobot, ia menyaksikan reruntuhan kota new york, monster transparan sampai arwah yang terenggut dari tubuh. Inilah sebuah potongan cerita sebuah virtual dunia realitas media yang diambil dari cerita film final pantasy : the spirit within. Film yang disutradarai oleh hinorabu sakhaguchi itu mengisahkan tentang kehidupan bumi pada tahun 2065. Bumi pada waktu itu adalah sebuah tempat yang paling sesat bagi umat manusia. Makhluk – makhluk asing, ganas yang datang bersama meteor yang jatuh 34 tahun sebelumnya telah menguasai setiap jengkal daratan.

Manusia terpaksa hidup dikota dengan cahaya pelindung yang digambarkan dalam film itu sebagai sebuah kehidupan baru manusia. Film Jurassic Park dan Final Fantasy: The Spirit Within yang dibuat dengan teknologi animasi komputer yang luar biasa kemampuannya sehingga dapat menghadirkan realitas hyperreality yang amat sangat realistis.

Kisah – kisah lain dalam film animasi seperti film World Disney, film – film kartun Mickey Mouse dan sebagainya adalah hasil konstruksi dari teknologi media yang mampu membangun sebuah realitas kehidupan, seakan – akan memang benar terjadi. Seakan realitas itu benar ada dalam kehidupan disekeliling kita, Bahkan seakan kita hidup bersama mereka.¹⁰⁴

Tidak bisa dipungkiri bahwa media elektronik merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan – pesan. Dalam hal ini pesan keagamaan kepada khalayak penerima dakwah. Pada era sekarang ini, media elektronik dalam hal ini stasiun tv atau film, sangat efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan – pesan kepada khalayak ramai. Oleh karena itu, dakwah juga bisa disampaikan melalui media elektronik ini, agar pesan – pesan bisa diterima secara efektif¹⁰⁵ Pesan dakwah yang hendak disampaikan melalui media massa khususnya elektronika hendaklah bersifat umum dan selintas, karena khalayaknya majemuk (*heterogen*) dan harus pula diperhatikan kemampuan daya serap rata – rata pendengar atau pemirsa. Yang

¹⁰⁴ M. Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa . . .*, p.201 - 204

¹⁰⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah, Ed. 1 Cet.2* (Jakarta : Amzah,2013), p.268

dimaksud dengan selintas ialah pesan yang dapat dikonsumsi sekali. Apabila dai mengupas suatu topik secara mendalam, maka sukar ditangkap dan dicerna oleh pendengar atau pemirsanya karena sifat komunikasinya satu arah. Dalam uraian terdahulu telah dinyatakan bahwa kemampuan menyerap melalui sarana pendengaran hanya 11 %. Dalam media massa, tidak ada umpan balik (feedback) pada waktu bersamaan.¹⁰⁶

¹⁰⁶Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah, . . .*, p.269