

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan suatu upaya untuk merealisasikan ajaran Islam ke dalam kehidupan manusia. Dakwah dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan agar Islam diterima, dihayati dan diamalkan secara benar dalam kehidupan manusia. Dengan demikian dakwah Islamiyah mencakup segala aktivitas dan usaha mengubah satu situasi tertentu ke arah situasi yang lebih baik sesuai ajaran Islam.

Secara klasik dakwah itu diartikan sebagai upaya mengajak atau menyeru manusia kepada kebaikan dan kebenaran dan mencegah dari kekejian, kemungkarannya dan kebatilan. Itu semua untuk mencapai keselamatan, kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Rofi'ah, 2010:23).

Allah berfirman dalam Al-Quran Surat Al-Imran : 104:



Artinya :

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung”.

Ada beberapa unsur dalam dakwah. Diantaranya yaitu subjek dakwah (*da'i*), objek dakwah (*mad'u*), materi dakwah (*maddah*), metode dakwah (*thariqah*), media dakwah (*wasilah*) dan efek dakwah (*atsar*) (Munir, 2006: 23).

Langkah pertama dalam sebuah dakwah yaitu hadirnya orang-orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh yang *makruf* dan mencegah yang *munkar*. Kelompok inilah yang disebut subjek dakwah (*da'i*). *Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan baik secara individu, kelompok, atau berbentuk lembaga (Aziz, 2004: 75).

Menurut Hasyimi (1974:162) *da'i* adalah penasihat, mereka pemimpin dan pemberi peringatan yang memberi nasihat baik dan berkhotbah, yang memusatkan jiwa dan raganya dalam *wa'at* dan *wa'id* (berita gembira dan berita siksa). Mereka membicarakan tentang kampung akhirat untuk melepaskan orang-orang yang karam dalam gelombang dunia.

Subjek dakwah adalah setiap kaum muslim tanpa kecuali sesuai dengan batas kemampuannya. Namun berdakwah dalam arti berceramah, berpidato dan berkhotbah, dan semacamnya hanya dapat dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kapasitas untuk itu.

Dalam komunikasi, *da'i* dikatakan sebagai komunikator atau orang yang menyampaikan pesan. Menurut Aristoteles ada tiga etos yang harus dimiliki oleh komunikator yang baik. *Pertama, good will* artinya

mempunyai keinginan yang baik untuk memberikan pesan positif untuk tercapainya tujuan komunikasi yang berupa komunikasi berperilaku sesuai kehendak komunikator. *Kedua, good sense* mewajibkan komunikator untuk mempunyai intelektualitas yang bagus, artinya mampu memahami, tajam menganalisis dan jelas dalam menyampaikan pemahaman. *Ketiga, good moral character*, komunikator harus memiliki karakter moral yang baik (Sari, 1993:24).

Seorang da'i harus memiliki keahlian dan kapasitas keilmuan, metode dan strategi dakwah agar dapat memotivasi dan menggerakkan hati orang lain untuk beriman. Hal ini menghendaki adanya da'i yang *al-amin* (terpercaya) yang berakhlak mulia, cakap, cerdas, terampil, visioner, berani serta memiliki ketokohan dan kredibilitas.

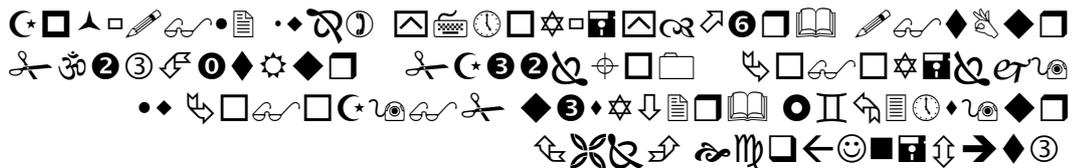
Menurut Hovland dan Wiss dalam Rahmat (1985:262) menjelaskan bahwa kredibilitas da'i terdiri dari enam komponen, yaitu *pertama, expertise* yaitu keahlian tentang topik yang dibicarakan. *Kedua, trust worthiness* yaitu dapat dipercaya karena cerdas, mampu dan berakhlak mulia, berpengalaman. *Ketiga, communication skill* yaitu ketrampilan berkomunikasi. *Keempat, knowledge* yaitu tentang pengetahuan yang luas tentang substansi yang disampaikan. *Kelima, attitude* yaitu sikap jujur dan bersahabat. *Keenam, social and culture system* yaitu mampu beradaptasi dengan sistem dan budaya sosial (Arifin, 2011: 237).

Karakteristik dai yang dijadikan panutan oleh masyarakat menurut A. Hasymi, dalam *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Lemah lembut dalam menjalankan dakwah;
2. Bermusyawarah dengan segala urusan, termasuk urusan dakwah;
3. Kebulatan tekad (azam) dalam menjalankan dakwah;
4. Tawakal kepada Allah setelah bermusyawarah dan berazam;
5. Memohon bantuan Allah sebagai konsekuensi dari tawakal;
6. Menjauhi kecurangan dan keculasan dan
7. Mendakwahkan ayat Allah untuk menjalankan roda kehidupan umat manusia. (Amin, 2009: 77)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam maupun yang tidak. Objek dakwah ini adalah seluruh umat manusia yang perlu diketahui terlebih dahulu sebelum seorang da'i terjun ke ranah dakwah.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Saba' ayat 28:



Artinya :

"Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahu".

Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Golongan cerdas cendikiawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
2. Golongan awan, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
3. Golongan yang berbeda dengan golongan yang kedua tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam (Munir, 2006: 23 & 24).

Berdasarkan responsi mad'u terhadap dakwah, mereka digolongkan sebagai berikut:

1. Golongan simpati aktif, yaitu mad'u yang menaruh simpati dan secara aktif memberi dukungan moril dan materiil terhadap kesuksesan dakwah.
2. Golongan pasif, yaitu mad'u yang masa bodoh terhadap dakwah.
3. Golongan antipati, yaitu mad'u yang tidak rela dan tidak suka akan terlaksananya dakwah (Aziz, 2004: 92).

Antara da'i dan mad'u terdapat hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya harus terlebih dahulu memahami kondisi dan karakter mad'u. Begitu pula seorang mad'u harus memandang seorang da'i dari segi kredibilitas yang dimiliki oleh seorang da'i.

Citra da'i yang dijadikan panutan adalah mereka yang memiliki ketokohan karena keulamaannya. Idealnya sikap seorang dai yang menjadi teladan ituah da'i yang memiliki kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian dan kepantasan (Arifin, 2011:240).

Da'i yang memiliki tingkat kredibilitas dan keulamaan yang tinggi akan mampu mempengaruhi minat mad'u untuk mengikuti dakwah. Sehingga ketika dakwah berlangsung, yang berpengaruh bukan saja isi pesan dakwahnya, tetapi juga daya tarik seorang da'i.

Minat adalah suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan sesuatu yang menariknya (Pasaribu dan Simanjutak,1983:52). Dapat diartikan juga sebagai kecenderungan dan

kesediaan batin yang menjadi kekuatan motif yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu secara suka rela.

Problematika yang sering muncul dalam pelaksanaan dakwah sekarang ini adanya mad'u yang memiliki tingkat pemahaman yang kurang terhadap karakteristik da'i yang harus dijadikan suri tauladan. Secara fenomenal di era serba praktis dan ekonomis ini muncul realitas baru yang menjadi warna tersendiri dalam dunia dakwah, yaitu da'i *ngetren*, *popular*, dan memiliki penggemar layaknya seorang aktor dan aktris yang manggung di dunia selebritas. Hal itulah yang menjadi pemicu minat mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah.

Dewasa ini khalayak atau mad'u hanya akan lebih memperhatikan siapa (tokoh dakwah) yang berdakwah daripada apa (materi dakwah) yang disampaikan. Sehingga nilai-nilai dan tujuan dari dakwah tidak terlalu diperhatikan oleh mad'u.

Ketokohan dan keulamaan yang dimiliki oleh seorang da'i tidak cukup untuk menarik minat mad'u. Namun kepopularitasan seorang da'i juga menjadi pemicu mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah. Mad'u bukannya melihat kedalaman ilmu yang dimiliki da'i, namun hanya melihat sisi dan penampilan dan *style* saja.

Da'i dengan penampilan seperti selebritis dan terkenal di hadapan masyarakat justru akan lebih diminati daripada da'i yang memiliki ketokohan dan keulamaan yang tinggi namun tidak populer. Kuantitas mad'u akan meningkat ketika dakwah diisi da'i yang populer, namun

sebaliknya jumlah mad'u sedikit hampir tidak ada mad'u ketika dakwah diisi da'i yang tidak terkenal.

Kehadiran seorang da'i yang populer akan menjadi penuntun utama minat seorang mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah. Fenomena ini yang terjadi di Majelis Taklim di desa Kluwut.

Mayoritas mad'u dalam Majelis Taklim di desa Kluwut adalah golongan orang-orang awam yang memiliki pengetahuan biasa. Minat mereka akan lebih besar ketika yang berceramah da'i yang sudah populer. Kepopularitasan da'i mampu memunculkan minat yang besar bagi mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah.

Tiap minggu Majelis Taklim di desa Kluwut mendatangkan da'i-da'i yang berbeda-beda. Da'i yang diundang untuk memberikan tausiyah atau ceramah dalam Majelis Taklim biasanya adalah ustadz-ustadz di sekitar desa, namun setiap dua minggu sekali Majelis Taklim Jam'iyah Subanul Muslimin juga menghadirkan da'i-da'i dari luar pengajian.

Jumlah kehadiran mad'u dalam Majelis Taklim bertambah ketika da'i yang dihadirkan adalah da'i yang berasal dari luar pengajian. Da'i tersebut dipandang mad'u memiliki jadwal ceramah yang padat dan terkenal di berbagai daerah.

Max Weber dalam Soekanto (2002:284) mengatakan bahwa ada kecenderungan dari wewenang kharismatik untuk dijadikan kekuasaan tetap dengan mengabadikan kepentingan serta cita-cita para pengikut kharismatik ke dalam kehidupan bersama, dan kepentingan untuk mempererat hubungan satu dengan lainnya.

Kehadiran da'i populer mampu memberikan semangat mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah. Sikap mad'u dalam mengikuti kegiatan dakwah condong lebih perhatian dan mendengarkan isi ceramah dengan seksama.

Hal ini sesuai dengan pendapat Arifin (2011:241) yang mengatakan bahwa citra diri bagi khalayak dapat timbul apabila diperkenalkan oleh seseorang yang sudah populer atau orang yang memiliki kekuasaan dan kharisma.

Sebaliknya setiap pengajian diisi oleh da'i dari kalangan ustadz yang ada di sekitar desa, banyak mad'u yang tidak menghadiri pengajian, sikap mad'u yang hadir cenderung meremehkan terhadap apa yang disampaikan da'i yang kurang populer.

Kehadiran da'i populer mampu memberikan semangat mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah. Sikap mad'u dalam mengikuti kegiatan dakwah condong lebih perhatian dan mendengarkan isi ceramah dengan seksama.

Fenomena di atas sesuai dengan pandangan behaviorisme yang mengatakan manusia adalah organisme pasif yang dikuasai oleh stimulus-stimulus dalam lingkungan. Manusia dapat dimanipulasi dan tingkah lakunya dapat dikontrol dengan mengontrol stimulus-stimulus yang ada dalam lingkungan (Suryabrata, 1983:14).

Sebagian besar mad'u dalam Majelis Taklim ini tergolong orang awam sehingga hadirnya da'i yang memiliki kualitas *al-amin* atau dapat dipercaya cenderung diabaikan. Gelar *al-amin* yang berkaitan dengan

akhlak yang baik, jujur, adil dan bijaksana tidak lagi menjadi acuan mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah.

Dari uraian di atas maka peneliti mengambil topik “Hubungan Popularitas Da'i dengan Minat Mad'u untuk Mengikuti Kegiatan Tabligh”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang ingin penulis angkat adalah apakah ada hubungan antara popularitas da'i dengan minat madu untuk mengikuti kegiatan tabligh?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah merupakan usaha dalam memecahkan masalah yang disebutkan dalam perumusan masalah. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan hubungan popularitas da'i dengan minat mad'u untuk mengikuti kegiatan tabligh.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Secara teoritis manfaat penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran untuk Ilmu Dakwah, terutama dalam bidang hubungan popularitas komunikator (da'i) dengan minat mad'u. Selain itu memberikan wacana baru dalam aspek metodologi penelitian Ilmu Dakwah tentang hubungan popularitas da'i dengan

minat mad'u, dan hasilnya dapat dijadikan perbendaharaan ilmiah di bidang komunikasi dan dakwah.

Sedangkan secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah pengetahuan baru kepada para da'i yang akan berdakwah. Kredibilitas seorang da'i sangat penting, dan hal ini menjadi informasi bagi mahasiswa dakwah yang akan terjun sebagai calon da'i.

1.4. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis merujuk beberapa penelitian sebelumnya yang sudah pernah ada, antara lain:

1. Penelitian Tyas Setyo Kuncoro dengan judul *Hubungan Motivasi dan Kondisi Kerja dengan Kepuasan Kerja Karyawan Perusahaan Asri Silver di Yogyakarta*. Dalam penelitiannya, Setyo menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode korelasi untuk menganalisis data. Peneliti, menggunakan analisis korelasi ini untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan motivasi dan kondisi kerja dengan kepuasan kerja karyawan. Berdasarkan hasil analisis hubungan yang dilakukan peneliti, maka hasil yang didapat dalam penelitian disimpulkan bahwa secara stimulan motivasi dan kondisi kerja mempunyai hubungan yang kuat positif dan signifikan dengan kepuasan kerja karyawan Perusahaan Asri Silver di Yogyakarta dengan $R=0,826$.
2. Skripsi Sari Nurwati yang berjudul *Korelasi Antara Membaca Pesan Dakwah Majalah Sabili dengan Perubahan Pemahaman Keagamaan*

Remaja di Kecamatan Semarang Barat. Dalam penelitiannya, Sari menggunakan jenis penelitian kuantitatif, metode survai untuk pengambilan data dan metode korelasi sebagai alat untuk menganalisis data. Penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara membaca pesan dakwah dengan perubahan pemahaman keagamaan remaja di kecamatan Semarang Barat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada korelasi yang signifikan dan nyata antara membaca pesan dakwah dengan perubahan pemahaman keagamaan remaja di kecamatan Semarang Barat.

3. Skripsi Merry Chornelia W yang berjudul *Hubungan Antara Penguasaan Materi Bidang Hukum dalam Mata Pelajaran PKn dengan Kesadaran Hukum Siswa di SMP Negeri 1 Singosari*. Merry menggunakan jenis kuantitatif dalam melakukan penelitian ini dengan analisis korelasi untuk menganalisis data tentang penguasaan materi bidang hukum dengan kesadaran hukum siswa. Hasil uji hipotesis menunjukkan penguasaan materi bidang hukum dalam mata pelajaran PKn dengan kesadaran hukum siswa di SMPN 1 Singosari adalah sebesar 0,986072 dibulatkan menjadi 0,986. Angka ini diuji dengan tabel Product Moment dengan taraf signifikansi 5%, dengan $n = 53$, ternyata sebesar 0,266. Bila dibandingkan dengan hasil perhitungan data penelitian, maka harga dalam tabel lebih kecil yaitu : $0,986 > 0,266$. Kesimpulannya terjadi hubungan positif antara penguasaan materi bidang hukum dalam mata pelajaran PKn dengan kesadaran hukum siswa di SMP Negeri 1 Singosari.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada spesifikasi materi kajiannya. Spesifikasi materi kajian Tyas Setyo Kuncoro adalah hubungan motivasi dan kondisi kerja dengan kepuasan karyawan. Sari Nurwati lebih mengkaji hubungan membaca majalah dengan perubahan pemahaman keagamaan. Sedangkan Merry Chornelia spesifikasi materi kajiannya adalah hubungan penguasaan materi bidang hukum dalam mata pelajaran PKn dengan kesadaran hukum siswa. Dalam penelitian ini materi kajiannya adalah hubungan popularitas da'i dengan minat mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan dan memahami gambaran secara menyeluruh tentang skripsi ini maka di bawah ini dicantumkan sistematika penulisan skripsi. Secara garis besar skripsi terdiri dari enam bab. Penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pada bab ini berisi gambaran umum pola dasar kajian masalah ini. Pada Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Bagian ini menyajikan landasan kerangka teoritik yang berisi konsep Popularitas Da'i (Deskripsi Teoritik Variabel Independent) dan Minat Mad'u (Deskripsi Teoritik Variabel Dependent). Pada bab ini, akan

menguraikan analisa teoritik variabel independent dengan variabel dependent, sub bab selanjutnya membahas tentang hipotesis.

BAB III : Bab ini membahas metodologi penelitian yang di dalamnya memuat sub bab tentang jenis dan metode penelitian, definisi konseptual dan operasional, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Bab ini memaparkan gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari letak geografis dan monografis desa Kluwut, letak geografis masing-masing majelis taklim, dan profil masing-masing majelis taklim. Selain itu dalam bab ini juga menjelaskan tentang hasil penelitian variabel X dan variabel Y

BAB V : Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan. Bab kelima ini dibagi menjadi tiga sub bab. Sub bab pertama yakni: hasil penelitian yang berupa deskripsi data penelitian, sub bab kedua berisi tentang pengujian hipotesis dan sub bab ketiga berupa pembahasan hasil penelitian.

BAB VI : Bab ini terdiri dari tiga sub bab yakni; sub bab pertama kesimpulan yang berisi pernyataan singkat rangkuman tentang hasil penelitian dan hasil uji hipotesis. Sub bab kedua yakni; limitasi yang menerangkan tentang uraian

keterbatasan studi/penelitian yang dilakukan. Sub bab ketiga yakni; saran/rekomendasi yang ditujukan kepada peneliti dalam bidang sejenis maupun kepada pengguna lainnya.