

BAB II

IRRELEVANSI, MATERI DAKWAH, PERTANYAAN PENDENGAR DAN RADIO

A. Irrelevansi

Pengertian irrelevansi yaitu menyimpang, tidak berhubungan dengan problem, tidak ada hubungannya dengan persoalan (kamus besar bahasa indonesia, 1990: 738).

relevansi menurut Dan Sperber & Wilson mereka mengatakan bahwa mereka tidak mendefinisikan kata asli bahasa inggris *relevance*. Relevance (relevansi) merupakan sebuah istilah yang membingungkan, yang digunakan secara berbeda oleh banyak orang, dan oleh orang yang sama pada saat berbeda. Kata ini tidak memiliki terjemahan dalam setiap bahasa manusia. Tidak ada alasan untuk berpikir bahwa analisis semantik yang benar bagi kata bahasa inggris *relevance* juga akan mewarnai konsep psikologi ilmiah.

Kendati demikian, kami yakin bahwa psikologi ilmiah memerlukan suatu konsep yang cukup dekat dengan konsep relevansi bahasa biasa, dengan kata lain, kami percaya bahwa terdapat ciri psikologis penting ciri proses mental dimana konsep relevansi yang benar direka-reka secara kasat mata, dan yang layak disebut relevansi, menggunakan istilah tersebut dalam makna teknis. Apa yang kami coba lakukan

adalah menjelaskan ciri ini: yaitu, mendefinisikan relevan sebagai suatu konsep teoritis.

Menurut Dan Sperber dan Deirdre Wilson: Suatu komunikasi dikatakan relevan dalam suatu konteks jika ia memiliki *efek kontekstual*. Konsep efek kontekstual sangat penting bagi karakteristik relevansi. Semakin besar efek kontekstualnya, semakin besar relevansinya (Dan Sperber dan Deirdre Wilson, 2009: 176). Menurut Susilo yang dimaksud dengan konteks adalah segenap informasi yang berada di sekitar pemakaian bahasa, bahkan termasuk juga pemakaian bahasa yang ada disekitarnya (Susilo Supardo, 1988: 12). Memiliki efek kontekstual, yaitu mengandung informasi baru yang berkaitan dengan informasi lama yang tersimpan dalam benak penutur sehingga ujaran penutur akan dipahami atau diproses dengan mudah oleh lawan tutur. Semakin mudah lawan tutur memahami ujaran penutur, semakin tinggi derajat relevansi tuturan penutur. Tuturan dianggap relevan jika antara kedua partisipan (penutur dan pendengar) memahami dengan mudah konteks yang melingkupi tuturan tersebut, dan makna sebenarnya pun mudah ditangkap (<http://www.academia.edu/4940620/relevance/Andiniprastiwi> diakses pada Selasa, 12 juni 2015 pukul 16.33 WIB)

Relevan artinya kait-mengait, Bersangkut-paut (Kamus besar bahasa indonesia, 1990: 738). Relevansi

didefinisikan sebagai suatu hubungan antara *asumsi* dan *konteks*. Dalam hal ini konsep dampak kontekstual sangat penting bagi karakterisasi relevansi. Bahwa memiliki dampak kontekstual merupakan suatu kondisi relevansi yang diperlukan, dan bahwa bila hal-hal lainnya sama, maka semakin besar dampak kontekstualnya, semakin besar relevansinya, yang menjadi ukuran komunikasi itu relevan atau tidak relevan adalah ketika suatu asumsi yang tidak memiliki dampak kontekstual dalam suatu konteks adalah tidak relevan dalam suatu konteks itu. Dengan kata lain dengan memiliki beberapa dampak kontekstual dalam suatu konteks merupakan kondisi yang diperlukan untuk relevansi.

Semakin lemah dampak kontekstual suatu asumsi, maka semakin kecil kemungkinan ia bisa dikatakan relevan, meskipun bisa dikatakan bahwa, jika suatu asumsi memiliki dampak kontekstual, secara teknis ia bisa dikatakan relevan.

Pengukuran relevansi seperti pengukuran produktivitas merupakan masalah menyeimbangkan output dengan input, disini menyeimbangkan dampak kontekstual dengan usaha aprosesing. Definisi tentang relevansi seperti definisi tentang fleksibilitas, memperjelas perbandingan hanya dalam beberapa kasus, kasus yang lain sama, asumsi dengan dampak kontekstual yang lebih besar adalah lebih relevan, dan

hal-hal lain sama, asumsi yang memerlukan usaha prosesing lebih kecil adalah lebih relevan.

Irrelevansi merupakan kesesatan di mana tidak ada hubungan riil antara premis dan konklusi di dalam sebuah argumen. Kesesatan relevansi adalah sesat pikir yang terjadi karena argumentasi yang diberikan tidak tertuju kepada persoalan sesungguhnya, tetapi terarah kepada kondisi pribadi dan karakteristik personal seseorang (lawan bicara) yang sebenarnya tidak relevan untuk kebenaran atau kekeliruan isi argumennya (Mohammad Adib: 2011).

Kesesatan relevansi timbul karena kita menarik konklusi dari sebuah premis yang benar tapi konklusi itu tidak mempunyai relevansi dengan premisnya. Artinya secara logis konklusi tidak terkandung atau tidak merupakan implikasi dari premisnya. Namun kesan adanya hubungan secara psikologis ini sering kali membuat orang terkecoh.

Sejumlah kesesatan relevansi yang banyak terjadi sebagaimana dikemukakan Soekadijo(1985) dan Mohammad Adib (2011) sebagai berikut:

1. *Argumentum ad Hominem*

Kesesatan ini terjadi kalau kita berusaha agar orang menerima atau menolak suatu usul, tidak berdasarkan, akan tetapi karena alasan yang berhubungan dengan kepentingan orang tersebut. *Argumentum ad hominem*,

alih-alih menyangkal argumen yang disampaikan, para pendengar menyerang pribadi yang mengeluarkan argumen. Contoh: Gus Dur dianggap tidak mampu menjadi presiden karena tidak mampu melihat.

Contoh: Orang menolak *land form* karena alasannya pembagian tanah itu selalu dituntut oleh komunis. Jadi usul *land form* itu pasti adalah perbuatan orang komunis dan perbuatan itu jelas jahat.

2. *Argumentum ad verucundiam* atau *argumentum auctoritatis*

Kesesatan ini juga menerima atau menolak sesuatu tidak berdasarkan nilai penalarannya, akan tetapi karena orang yang mengemukakannya adalah orang yang berwibawa, dapat dipercaya, seorang ahli.

Contoh: Saya mempunyai ide yang luar biasa yang harus anda terima karena saya dapati ini dari seminar universitas Oxford.

Penalaran ini jelas sesat, karena alasannya mengandalkan wibawa lembaga semata-mata.

3. *Argumentum ad Baculum*

Kesesatan ini timbul disebabkan karena penerimaan atau penolakan suatu penalaran didasarkan pada adanya ancaman atau hukuman. *Argumentum ad baculum*, yaitu kesesatan yang mengandalkan ancaman kekuatan baik

secara terbuka maupun secara terselubung. contoh: seorang dosen mengancam untuk tidak memberikan kelulusan kepada mahasiswanya yang terlalu kritis dan terus membantah dosennya.

4. Argumentum ad Misericordiam

Misericordiam berasal dari bahasa latin *Misericordia* artinya belas kasihan. Argument ini sesat disebabkan oleh adanya menuntut belas kasihan. *Argumentum ad misericordiam*, yaitu kesesatan yang memanfaatkan rasa belas kasihan. Contoh: seorang mahasiswa yang meminta belas kasihan dosen untuk diluluskan mata kuliah tertentu karena terancam drop out.

5. Argumentum ad Populum

Argumen ini sesat disebabkan oleh adanya tujuan menggugah emosi massa. *Argumentum ad populum*, yang secara sederhana didefinisikan sebagai kesesatan yang terjadi ketika ada upaya untuk memenangkan persetujuan populer terhadap konklusi dengan menggetarkan emosi massa. Pidato Adolf Hitler, yang memecut entusiasme rasis para pendengar Jermannya, adalah contoh klasik.

Contoh: Pidato politik yang sengaja membakar emosi massa, tanpa menghiraukan kelogisan penalarannya.

6. *Argumentum ad Ignorantiam*

Kesesatan ini muncul disebabkan oleh adanya kebenaran penyimpangan konklusi atas dasar bahwa negasinya tidak terbukti salah, atau penyimpulan suatu konklusi yang dianggap salah karena negasinya tidak terbukti benar.

7. *Kesesatan Petitio principii*

Kesesatan yang terjadi dalam kesimpulan atau pernyataan membenaran dimana didalamnya premis digunakan sebagai kesimpulan dan sebaliknya, kesimpulan dijadikan premis. Sehingga meskipun rumusan (teks/kalimat) yang digunakan berbeda, sebetulnya sama maknanya.

Contoh: Belajar logika berate mempelajari cara berpikir tepat, karean didalam berpikir tepat ada logika.

8. *Kesesatan Ignorantio elenchi*

Kesesatan yang terjadi saat seseorang menarik kesimpulan yang sebenarnya tidak memiliki relevansi dengan premisnya. *Ignoratio elenchi* adalah kesesatan yang terjadi saat seseorang menarik kesimpulan yang tidak relevan dengan premisnya. Loncatan dari premis ke kesimpulan semacam ini umum dilatarbelakangi prasangka, emosi, dan perasaan subyektif.

Contoh: Seorang wanita terlihat di lokalisasi pasti pelacur. (padahal ia pedagang nasi bungkus)

9. *Kesesatan Non causa pro causa*

Kesesatan ini jika seseorang menganggap sesuatu sebagai sebab, padahal sebenarnya bukan sebab atau bukan sebab yang lengkap.

Contoh: Seorang pemuda diketahui baru putus dengan pacarnya, esoknya sakit. Tetangganya menyimpulkan bahwa sang pemuda sakit karena baru putus cinta. Padahal diagnosis dokter adalah si pemuda terkena radang paru-paru karena kebiasaannya merokok tanpa henti sejak sepuluh tahun yang lalu.

10. Kesesatan Aksidensi

Kesesatan yang terjadi jika seseorang menerapkan prinsip umum kepada peristiwa-peristiwa yang bersifat aksidental (sewaktu-waktu).

Contoh: Orang yang akan makan banyak daging akan menjadi kuat dan sehat, karena itu *vegetarian* juga seharusnya makan banyak daging supaya sehat.

11. Pengalihan isu, yaitu kesesatan yang terletak pada kemampuan untuk menimbulkan kebingungan. Perhatian pembaca atau pendengar dibelokkan dan ditarik ke beberapa aspek dari topik di dalam diskusi dan dengan demikian dialihkan dari isu yang sedang menjadi isu diskusi.

12. Kesesatan karena komposisi dan divisi

Kesesatan karena komposisi terjadi bila seseorang berpijak pada anggapan bahwa apa yang benar (berlaku) bagi individu atau beberapa individu dari suatu kelompok tertentu pasti juga benar (berlaku) bagi seluruh kelompok secara kolektif.

Contoh: Orang Batak umumnya bersuara dan berwatak keras.

Ketika kita bertemu dengan seorang batak dan kita menyimpulkan dia pasti bersuara dan berwatak keras, maka simpulan itu sesat karena divisi.

13. Kesesatan karena pertanyaan yang kompleks

Kesesatan ini bersumber pada pertanyaan atau perintah yang bukan merupakan pertanyaan yang tunggal. Oleh karena itu pertanyaan tersebut sulit untuk dijawab dengan sekedar mengatakan ya atau tidak.

Contoh: Apakah anda sudah berhenti merokok?

14. *The straw man*, yaitu kesesatan di mana posisi lawan dilukiskan dalam bentuk yang lebih ekstrim atau menjadi tidak masuk akal sehingga mudah dipatahkan (<https://hilmanfirdaus1410.wordpress.com/2013/09/25/falasia>. Diakses pada Selasa, 4 Juli 2017 pukul 09.45 WIB)

Ada tiga hal bisa dikatakan tidak memiliki dampak kontekstual, dan tidak relevan dalam suatu konteks yaitu:

Pertama, asumsi bisa menyumbangkan informasi baru, namun informasi ini tidak berhubungan dengan setiap informasi yang ada dalam konteks.

Kedua, asumsi tersebut sudah ada dalam konteksnya dan kekuatannya tidak dipengaruhi oleh informasi yang baru muncul; informasi baru ini seluruhnya tidak informatif dan tidak relevan.

Ketiga, asumsinya tidak konsisten (tidak cocok) dengan konteks; memproses asumsi tersebut sehingga membuat konteksnya tidak berubah.

B. Pertanyaan Pendengar

Pengertian Pertanyaan pendengar terdiri dari dua kata yaitu pertanyaan dan pendengar. Pertanyaan menurut Cullins Aukai (<http://wikipedia.org/wiki/pertanyaan> diakses pada Rabu, 17 Desember 2016 pukul 20.25 WIB) adalah sebuah ekspresi keingintahuan seseorang akan sebuah informasi yang dituangkan dalam sebuah kalimat tanya, pertanyaan biasanya diakhiri dengan sebuah tanda tanya.

Pengertian pertanyaan menurut Anthoni Robbins suatu proses berfikir dan proses berfikir itu adalah suatu

proses bertanya dan menjawab, dan orang-orang yang sukses adalah mereka yang selalu bertanya pada dirinya sendiri.

Kesimpulan pertanyaan adalah sebuah ilmu dan ditunjukkan kepada orang lain serta mengharapkan untuk dijawab. Alam proses bertanya maka disanalah akan terjadi proses berfikir. Atau dengan kata lain pertanyaan adalah pernyataan seseorang yang ditujukan kepada orang lain serta mengharapkan untuk dijawab.

Jenis-jenis pertanyaan ada 6 tipe yaitu:

1. Apa, untuk menanyakan segala sesuatu yang berkaitan dengan isi atau pembahasan.
2. Siapa, untuk menanyakan orang-orang atau pihak yang terlibat.
3. Mengapa, untuk menanyakan sebab atau alasan terjadinya sesuatu peristiwa.
4. Kapan, untuk menanyakan waktu terjadinya sebuah peristiwa.
5. Dimana, untuk menanyakan tempat berlangsungnya sesuatu peristiwa.
6. Bagaimana, untuk menanyakan cara atau proses pengajaran sesuatu.

Jenis-jenis pertanyaan atau kalimat Tanya antara lain:

1. Kalimat Tanya klarifikasi dan konfirmasi. Klarifikasi(penegasan) dan konfirmasi adalah kalimat

Tanya yang disampaikan kepada orang lain untuk tujuan mengukuhkan dan memperjelas persoalan yang sebelumnya telah diketahui oleh penanya.

2. Kalimat Tanya retorik adalah kalimat Tanya yang tidak memerlukan jawaban atau tanggapan langsung. Kalimat ini biasanya digunakan dalam pidato, khotbah, atau orasi.
3. Kalimat Tanya tersamar adalah kalimat yang mengacu pada berbagai maksud
4. Kalimat Tanya biasa adalah kalimat yang bersifat informasi biasanya menggunakan 5W+1H yaitu:
 - a. What (apa), menanyakan sesuatu yang berkaitan dengan isi atau pembahasan.
 - b. Who (siapa), menanyakan orang-orang atau pihak yang terlibat.
 - c. Why (mengapa), menanyakan sebab atau alasan terjadinya sesuatu.
 - d. When (kapan), menanyakan waktu terjadinya sebuah peristiwa.
 - e. Where (dimana), menanyakan tempat berlangsungnya suatu peristiwa.
 - f. How (bagaimana), menanyakan cara atau sebuah proses.

Klasifikasi pertanyaan yaitu:

1. Pertanyaan permintaan (*compliance question*) yaitu pertanyaan yang diharapkan agar seseorang mematuhi perintah yang diucapkan dalam bentuk pertanyaan.
2. Pertanyaan retorik (*rethorical question*) yaitu pertanyaan yang tidak menghendaki jawaban, tetapi dapat dijawab sendiri. Hal ini merupakan teknik penyampaian informasi.
3. Pertanyaan mengarah atau menuntun yaitu pertanyaan yang diajukan untuk member arah pada seseorang dalam proses berfikirnya.
4. Pertanyaan menggali yaitu pertanyaan lanjutan yang akan mendorong seseorang untuk lebih mendalami jawabannya terhadap pertanyaan pertama.

Ciri-ciri pertanyaan yang baik adalah:

- a. Kalimatnya singkat dan jelas
- b. Tujuannya jelas
- c. Setiap pertanyaan hanya satu masalah
- d. Mendorong seseorang untuk berfikir kritis
- e. Jawaban yang diharapkan bukan sekedar ya atau tidak
- f. Bahasa dalam pertanyaan dikenal baik oleh semua khalayak

- g. Tidak menimbulkan tafsiran ganda (<http://marianoflena.blogspot.com> diakses pada Kamis, 19 Januari 2017 pukul 21.20 WIB).

Pendengar menurut Effendy adalah pihak penerima pesan dalam sebuah proses komunikasi. Pendengar adalah manusia, baik seorang atau lebih, yaitu masyarakat. Pemahaman mengenai masyarakat itu bisa beragam, tergantung dari cara memandangnya. Dipandang dari bidang sosiologi, masyarakat itu mempunyai struktur dan mengalami perubahan-perubahan. Didalam masyarakat terjadi interaksi antara satu orang dengan orang lain, individu dengan kelompok. Didalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok, lapisan-lapisan, lembaga-lembaga, nilai-nilai norma-norma kekuasaan proses perubahan. Itulah pandangan sosiologi terhadap masyarakat. Pandangan psikologi lain lagi, demikian pula pandangan dari bidang antropologi, sejarah, ekonomi, agama dan sebagainya.

Definisi Pendengar, Pendengar atau khalayak adalah orang-orang yang mendengarkan, misalnya, mendengarkan pidato, musik, dan sebagainya. Pendengar merupakan orang-orang yang loyal dan sangat bersahabat, di banyak kasus pendengar ini memiliki rasa kekeluargaan yang sangat kuat terhadap sebuah stasiun radio yang mereka dengarkan (H. Toto tasmara, 1997: 41).

Obyek dakwah adalah manusia baik dirinya sendiri maupun orang lain. Obyek dakwah sering juga disebut dengan mad'u. Sebagai sasaran kegiatan dakwah, komponen mad'u terdiri dari seluruh umat manusia baik yang telah beriman atau yang belum beriman. Karena agama Islam datang sebagai rahmat bagi seluruh umat bukan hanya untuk sekelompok atau segolongan orang saja.

Obyek dakwah sangatlah beragam sehingga dapat dikategorikan dari segi jumlah, profesi, pendidikan tingkat umur, jenis kelamin, lingkungan, sosial ekonomi, macam agama, tingkat keagamaan dan lain-lain (Anshari, 1993: 117).

Mad'u atau obyek dakwah adalah seluruh umat manusia tanpa terkecuali, baik pria maupun wanita, beragama maupun belum beragama, pemimpin maupun rakyat (Sanwar, 1987: 66).

Mad'u merupakan unsur yang harus diperhatikan, karena da'i akan dapat mempengaruhi mad'u bila metode yang digunakan itu sesuai dengan kondisi mad'u, tingkat perkembangan mad'u secara pribadi/jamaah. Baik dari tingkat berpikir, lapangan kerja, ekonomi, keberagamaan, usia, jenis kelamin dan status sosial, jika dilihat dari segi geografi pun, ada masyarakat desa, dan ada masyarakat kota yang mempunyai cara hidup dan aspirasi yang berbeda (Abdullah, 1989: 156) Jadi, jelaslah bahwa kondisi masyarakat sebagai

obyek dakwah harus dipertimbangkan karena merupakan faktor dalam menentukan metode dakwah yang efektif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pendengar adalah sebuah ekspresi keingintahuan seseorang akan sebuah informasi yang dituangkan dalam sebuah kalimat tanya dari pihak penerima pesan dalam proses komunikasi.

Yang dimaksud Pertanyaan Pendengar yaitu semua persoalan atau pertanyaan yang ditanyakan pendengar (mad'u) kepada da'i. Baik pertanyaan langsung melalui fasilitas *line* telpon ataupun melalui pesan singkat (sms) dari pendengar acara Interaktif Kajian Sore yang dipancar luaskan dari radio DAIS 107.9 FM Semarang.

C. Materi Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab yang artinya seruan-ajakan-panggilan, sedangkan orang yang mengadakan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan panggilan da'i yaitu orang yang menyeru. Dengan demikian secara etimologis pengertian dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Apabila kita katakan “Dakwah Islamiyah” maka yang kita maksudkan mengajak orang untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syari’ah Islamiyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri (Anwar Masy’ari, 1982: 9).

Sementara itu, dari segi terminologi dakwah memiliki beberapapengertian atau definisi. Hal tersebut berkaitan dengan aneka ragam definisi yang diberikan oleh beberapa ahli ilmu dakwah yang memakai sudut pandang yang berbeda di dalam memberikan pengertian pada istilah tersebut. Meskipun susunan bahasa berbeda, namun maksud dari pengertian tokoh-tokoh satu dengan lain saling melengkapi. Diantara tokoh tersebut adalah:

- 1) Menurut Hamzah Ya’qub, dakwah dalam Islam adalah mengajak umat manusia dengan hikmah bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. (Hamzah, 1986: 13)
- 2) Menurut Wardi Bachtiar, dakwah adalah suatu proses upaya mengubah suatu situasi yang lebih baik dan sesuai dengan ajaran Islam. Proses tersebut terdiri dari beberapa unsur yaitu subjek, materi, metode, media dan objek dakwah. (Wardi, 1997: 131)

- 3) Menurut Asmuni Syukir, istilah dakwah dapat diartikan dari dua segi atau dua sudut pandang, yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan yang bersifat pengembangan. (Syukir, 1983: 20)

Adapun pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah, dengan menjalankan syari'ah Nya sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia maupun di akhirat.

Sedangkan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha mengajak manusia yang belum beriman kepada Allah agar mentaati syari'at Islam (memeluk agama Islam) supaya nantinya hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. (Syukir, 1983: 20)

Dari beberapa definisi di atas maka dapat dirumuskan bahwa yang dimaksud dengan dakwah Islam adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana untuk mengajak umat manusia ke jalan Allah SWT dalam rangka mewujudkan situasi atau tatanan hidup yang lebih baik melalui pembinaan dan pengembangan guna mencapai tujuan tertentu dalam

semua aspek kehidupan berdasarkan Al Qur'an dan Sunnah Rasul SAW. Dengan demikian, dakwah merupakan perjuangan hidup untuk menegakkan dan menjunjung undang-undang Illahi dalam seluruh aspek kehidupan manusia, sehingga ajaran Islam itu menjadi shibghah (celupan) yang mendasar, menjiwai dan mewarnai seluruh sikap dan tindakan manusia dalam kehidupan dan pergaulan hidupnya. Hal ini seiring dengan tujuan dakwah, yakni untuk mengubah masyarakat sasaran dakwah ke arah kehidupan yang lebih baik dan lebih sejahtera, lahiriyah maupun bathiniyah.

2. Hukum Dakwah

Islam sebagai agama risalah, diantara ajarannya adalah mewajibkan kepada umatnya untuk melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar atau dalam arti luas bisa disebut dakwah.

Pada dasarnya, para ulama sependapat bahwa dakwah Islam hukumnya fardlu/ wajib ain dan wajib kifayah. Hukum wajib ain berdasarkan firman Allah SWT:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman

kepada Allah. Sekiranya ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik. (QS. Al-Imran: 110)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dakwah Islam (amar ma'ruf nahi munkar) adalah wajib hukumnya. Bagi seorang muslim, dakwah memang merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan sesuatu yang tidak mungkin dihindarkan dari kehidupan seorang muslim. Dakwah, karenanya melekat erat bersamaan dengan pengakuan dirinya sebagai seorang yang mengidentifisir diri sebagai penganut Islam. Sehingga orang yang mengaku diri sebagai seorang muslim maka secara otomatis pula dia itu menjadi seorang juru dakwah.

Para ahli berbeda pendapat tentang dasar hukum dakwah, perbedaan tersebut terletak pada kewajiban dakwah apakah wajib ain atau wajib kifayah. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan penafsiran terhadap kata “minkum” yang terdapat dalam firman Allah surat Ali-Imran ayat 104 yang berbunyi:

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 kepada yang

munkar dan merekalah orang-orang yang beruntung” (Departemen Agama RI, 1989: 93)

Atas dasar ini, maka dakwah merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang muslim, bahkan sulit dikatakan seseorang itu muslim apabila dia menghindari atau membutakan matanya dari tanggung jawab sebagai seorang juru dakwah.

Para ulama yang berbeda pendapat bahwa dakwah hukumnya wajib ain menafsirkan kata “minkum” dengan pengertian “*littabyin*” atau “*libayaniyah*” yang menunjukkan pada pengertian penjelasan. Sedangkan para ulama yang berpendapat bahwa hukum dakwah fardu kifayah mereka menafsirkan kata “minkum” dengan pengertian *littabi’ah* artinya menunjukkan sebagian dari orang-orang Islam (Aminuddin Sanwar, 1998: 34-35). Sedangkan kewajiban berdakwah menurut Hadits Nabi yang Artinya: “Abu said Al-Chudry r.a. berkata, saya telah mendengarkan rasulullah saw bersabda: siapa di antara kamu melihat munkar, harus merubah dengan tangannya, bila tidak dapat maka dengan mulut (lisannya), apabila tidak dapat maka dengan hatinya, dan ini selema-lemahnya iman” (An-Nawawy, Imam Abu Zaharie Yahya bin Syarf, 1986: 197).

Dari ayat al-Qur'an dan hadits tersebut memberi suatu pemahaman bahwa berdakwah hukumnya adalah

wajib. Akan tetapi bila dipertanyakan lebih lanjut apakah wajib ain atau wajib kifa'i para ulama berbeda pendapat. Sebagian menghukumi wajib 'ain dan sebagian hukum kifa'i. Apabila berpedoman pada surat ali-imran ayat 104 maka adalah wajib kifa'i. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdakwah merupakan kewajiban seluruh umat Islam menurut kesanggupan masing-masing baik secara perorangan maupun kelompok dengan memperhitungkan situasi dan kondisi.

3. Unsur-Unsur Dakwah

Di dalam operasional atau praktek dakwah, terdapat beberapa unsur yang perlu diperhatikan dan sangat menentukan dapat berlangsungnya dakwah itu dengan baik. Unsur-unsur tersebut adalah:

a. Juru Dakwah

Yang dimaksud juru dakwah disini adalah seseorang yang menyampaikan informasi atau materi dakwah. Di dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan komunikator atau dalam bahasa dakwahnya adalah da'i. Unsur ini merupakan kunci keberhasilan dakwah, oleh karena itu terdapat syarat-syarat psikologi yang sangat kompleks yang harus dimilikinya. Salah satu syarat yang paling esensi bagi seorang da'i adalah masalah moral atau akhlak, budi pekerti. Keharusan

tingginya budi pekerti bagi seorang da'i berdasarkan atas pandangan bahwa dakwah adalah media perubahan perilaku seseorang. Oleh karenanya, seorang da'i merupakan panutan atau teladan bagi masyarakat sasaran dakwahnya.

b. Objek Dakwah

Yakni sasaran dakwah yaitu masyarakat sebagai penerima dakwah, atau kepada siapa dakwah itu ditujukan. Ia merupakan kumpulan dari individu dimana benih materi dakwah akan ditabur, didalam bahasa dakwahnya disebut mad'u.

Objek dakwah akan selalu mengalami perbedaan disebabkan perbedaan aspek sosiokultural yang ada. Oleh karena itu, sudah sepatutnya objek dakwah ini akan senantiasa mendapatkan perhatian dan tanggapan khusus, serta metode dakwah yang berbeda pula dari para da'i.

Sejalan dengan hal ini Nabi SAW bersabda:

(خاطبوا الناس على قدر عقولهم) رواه مسلم

Artinya: “Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kemampuan akal nya”.(HR. Muslim)

Dakwah Islam senantiasa memperhatikan kondisi sosiokultural objek atau masyarakat sasaran

dakwahnya, dan sekitarnya karena itulah Islam bisa berkembang pesat ke seluruh dunia.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi atau pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh seorang da'i kepada objek dakwah atau mad'u. Materi dakwah merupakan ajaran Islam itu sendiri yang notabeneanya sebagai agama terakhir dan sempurna, dengan Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai rujukannya. Materi yang baik adalah yang seiring dan searah dengan kondisi sasaran atau objek dakwah yang dituju, sehingga isi atau pesan-pesan dakwahnya dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh mad'unya, yang pada akhirnya maksud dan tujuan dilaksanakannya dakwah bukan mustahil akan terealisasi.

d. Media Dakwah

Yang dimaksud dengan media dakwah adalah alat obyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat dalam totalitas dakwah. (Hamzah Ya'qub: 1992: 47) Pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah mengakibatkan komunikasi antara da'i dan mad'u atau sasaran dakwahnya akan lebih dekat dan mudah diterima. Oleh karena itu, aspek media

dakwah sangat erat kaitannya dengan kondisi sasaran dakwah, artinya keragaman alat dakwah harus sesuai dengan apa yang dibentuk oleh sasaran dakwah (mad'u)nya. Begitu pula alat atau media dakwah juga memerlukan kesesuaian dengan bakat dan kemampuan da'inya. Artinya, penerapan media dakwah harus didukung oleh potensi da'i sebab alat atau media dakwah pada dasarnya sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan dakwah terhadap mad'unya. (Bahri Ghazali, 1997: 12)

Secara garis besar media komunikasi yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah dapat digolongkan kedalam beberapa jenis diantaranya adalah: Pertama, media visual yakni alat komunikasi yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indera penglihatan untuk menangkap datanya, missal: Film Slide, Over Head Proyektor (OPH),

media cetak, gambar photo diam, computer. Kedua, media auditif merupakan alat komunikasi yang berbentuk hasil teknologi canggih dalam wujud hardware, media ini dapat ditangkap melalui media pendengaran, misal: radio, tape recorder, telephon. Ketiga, media audio visual merupakan perangkat komunikasi yang dapat ditangkap melalui indera

pendengar maupun penglihat, missal: movie, film, televisi. (Bahri Ghazali, 1997: 33-40)

e. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang da'i atau mubaligh untuk mencapai tujuan tertentu dalam berdakwah. (Dzikron Abdullah, 1989:23) Membicarakan masalah metode maka Al-Qur'an adalah sebagai sumber utama sebelum lainnya. Kemudian Al-Qur'an ini diperjelas dalam Al-Hadits sebagai sumber kedua. Berikut ini diuraikan mengenai metode dakwah dalam Al Qur'an dan Hadits Rasulullah. Dalam Al-Qur'an metode dakwah dijelaskan secara global, yaitu:

a. Dakwah bil Hikmah

Maksudnya adalah dakwah yang dilakukan dengan cara bijaksana, ilmiah, filosofis dan arif.

b. Dakwah bil Mau'idhah Hasanah

Maksudnya adalah dakwah yang dilakukan dengan cara memberi ingat, nasehat dan ceramah kepada orang lain dengan materi, sikap cara penyampaian yang baik agar dapat menjinakan hati pendengarnya.

c. Dakwah bil Mujadalahbillati hiya ahsan

Yaitu dakwah yang dilakukan dengan jalan mengadakan tukar pikiran dengan cara yang sebaik-

baiknya. Jelaslah bahwa orang berdakwah dengan jalan mengadakan mujadalah itu tidak boleh beranggapan bahwa yang satu sebagai lawan yang lain, tetapi harus beranggapan bahwa teman yang benar, yang tolong menolong dalam mencari kebenaran.

4. Tujuan Dakwah

Adapun mengenai tujuan dakwah menurut Shalahuddin Sanusi terbagi menjadi lima yaitu :

a. Tujuan hakiki

Yaitu keimanan dan kebaktian yang mutlak kepada Allah.

b. Tujuan Umum

Tujuan umum dari pada dakwah Islam adalah identik atau sama dengan tujuan hidup dan dengan maksud-maksud diturunkannya agama Islam itu sendiri, yaitu mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

c. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dakwah Islam ialah mengisi setiap segi kehidupan dan memberikan bimbingan dan pimpinan bagi seluruh golongan dalam masyarakat menurut keadaan dan persoalannya sehingga Islam itu berintegrasi dan beresepsi dengan seluruh kehidupan

manusia. Atau dengan perkataan lain ialah pembentukan kepribadian muslim.

d. Tujuan Urgen

1. Memberikan penerangan dan pendidikan kepada umat tentang ajaran Islam yang sesungguhnya, menghilangkan kebekuan berfikir, melengkapi buku-buku agama Islam mengenai berbagai bidang dan menyusun konsepsi-konsepsi dan metode-metode bagi pembangunan masyarakat dalam berbagai seginya.

2. Memantapkan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan dan melaksanakan pembangunan masyarakat dalam berbagai bidangnya guna mewujudkan masyarakat yang adil, makmur, sejahtera dan diridhoi Allah swt.

3. Menghentikan disintegrasi atau perpecahan dan pertentangan dalam umat Islam dan membawanya ke arah integrasi atau persatuan ummat yang bulat yang berasaskan persaudaraan, ta'awun dan musyawarah di bawah kalimat tauhid.

e. Tujuan Insidental

Tujuan insidental dakwah Islam ialah menyelesaikan dan memecahkan persoalan-persoalan yang terjadi sewaktu-waktu dalam masyarakat, terutama mengenai penyakit-penyakit dan kepincangan-

kepincangan dalam masyarakat, seperti pemerasan, penyuapan, korupsi, riba, perjudian, pemabukan, pelanggaran kesusilaan, berbagai kejahatan, perpecahan dan pertentangan, bid'ah dan khurafat, kemiskinan, pengangguran, dan sebagainya (Shalahuddin Sanusi, 1964: 102-109).

Sedangkan menurut Asmuni Syukir, tujuan dakwah itu terbagi dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

- a. Tujuan umum dakwah adalah mengajak umat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar yang diridhoio Allah swt. agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat (Asmuni Syukir, 1983: 51).
- b. Adapun mengenai tujuan khusus, di antaranya ialah:
 - 1) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan ketaqwaanya kepada Allah swt. artinya mereka diharapkan agar senantiasa mengerjakan segala perintah Allah dan selalu mencegah atau meninggalkan larangan-Nya.
 - 2) Membina mental agama Islam bagi kaum yang masih mualaf.

- 3) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam).
- 4) Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya (Asmuni Syukir, 1983: 55-58).

Pengertian materi dakwah yaitu pesan-pesan (*message*) daripada komunikasi ini secara khas adalah bersumber dari Al Qur'an yang berbunyi sebagai berikut:

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا

Artinya: “yaitu orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorangpun selain kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pembuat perhitungan”. (Q.S. Al-ahzab : 39)

Mengenai risalah-risalah Allah ini, Moh. Natsir membaginya dalam tiga bagian pokok, yaitu:

1. Menyempurnakan hubungan manusia dengan Khaliq-Nya, *hablum minallah* atau *mua'amallah ma'al Khaliq*.
2. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia *hablumminannas* atau *mua'mallah ma'al khalqi*.

3. Mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara kedua itu, dan mengaktifkan kedua-duanya sejalan dan berjaln (M. Natsir, 1977: 36).

Apa yang disampaikan oleh Moh. Natsir itu sebenarnya adalah termasuk dalam tujuan daripada komunikasi dakwah dimana pesan-pesan dakwah hendaknya dapat mencapai sasaran utama dari kesempurnaan hubungan antara manusia (*khalqi*) dengan penciptanya (*khaliq*) dan mengatur keseimbangan diantara dua hubungan tersebut (*tawazun*). Sedangkan yang dimaksudkan dengan pesan-pesan dakwah itu sendiri sebagaimana yang digariskan oleh Al Qur'an adalah berbentuk pernyataan maupun pesan (*risalah*) Al Qur'an dan sunnah. Karena Al Qur'an dan sunnah itu sudah diyakini sebagai *all encompassing the way of life* bagi setiap tindakan kehidupan muslim, maka pesan-pesan dakwah juga meliputi hamper semua bidang kehidupan itu sendiri. Tidak ada satu bagianpun dari aktivitas muslim terlepas dari sorotan risalah ini. Dengan demikian yang dimaksud atas pesan-pesan dakwah itu adalah: semua pernyataan yang bersumberkan al Qur'an dan sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (*risalah*) tersebut (H. Toto Tasmara, 1997: 42).

Materi dakwah, tidak lain adalah al-islam yang bersumber dari al-qur'an dan hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syari'ah, dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya (Dr. Wardi Bachtiar, 1997: 33-34).

Materi Dakwah merupakan pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada didalam Kitabullah maupun sunnah RasulNya, yang pada pokoknya mengandung 3 (tiga) prinsip yaitu Aqidah, Syariat dan Akhlaq.

- a. Akidah, yang menyangkut sistem keimanan/kepercayaan terhadap Allah swt. Ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktifitas seseorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental maupun sikap lakunya, dan sifat sifat yang dimiliki.
- b. Syariat, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktifitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan, dan mana yang tidak boleh, mana yang halal dan mana yang haram, mana yang mubah dan sebagainya.
- c. Akhlaq, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah swt, maupun secara

horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk Allah swt.

Aqidah Islam (Aqidah Islamiyah) merupakan suatu keyakinan atau keimanan yang erat kaitannya dengan rukun iman sebagai asas seluruh ajaran Islam sekaligus gantungan segala sesuatu dalam ajaran Islam. Akidah Islam pada dasarnya adalah meyakini dengan mutlak Dzat yang Maha Esa yaitu Allah swt. Pokok keyakinan yang merupakan asas seluruh ajaran Islam, seperti yang telah disebut di atas. Jumlahnya ada enam (6) yaitu:

- a. Keyakinan kepada Allah.
- b. Keyakinan kepada Malaikat.
- c. Keyakinan pada kitab-kitab suci.
- d. Keyakinan pada para Nabi dan Rasul Allah
- e. Keyakinan akan adanya hari Akhir.
- f. Keyakinan pada Qada dan Qadar.

Secara sederhana hukum syari'at, adalah semua ketentuan hukum yang disebut langsung oleh Allah melalui firman-Nya (kini terdapat) dalam Al-Quran dan sunnah Nabi Muhammad (kini terdapat) dalam kitab-kitab Hadis (Al-Hadits). Norma hokum dasar yang Allah tetapkan dalam Al-Quran dijabarkan lebih lanjut oleh Nabi Muhammad sebagai Rasul Nya, oleh karena itu Syari'at terdapat dalam Al-Quran dan kitab-kitab Hadits. Sehingga

jika seorang muslim tidak ingin tersesat dalam perjalanan hidupnya mereka harus berpegang teguh pada al-Quran dan Assunnah sebagai pedoman.

Akhlaq adalah tata cara (tata krama) bagaimana seseorang itu melakukan hubungan dengan Tuhan Yang Maha Pencipta (khaliq) dan melakukan hubungannya dengan sesama makhluk. Dengan akhlaq dapat mencerminkan mental dan jiwa seseorang dalam memiliki hakekat kemanusiaan yang sebenarnya. Dalam Islam akhlaq meliputi hubungan dengan Allah (khaliq) dan hubungan dengan sesama makhluk. Sedangkan hubungan dengan sesama makhluk, meliputi hubungan sesama manusia dan non manusia. Hubungan kepada sesama manusia termasuk diri sendiri, rumah tangga, keluarga, tetangga dan masyarakat luas. Adapun dengan non manusia termasuk dengan binatang, tumbuhan alam sekitar dan sebagainya.

Ketiga materi dakwah memuat keseluruhan ajaran Islam yang mencakup seluruh aspek/dimensi kehidupan manusia lahir, batin, dunia, akhirat dan semua bentuk hubungan vertikal maupun horizontal di atas. Wajib disampaikan dengan baik agar ajaran Islam dapat diamalkan secara maksimal dan dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari.

Materi dakwah harus disampaikan kepada sasaran dakwah sebagai bekal diakhirat kelak. Dengan kata lain, materi dakwah bukan hanya hal-hal yang berkaitan dengan masalah keakhiratan saja namun juga masalah kehidupan dunia, sehingga tidak hanya terbatas pada langkah dan gerak hidup umat manusia sebagaimana hukum Islam dipahami, namun dakwah Islam harus berperan lebih aktif untuk meraih kebaikannya dan mencakup arti kesejahteraan di dunia yang secara otomatis akan berkonsekwensi diakhirat. Materi dakwah yang disampaikan dalam aktifitas dakwah memang sangat menentukan keberhasilan dakwah secara menyeluruh, terutama sekali tujuan yang hendak dicapai (M. Daud Ali, 2000: 236).

Menurut H.M. Hafi Anshari (1993: 146) materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam kitabullah maupun sunnah rasul-Nya.

Menurut Barmawie Umary (1969: 57-58), materi dakwah itu meliputi:

1. Aqidah

Menyebabkan dan menanamkan pengertian aqidah islamiyah berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segala prinsipil.

2. Akhlak

Menerangkan al-akhlaaql mahmudah dan al-akhlaaql madzmuumah dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah pernah berlaku dalam sejarah.

3. Ahkam

Menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal ibadah, al-ahwalusy syakhshiyah, mu'amalaat yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.

4. Ukhuwah

Menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antar penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap golongan yang lain.

5. Pendidikan

Melukiskan sistem pendidikan ala Islam yang telah dipraktekkan oleh tokoh-tokoh pendidik Islam di masa lampau dan bagaimana penerapan teori pendidikan Islam di masa sekarang.

6. Sosial

Mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama, tolong-menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan al-Hadits.

7. Kebudayaan

Memupuk skil kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat assimilate dan acculturate, sesuai dengan ruang dan waktu.

8. Kemasyarakatan

Menguraikan constructie masyarakat yang penuh berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama.

9. Amar Ma'ruf

Mengajak manusia berbuat baik guna memperoleh sa'aadah fid daraain.

10. Nahi Munkar

Melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa di dunia dan di akhirat.

Sedangkan menurut H.M. Hafi Anshari (1993: 146) meliputi tiga materi, yaitu:

1. Materi tentang aqidah yang menyangkut sistem keimanan atau kepercayaan terhadap Allah swt, dan ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktifitas seorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental maupun sikap lakunya, dan sifat-sifat yang dimiliki.

2. Materi tentang syari'at, yaitu serangkaian tentang ajaran yang menyangkut aktifitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, aman yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh, mana yang halal dan haram, mana yang mubah dan sebagainya. dan ini juga menyangkut hubungan manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan sesamanya (*hablun minallah* dan *hablun minannas*).

3. Materi tentang akhlak, yaitu menyangkut hubungan tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah swt, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah.

Adapun temanya antara lain :

1. Seruan kepada Allah.
2. Seruan beribadah kepada Allah dengan khususy' berdasarkan sunnah (contoh) dari Rasulullah saw.
3. Seruan menjalankan hukum Islam dalam bidang perdata.

4. Seruan menjalankan hukum Islam dalam bidang pidana.
5. Seruan menjalankan hukum Islam dalam bidang ketatanegaraan.
6. Seruan berakhlak dan akhlak yang diajarkan oleh Allah dan rasul-Nya.
7. Larangan berbuat kemungkaran, kefasikan dan kedhaliman.
8. Menerangkan keunggulan Islam dibandingkan dengan lain-lain agama dan faham.
9. Menunjukkan keindahan (romantika) Islam.
10. Menunjukkan dinamika dan progresivitas Islami (A. Hamzah Ya'kub, 1992: 30).

Menurut Ghozali (1989: 65) seorang da'i tanpa adanya materi yang disampaikan cenderung menjadikan kegiatan dakwahnya itu tidak terarah, bahkan menyebabkan hilangnya bentuk dakwah yang sebenarnya. Hal ini tentunya dikhawatirkan dakwah berubah menjadi sarana hiburan atau obyek gelak tertawaan (badut-badutan). Oleh karena itu, seorang da'i harus memiliki pengetahuan yang dalam mengenai materi dakwah, yaitu dengan jalan tidak bosan-bosan belajar, melakukan penelitian dan perbandingan dengan keadaan sekelilingnya.

D. Radio

Radio menurut Jalaludin Rachmad, merupakan salah satu dari sarana komunikasi dari sistem komunikasi massa. Menurutny ada 3 sistem komunikasi dasar yaitu sistem komunikasi interpersonal, sistem komunikasi medio (kelompok) dan sistem komunikasi massa. Sistem komunikasi interpersonal adalah bagaimana seseorang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali. Proses pengolahan informasi ini meliputi sensasi, persepsi, memori dan berfikir. Sensasi adalah proses penangkapan *stimuli*. Persepsi ialah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru, dengan kata lain persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berfikir adalah mengolah dan memanipulasi informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons. Secara ilustratif dia menjelaskan pengertian system komunikasi intrapersonal ini dengan diskripsi yang menarik (Jalaludin Rachmat, 1996: 48-49).

Sistem komunikasi media atau kelompok adalah sistem komunikasi yang melibatkan beberapa orang, sedangkan sistem komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak orang tersebar,

heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Di dalam sistem komunikasi massa inilah posisi radio berada.

Radio sebagai alat komunikasi menurut Masduki, secara historis ditemukan oleh Guglielmo Marconi (1874-1937) yang berkebangsaan Italia. Dia hanya butuh waktu satu tahun (1896) untuk dapat menciptakan alat penyiaran radio dengan gelombang elektromagnetik. Pada tahun 1999 pada peristiwa kapal SS Republik tabrakan dan tenggelam, radio ciptaan Marconi ini menemukan makna yang otentik. Berkat kelincahan informasi melalui gelombang elektro magnetik ini hampir semua penumpang kapal karam tersebut selamat. Atas penemuannya yang menakjubkan itu, Marconi pada tahun 1904 mendapatkan hadiah Nobel (Masduki, 1987: vi) Masih menurut Masduki, pada awalnya radio lebih banyak untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita (Masduki, 1987: vii).

Sejak dahulu kala informasi melalui radio ini lebih banyak digunakan militer dan urusan pemerintahan. Oleh karena itu, barangkali wajar apabila pada zaman perintisan kemerdekaan radio lebih banyak untuk kepentingan kenegaraan. Radio-radio komersial jika dihitung dengan waktu belumlah lama baru mulai tahun 1920-an. Sejak saat itu

perkembangan keradioan secara kuantitatif sangat mengembirakan. Ada jutaan radio diseluruh dunia dan di Indonesia secara kuantitas juga berkembang dengan cepat. Radio tak lagi sekadar sebagai penyampaian informasi tetapi jauh lebih itu yang barangkali tak terbayangkan oleh Marconi sebelumnya.

Radio menjadi sumber kehidupan yang kompleks mulai dari fungsinya yang tradisional menyampaikan berita dan informasi, sentra ekonomi, pendongkrak popularitas dan karier, hingga sebagai propaganda politik dan ideologi. Konsekuensi logis dari fungsi strategis radio ini adalah meniscayakan keharusan pengelolaan stasiun radio yang profesional baik dari segi managerial maupun sumber daya manusianya. Dengan jalan ini dianggakan dapat melahirkan stasiun radio yang visioner, kreatif, alternatif dan tidak membeo, yang kesemuanya itu pada dasarnya sebuah tantangan.

Menurut Asep Samsul Ramli (1997: 9) kemunculan radio tidak bisa dilepaskan dari berbagai tokoh. Ada sejumlah nama yang berperan dalam hal ini, mereka adalah James C. Maxwell yang menemukan teori gelombang elektromagnetik sebagai pengantar sinyal radio, Hendric Hert yang membuktikan teori elektromagnetik itu benar- benar ada, lalu Gagliasio Marconi yang menemukan metode transmisi tanpa

bantuan kabel dan Nikola Tesla yang bereksperimen tentang berbagai susunan transmisi tanpa kabel. Yang tidak kalah pentingnya adalah Lee De Forest, Ambrose Flemiong, Reginald Fessenden dan David Sarnoff.

Dalam perkembangannya menurut Onong Uchyana Effendi (1998: 94), pada dekade 1950-an pemerintah di negara-negara berkembang memanfaatkan radio untuk menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan terutama bidang pertanian yang ditujukan kepada masyarakat pedesaan. Komunikasi pembangunan melalui radio siaran itu oleh para ahli komunikasi dinilai efektif terutama setelah berkembangnya *Radio Farm Forum* yang kemudian di Indonesia dikenal sebagai “*Kelompok Pendengar*”.

Dalam perspektif Indonesia menurut Masduki, radio selalu berkorelasi dengan negara. Menurutnya industri radio tidak dapat dipisahkan dari kekuasaan negara. Kebijakan negara dalam pengaturan radio dapat dilihat pada arah strategi komunikasi yang dijalankan dari masa-kemasa. Kebebasan suatu negara sangat mempengaruhi kebijakan komunikasi di negara itu sendiri. Konon perilaku institusi media radio merupakan respon atas regulasi pemerintah di industri penyiaran radio. Industri penyiaran radio pasca reformasi 1998, apalagi di masa lalu dianggap belum mampu melahirkan proses transformasi esensi pengetahuan dan cara

kerja industri yang mendukung demokrasi disemua bidang kehidupan. Industri siaran radio masih memerlukan ekosistem yang sehat agar dapat memacu otonominya sendiri selaku media interaksi dan kominikasi pemerintah, rakyat dan pihak-pihak lain secara setara. Selain deskripsi di atas menurut Antonius Darmanto (1998: 21), keberhasilan suatu radio tidak dapat dipisahkan dari tehnik penulisan naskah dan karakteristik media radio. Radio sebagai salah satu alat kominikasi massa yang efektif disatu sisi dan dakwah dalam aplikasinya juga tidak dapat dipisahkan dari alat dan media, maka radio dan dakwah mempunyai korelasi yang erat. Dari sinilah maka Da'I sebagai orang yang berperan penting dalam proses berhasil atau tidaknya suatu dakwah, perlu memanfaatkan radio seefektif mungkin dan juga perlu penguasaan komunikasi yang baik supaya dakwah yang disampaikan melalui radio tersebut dapat dikemas secara profesional dan mampu tepat guna dan sasaran.

Dalam era reformasi ini keberadaan radio sebagai media dakwah (informasi) cukup memiliki posisi yang strategis. Karena dalam memberikan informasi pada masyarakat luas tentang program pembangunan atau hal-hal yang sifatnya membangun kehidupan suatu masyarakat dapat dilaksanakan dengan cepat. Hal tersebut tentu berbeda dengan media-media lain seperti majalah dan koran. Bahkan media

radio memiliki keistimewaan dalam memindahkan informasi pada pendengarnya yaitu. Dapat membantu, melepaskan imajinasinya mengembara lebih jauh, mengembangkan daya nalar keberbagi penjur, sehingga berhasil menemukan suatu pikiran yang mantap tanpa ragu-ragu (M. Aminuddin Sanwar, 1985: 4).

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengar dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekpresi komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sehingga radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar (Masduki, 2001: 9). Meskipun radio dikenal sudah usang dan tersaingi dengan hasil teknologi yang canggih, tetapi media ini selalu digunakan untuk siaran yang sifatnya umum, juga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan penyiaran agama Islam (A. W. Wijaya, 1989: 55)

Radio juga mempunyai daya persuasif yang khususnya bagi masyarakat pendengar kapan saja dan dimana saja. Ketetapan dalam penyampaian nilai-nilai dakwah akan lebih memudahkan daya pemahaman masyarakat terhadap nilai yang disampaikan oleh dakwah melalui radio tersebut.

Disamping itu radio sebagai komunikasi massa mempunyai andil yang cukup besar dalam penyiaran dan penerangan agama kepada masyarakat. Dengan melalui program siarannya mampu meningkatkan dan mampu menarik serta mempengaruhi masyarakat untuk mengamalkan ajaran agama dalam kehidupannya. Atau dengan kata lain siaran agama dalam radio sangat dimungkinkan dapat mempengaruhi perilaku keagamaan pendengar. Radio merupakan media massa yaitu elektronik yang tepat untuk penyebaran ide, baik itu dalam hal hiburan sampai dakwah Islam, maupun pembangunan, sebab telah tersebar diseluruh lapisan masyarakat .

Radio dakwah adalah sebuah media dakwah yang didirikan oleh masyarakat Islam yang bertujuan untuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar dalam rangka mewujudkan masyarakat yang terbaik. Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efisien. Hal ini nampak dari adanya bentuk yang sederhana tanpa harus bertemu antara da'i dan *mad'unya*. Sebagai media dakwah radio memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan, di antara kelebihanannya adalah:

- a. Program radio dipersiapkan oleh seorang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar berbobot (bermutu).
- b. Radio merupakan bagian dari budaya masyarakat.

- c. Harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki alat itu.
- d. Mudah dijangkau oleh masyarakat, artinya *audience* atau pendengar cukup di rumah.
- e. Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan informasi secara cepat dan akurat.
- f. Pesawat radio mudah dibawa kemana-mana.

Keterbatasan atau kekurangan radio sebagai media dakwah antara lain:

- a. Siaran hanya sekali didengar (tidak dapat diulang) kecuali memang dari pusat pemancarnya.
- b. Terikat oleh pusat pemancarnya dan waktu siaran, artinya siaran radio tidak setiap saat dapat didengar menurut kehendaknya (obyek dakwah).
- c. Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis (Masduki, 2001: 34-36).

Di radio kita mendapat kesempatan yang memudahkan untuk menyiapkan judul dan menyusunnya, haruslah dijaga supaya kata katanya mudah, isinya singkat, menjauhkan kata-kata yang susah mengucapkannya, dan menggantinya dengan kalimat yang gampang dan mudah, karena dalam bahasa Arab terdapat banyak persamaan arti kata-kata. Pembicara sadar akan dirinya, mana kalimat yang mudah diucapkan dan kalimat serta huruf yang sukar diucap.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995: 808), radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Sedangkan radio tepatnya radio siaran (*brodcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*chaannel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah AUDITIF, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah menperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu. Bahkan media radio dipandang sebagai kekuatan kelima (*the fifth state*) setelah lembaga *eksekutif* (pemerintah), *legeslatif* (parlemen), *Yudikatif* (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar . Namun, menurut Adhie (2000), yang menjadikan radio sebagai kekuatan kelima, karena mempunyai sebelas karakteristik yaitu:

- 1) Menjaga mobilitas. Artinya radio bisa “membawa pendengar kemana-mana” sambil tetap sibuk bekerja disuatu lokasi.
- 2) Sumber informasi tercepat (*radio is now medium*). Artinya: Radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara tepat, bahkan langsung pada saat kejadian. Dimana pendengar bisa berinteraksi langsung (tidak langsung) dengan penyiar melalui surat biasa,

fasilitas telepon, SMS (*short messaging servise*) juga email (*electronic mail*).

- 3) Auditif: Artinya radio hanya sebuah media yang hanya untuk didengarkan hal-hal yang dapat dipahami melalui indra telinga.
- 4) Komunikasi personal: Artinya radio memiliki sifat layaknya teman, pendengar radio meskipun banyak harus dianggap individu.
- 5) Menciptakan "*Theatre Of Mind*" yaitu mencipta gambar (*makes pictures*) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara.
- 6) "Mass Distributor". Yaitu: dengan mendengar radio kita bisa mendapatkan informasi, berita, dan hiburan serentak dan bersama-sama.
- 7) Murah yaitu: dibanding dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengarpun tidak dipungut biaya untuk mendengarkannya.
- 8) Format dan Segmentasi tajam, yaitu: pengkhususan diri oleh radio dengan apa yang ingin disiarkan dan jelas sasaran pendengarnya.
- 9) Daya jangkau yang relatif luas yaitu siaran radio menembus batas geografis, demogrrafis, SARA, dan kelas sosial.

- 10) selintas yaitu: siara radio cepat hilang dan gampang dilupakan.
- 11) Anti detail atau global yaitu: semakin detail susah informasi disiarkan atau bias informasi.

Dengan sebelas karakteristik radio tersebut tentunya ada kelebihan dan kelemahannya. Menurut Romli kelebihan media radio adalah: cepat dan langsung, akrab, dekat, hangat, sederhana (tidak rumit, tidak banyak pernik, baik pengelola maupun pendengar), tanpa batas, murah, bisa mengulang (radio memiliki kesementaraan alami kemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara cepat) dan fleksibel (bisa dinikmati sambil mengerjakan apapun tanpa terganggu).

Sedangkan kelemahan radio adalah: selintas, global, batasan waktu (waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas), beralur linier (program yang disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa melompat lompat. Beda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung kehalaman tengah, akhir, atau langsung kerubrik yang disukai) (Masduki, 2001: 25-28).