

BAB II
PROSES PRODUKSI PROGRAM ACARA DAKWAH
MELALUI *PRODUCTION HOUSE*

2.1. Proses Produksi Program Acara Dakwah

Dakwah melalui media audio-visual membutuhkan ketelitian dan kesabaran dalam hal teknis (kamera, audio, dan lampu) maupun non-teknis (narasumber, presenter, dan lain sebagainya), sehingga proses produksi akan berjalan dengan lancar dan menghasilkan tayangan dakwah yang berkualitas. Proses produksi merupakan cara, metode, dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber yang ada (Heriyanto, 2006:71).

Tayangan merupakan pertunjukan (film dan sebagainya) disampaikan dalam bentuk audio-visual melalui televisi atau dalam bentuk file yang disimpan dalam kaset (Al Barry. D, 1994:1151), sedangkan dakwah merupakan kegiatan yang bersifat mengajak, memanggil, dan menyeru, kepada umat Islam untuk taat beribadah dan kepada umat non-Islam agar masuk Islam (Yusuf. Y, 2005:13).

Setiap kegiatan yang mengakibatkan adanya penambahan manfaat dapat disebut produksi, sedangkan cara atau metode untuk menciptakannya disebut proses. Jadi, proses produksi tayangan dakwah adalah cara, metode, dan teknik untuk menciptakan serta menambah kegunaan tayangan yang bersifat mengajak dengan menggunakan sumber-sumber yang ada.

Alan Wurtzel menjelaskan tentang prosedur baku dalam memproduksi program siaran televisi yang disebut *Standard Operation Procedure* (SOP), mencakup (Sastro Subroto. D, 1994:157-160):

1) *Pre Production Planning*

Tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang, atau sering disebut sebagai tahapan perencanaan. Bermula dari timbulnya sebuah gagasan atau ide yang menjadi tanggungjawab seorang produser, tetapi tidak berarti ide datangnya harus dari produser, boleh jadi ide datangnya dari luar, hanya tanggungjawab ide tadi diambil alih oleh produser dari acara yang bersangkutan, produser yang bersangkutan segera memulai berbagai kegiatan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, selanjutnya produser meminta kepada penulis naskah untuk merangkai dan menentukan format serta durasi tayangan.

Apabila naskah dinilai telah memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan *planning meeting*, dengan mengumpulkan kerabat kerja inti (*key member*) yang terdiri dari pengarah acara, pengarah teknik, pengarah audio, pengarah lampu, dan penata artistik, pada tahapan *planning meeting* produser melakukan pendekatan produksi (*production approach*) tentang rencana produksi dan seluruh anggota inti memberikan berbagai masukan yang diperlukan, sehingga rencana produksi akan dapat direalisasikan atas kesepakatan bersama.

Selanjutnya produser menyiapkan berbagai hal yang bersifat pendukung, seperti melakukan *casting* artis pendukung, merencanakan anggaran yang diperlukan dan sebagainya, sedangkan para anggota inti dengan selesainya *planning meeting* berarti mempunyai bahan-bahan sebagai rencana kerja, sehingga mampu bertanggungjawab atas tugas-tugasnya.

2) *Set-up and Rehearsal*

Set-up merupakan tahapan persiapan-persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh anggota inti bersama kerabat kerja, mulai dari menyiapkan peralatan yang akan digunakan baik untuk keperluan di dalam maupun di luar studio, menyiapkan denah untuk *setting* lampu, mikrofon, maupun tata dekorasi. Masalah latihan (*rehearsal*) tidak hanya berlaku bagi artis pendukung, tetapi sangat penting juga bagi anggota kerabat kerja, mulai dari penata gambar (*switcher*), penata lampu, penata suara, pengarah kamera (*floor director*), *cameraman* sampai ke pengarah acara, dalam latihan ini dipimpin oleh pengarah acara.

Selama latihan produser dengan cermat mengamati monitor program, bertindak sebagai wakil pemirsa atau penonton dan membuat catatan tentang perubahan-perubahan yang disarankan untuk memperbaiki kualitas estetika dan teknis dari produksi. Selama waktu istirahat, catatan tersebut dibahas bersama pengarah acara, pengisi acara,

dan kerabat kerja produksi. Adapun langkah-langkah latihan (*rehearsal*) dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut (Heriyanto, 2006:71):

- a. *Read through*; pengisi acara melakukan latihan dengan membaca naskah secara lengkap, selanjutnya pengarah acara memberikan petunjuk tentang tanda baca, vokal, *acting*, dan penafsiran peran yang dibawakan. Keberhasilan dalam latihan ini akan membantu tahap latihan berikutnya.
- b. *Walk through*; pengisi acara dalam melakukan latihan dialog tidak lagi menggunakan naskah.
- c. *Blocking*; latihan ini dapat dimulai di luar studio, kemudian di dalam studio. Dalam tahap ini dilakukan *blocking* kamera dan pengisi acara menyiapkan diri pada posisinya.
- d. *Dry rehearsal*; latihan ini dikenal dengan gladi kotor dimana pengisi acara belum mengenakan tata rias dan busana sebenarnya, tetapi pengisi acara dituntut untuk melakukan sesuai yang diarahkan oleh pengarah acara.
- e. *General rehearsal*; dalam latihan ini seluruh anggota yang terlibat produksi sudah harus disiapkan seperti pelaksanaan sebenarnya.

3) *Production*

Production adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk audio-visual untuk televisi, dengan demikian karakter produksi acara televisi pada umumnya lebih ditentukan oleh karakter naskah atau karakter acara. Produksi acara televisi secara umum dapat ditinjau dari beberapa segi, antara lain:

a. *Penyiaran*

1. Produksi acara siaran langsung (*live production*), maksudnya siaran yang dilakukan melalui *broardcasting house*.
2. Produksi acara tidak langsung (*live on tape production*).
 - Rekaman langsung jadi (*live on tape production*), maksudnya rekaman yang dilakukan tanpa diedit.
 - Rekaman pembagian persegmen atau sequel (*recording in segment production*), maksudnya rekaman yang diberi jeda untuk iklan.
 - Rekaman persegmen dengan satu kamera produksi, maksudnya diberi jeda untuk mengambil gambar lain.

b. *Lokasi*

1. *In door* adalah proses produksi yang dilakukan di dalam studio.
2. *Out door* adalah proses produksi yang dilakukan di luar studio.
3. *In-out door* adalah proses produksi yang dilakukan di dalam dan di luar studio (gabungan).

c. Karakteristik kamera

1. *Single camera production* adalah proses produksi dengan menggunakan satu kamera.
2. *Multi camera production* adalah proses produksi dengan menggunakan banyak kamera.

d. Karakteristik sound

1. *Live sound production* adalah proses produksi dengan suara langsung.
2. *Play back sound production* adalah proses produksi dengan pemutar ulang rekaman suara.
3. *Live and play back sound production* adalah proses produksi dengan perpaduan antara suara langsung dengan pemutar ulang rekaman suara.

4) *Post production*

Post production merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan dari bahan pita audio-visual. Tahap penyelesaiannya meliputi:

- a. Melakukan editing baik suara maupun gambar.
- b. *Insert visualisasi* (memasukkan gambar yang sudah jadi untuk diedit).
- c. *Dubbing* (mengganti suara asli dengan rekaman).
- d. Pengisian narasi (alur cerita waktu dan tempat kejadian).

- e. Pengisian sound efek dan ilustrasi agar hasil produksi menjadi lebih menarik.
- f. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi, dalam evaluasi ini hasil produksi masih diberikan catatan misalnya, masalah ilustrasi, sound efek, editing gambar, dan sebagainya, sehingga masih dilakukan perbaikan.

Prosedur baku yang dijelaskan Alan Wurtzel di atas dapat disimpulkan ke dalam tabel sebagai berikut:

1	<i>Pre production planning</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Penemuan ide atau gagasan. b. Ide dijadikan naskah. c. <i>Planning meeting</i>.
2	<i>Set-up and rehearsal</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan peralatan. b. Melakukan latihan (<i>read through, blocking, dry rehearsal, dan general rehearsal</i>).
3	<i>Production</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Penyiaran (produksi siaran langsung atau produksi siaran tidak langsung). b. Lokasi (di dalam studio, di luar studio, atau gabungan). c. Karakteristik kamera (satu kamera atau banyak kamera). d. Karakteristik sound (suara langsung, suara rekaman, atau perpaduan langsung dan rekaman).
4	<i>Post production</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Editing suara maupun gambar. b. <i>Insert visualisasi</i>. c. <i>Dubbing</i>. d. Pengisian narasi. e. Pengisian sound efek dan ilustrasi. f. Evaluasi.

Jika Alan Wurtzel membagi empat tahap kegiatan dalam proses produksi, lain halnya dengan pendapat Gerald Millerson yang membuat tahapan serta rincian produksi sebagai berikut (Sastro Subroto. D, 1994:164-166):

1. Penemuan ide dengan melakukan riset yang ada di masyarakat untuk menentukan program tayangan yang akan diproduksi, kemudian dijadikan naskah dan melakukan diskusi dengan menentukan perencanaan awal yang meliputi produksi, merancang dekorasi dan penempatan, tata cahaya, *make up*, kostum, dan fasilitas teknik, serta melakukan *casting* untuk menentukan artis yang tepat dengan karakter yang ada di dalam naskah, kemudian melakukan kontrak dengan artis yang sudah ditentukan.
2. Perencanaan teknis meliputi peralatan *shooting*, estimasi dana, jumlah *crew*, serta *rehearsal script* latihan dengan menentukan properti dan kostum. Setelah itu dilakukan *pre studio rehearsal* yaitu latihan yang meliputi dialog, presentasi dan *action*, serta penentuan akhir mengenai tata cahaya dan fasilitas produksi, pemilihan efek dan *dubbing*, serta melakukan editing.
3. Melakukan *review* dengan menonton hasil produksi dan mengevaluasi proses produksi yang telah berjalan, sehingga tidak

akan terjadi kesalahan yang sama pada produksi yang akan datang.

Tahapan produksi yang dijelaskan oleh Gerald Millerson dapat disimpulkan ke dalam tabel di bawah ini.

1	Ide	Riset (penelitian)
2	Naskah kasar	<i>Out line</i>
3	Perencanaan awal	Diskusi awal tentang: <ul style="list-style-type: none"> a. Produksi. b. <i>Stage design</i> berupa perencanaan kasar dan sketsa. c. Tata cahaya. d. Make up. e. Kostum. f. Fasilitas teknik.
4	Naskah	<ul style="list-style-type: none"> a. <i> Casting</i>. b. <i> Booking Artis</i>.
5	Perencanaan teknis	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemantapan penyajian produksi (<i>production treatment</i>). b. Perencanaan secara terinci dari penyajian produksi. c. <i>Graphic, properties, special effect</i> (<i>scan</i> atau video). d. Administrasi produksi. e. Konstruksi produksi. f. <i>Insert</i>: dari kepustakaan film, <i>graphic</i>, pengambilan lokasi atau film video.
6	<i>Rehearsal script</i>	Pembuatan atau mendapatkan: Properties, kostum, model, dan lain-lain.
7	<i>Pre studio rehearsal</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Latihan pemain: dialog, presentasi, dan <i>action</i>. b. Pengukuhan penyajian produksi. c. Penentuan akhir mengenai tata cahaya dan fasilitas produksi. d. Pemilihan <i>effect</i> dan audio

		<i>background</i> musik. e. <i>Review</i> atau edit: <i>Insert</i> (film atau video) <i>graphic</i> .
8	<i>Camera script</i>	a. Mempersiapkan: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Breakdown sheet</i> (<i>run down</i>). ▪ <i>Camera cards</i> (alat bantu <i>floor director</i> untuk menyambung komunikasi antara <i>floor director</i> dengan studio). ▪ <i>Cue cards</i> (alat bantu panduan acara siaran untuk presenter). ▪ <i>Promters</i> (juru bisik). b. Transport untuk: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Peralatan yang disewa. ▪ <i>Properties</i>.
9	Persiapan studio	Membuat <i>stage</i> , tata cahaya, persiapan peralatan, dan lainnya.
10	<i>Blocking camera</i>	PENGATURAN: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tata cahaya. ▪ Pengarahan kamera. ▪ Mikrofon. ▪ Make up. ▪ <i>Effect</i>. ▪ Kostum.
11	<i>Run through</i>	Lanjutan dari kamera <i>blocking</i> .
12	<i>General rehearsal</i>	Penilaian akhir: Presentasi dan penyajian operasional.
13	Video tape <i>recording</i>	<i>Recording</i> , cek waktu, <i>retake</i> (pengambilan ulang gambar).
14	Pemilihan bahan	Melihat hasil rekaman dengan maksud memilih <i>shot</i> yang diinginkan, titik edit dan urutan <i>shotnya</i> .
15	Editing	Proses editing, penambahan title, audio <i>effect</i> , <i>background music</i> dan video <i>effect</i> .
16	<i>Review</i>	Penentuan waktu siaran.
17	Transmisi	ARSIP

Pada saat proses produksi tayangan televisi, setiap anggota produksi yang terlibat mempunyai tanggungjawab sebagai berikut:

1. Produser

Produser merupakan salah satu tim produksi yang menentukan paket program tayangan dan memberikan tugas kepada seluruh tim produksi. Adapun tanggungjawab dari produser sebagai berikut:

- a. Membuat perencanaan produksi (ide, interpretasi, biaya, peralatan, *casting*, membuat sinopsis, dan *treatment* yang dituangkan dalam proposal produksi).
- b. Bertanggungjawab atas seluruh penyelenggaraan administrasi dan artistik serta memimpin pertemuan produksi.
- c. Memimpin organisasi produksi meliputi kebijakan siaran dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan operasional di dalam studio atau di luar studio.
- d. Membentuk unit pelaksana produksi yaitu pengarah acara, *floor director*, *art director*, dan unit manajer.
- e. Kepentingan khalayak lebih diutamakan.

2. Unit Manajer

Unit manajer adalah seseorang yang membantu dan bertanggungjawab kepada produser dalam suatu perencanaan sampai pelaksanaan produksi. Adapun tanggungjawab dari unit manajer sebagai berikut:

- a. Menginventaris segala kebutuhan produksi yang berasal dari produser, pengarah acara, pengisi acara, dan petugas produksi.
- b. Menyediakan segala kebutuhan produser, pengarah acara, pengisi acara, dan petugas produksi.
- c. Ikut merencanakan suatu produksi bersama produser.
- d. Membuat laporan produksi.

3. Pengarah Acara

Pengarah acara adalah seseorang yang berada di lapangan produksi, mengarahkan proses produksi, mulai dari teknik kamera, audio, lampu, *acting*, dan lain sebagainya.

Adapun tanggungjawab pengarah acara sebagai berikut:

- a. Menginterpretasikan naskah dari produser menjadi suatu bentuk susunan gambar dan suara yang harus memperhatikan kepentingan penonton agar dapat dinikmati.
- b. Bekerjasama dengan produser dan pengarah acara jika terjadi perubahan naskah.

- c. Selalu hadir dalam pertemuan perencanaan produksi.
- d. Melatih dan mengarahkan pengisi acara atau narasumber.
- e. Membuat perencanaan pengambilan gambar berdasarkan naskah atau data aktual.
- f. Mengarahkan pengambilan gambar.
- g. Mengintegrasikan unsur pendukung produksi.
- h. Memimpin editing.

4. Presenter

Presenter adalah seseorang yang menyajikan materi produksi yang telah diolah oleh bagian produksi untuk disampaikan kepada khalayak berdasarkan program yang telah disusun. Adapun tanggungjawab dari presenter adalah mengendalikan acara produksi.

5. Penulis Naskah

Penulis naskah adalah seseorang yang ditunjuk oleh produser untuk mendiskripsikan ide. Adapun tanggungjawab penulis naskah sebagai berikut:

- a. Menginterpretasikan ide produser ke dalam bentuk naskah.
- b. Bekerjasama dengan produser dalam pengembangan naskah dan format.
- c. Menyampaikan naskah kepada tim produksi hingga disetujui bersama.

6. *Technical Director*

Technical director adalah seseorang yang bertindak sebagai pengarah teknik baik itu gambar, suara, atau cahaya. Adapun tanggungjawab *Technical director* adalah menyiapkan segala peralatan yang akan digunakan oleh pengarah acara dan produser serta memberikan saran yang bersifat teknis.

7. *Cameraman*

Cameraman adalah seseorang yang bertindak sebagai pemegang kamera saat proses produksi dan melakukan pengaturan kamera sesuai dengan arahan *floor director*. Adapun tanggungjawab *cameraman* adalah menginterpretasikan ide dari pengarah acara dan melakukan pengambilan gambar sesuai dengan yang dikehendaki pengarah acara. *Cameraman* harus mamahami bahasa yang digunakan dalam mengoperasikan kamera, antara lain:

- a. ECU : *Extreme Close Up* (shoot yang detail).
- b. VCU : *Very Close Up* (shoot muka dari dahi sampai dagu).
- c. BCU : *Big Close Up* (seluruh kepala).
- d. CU : *Close Up* (dari kepala sampai dada).
- e. MCU : *Medium Close Up* (dari kepala sampai perut).

- f. MS : *Medium Shoot* (seluruh badan sebelum kaki).
- g. Knee : *Knee Shoot* (dari kepala hingga lutut).
- h. MLS : *Medium Long Shoot* (keseluruhan badan).
- i. LS : *Long Shoot* (keseluruhan atau ¼ tinggi layar).
- j. ELS : *Extra Long Shoot (XLS)*, *long shoot* yang lebih ekstrim.
- k. *Full Shoot* : keseluruhan badan.
- l. *Cover Shoot*: keseluruhan objek dalam adegan.
- m. *Tight Shoot*: kelihatan detail.
- n. *Shooting Groups of people*: bisa *single shoot*, *two shot*, *three shot* dari gambar keseluruhan.
- o. *Zoom In* : objek seolah-olah mendekat ke kamera.
- p. *Zoom Out* : objek seolah-olah menjauh dari kamera.
- q. *Tilt Up* : kamera bergerak ke atas.
- r. *Tilt Down* : kamera bergerak ke bawah.
- s. Pan Kiri : kamera bergeser ke kiri.
- t. Pan Kanan: kamera bergeser ke kanan.
- u. *Track In* : kamera bergerak mendekat ke objek.
- v. *Track Out* : kamera bergerak menjauh dari objek.

8. *Floor Director*

Floor director adalah seseorang yang bertindak sebagai penghubung dalam menyampaikan pesan dari pengarah acara dalam bentuk tanda-tanda kepada kerabat kerja dan pengisi acara saat proses produksi berlangsung. Adapun tanggungjawab *floor director* adalah mengarahkan pengambilan gambar, *property* dan kostum yang dipakai saat latihan, dan saat proses produksi berlangsung.

9. *Lighting Director*

Lighting director adalah seseorang yang bertindak mengatur pencahayaan yang ada dalam proses produksi. Adapun tanggungjawab *lighting director* adalah menyesuaikan cahaya dengan tuntutan naskah, memberikan masukan mengenai *setting* dan dekorasi kepada pengarah acara, produser, serta penata dekorasi.

10. Penata suara

Penata suara adalah seseorang yang bertindak mengatur perimbangan suara yang datang dari berbagai sumber dengan cara melakukan perekayasaan dalam penempatan *microphone*. Adapun tanggungjawab penata suara adalah membicarakan kepada pengarah acara dan pendukung produksi lainnya tentang fasilitas audio yang diperlukan, serta melakukan *mixing* audio.

11. *Switcher*

Switcher adalah seseorang yang bertindak mengatur pergantian gambar dari *cameramen* atas perintah pengarah acara. Adapun tanggungjawab *switcher* adalah menyesuaikan gambar dengan audio.

12. Penata Dekorasi

Penata dekorasi adalah seseorang yang bertindak mengatur *setting* tempat sesuai dengan yang diinginkan pengarah acara. Adapun tanggungjawab penata dekorasi adalah memberikan pilihan dekorasi kepada pengarah acara dan memimpin pembuatan dekor serta melakukan perubahan jika diperlukan.

13. Teknisi Video

Teknisi video adalah seseorang yang bertindak menata kamera dan melindungi kamera. Adapun tanggungjawab teknisi video adalah membantu mengarahkan pengambilan gambar, agar mendapatkan gambar yang maksimal dan membantu pengarah acara untuk mendapatkan *visual effect* (<http://rizkybroadcaster.wordpress.com/05-cameraman/> Senin, 19 Mei 2014 Jam 19. 20).

2.2. *Production House*

Production house adalah wadah usaha atau lembaga yang mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan memproduksi informasi yang diubah ke dalam bentuk audio-visual dengan cara statis (Wahyudi. J.B, 1992:57).

Production house merupakan kantor yang merangkap studio tempat dibuatnya tayangan televisi dan periklanan. *Production house* bergerak di bidang audio-visual dan bertindak sebagai sarana kerjasama bagi stasiun televisi untuk memperkenalkan semua tayangan televisi (video klip, iklan, film, sinetron, bahkan sampai *Event Organizer*). Terkadang *production house* juga melakukan produksi video dan iklan (komersial), *company profile*, video klip musik, dan lain sebagainya. Kehadiran rumah produksi bagi sebuah stasiun televisi sangat diperlukan karena sangat sulit bagi stasiun televisi (*broadcasting*) untuk memenuhi semua program acaranya dengan memproduksi sendiri atau "*in house production*".

Jadi, *production house* adalah tempat produksi informasi ke dalam bentuk audio-visual, sedangkan *broardcasting house* adalah tempat produksi acara televisi sekaligus menyiarkan tayangan tersebut.

2.3. Hakikat Dakwah

2.3.1. Pengertian dakwah

Ditinjau dari sudut etimologi atau bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab, yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Menurut ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbentuk “isim masdar” yang berasal dari *fiil* (kata kerja) “da’a” (دعا) “yad’u” (يدعو) “da’watan” (دعوة) yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru (Saputra. W, 2011:1). Secara terminologi terdapat beberapa pengertian dakwah yaitu, Hamzah Ya’kub (1991:1) mendefinisikan dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna (Uswatun Khasanah. S, 2007:26).

Menurut Asmuni Syukir (1983:20) istilah dakwah itu dapat diartikan dari dua segi yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan bersifat pengembangan. Pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan syari’at sehingga menjadi manusia yang mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat, sedangkan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha untuk mengajak manusia yang belum beriman kepada Allah untuk mentaati syari’at Islam (memeluk

agama Islam) supaya hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.

Melihat beberapa pendapat yang menjelaskan tentang dakwah di atas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dakwah adalah usaha mengubah situasi yang buruk menjadi lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup, tetapi menuju sasaran yang luas dan menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.

2.3.2. Dasar hukum dan tujuan dakwah

a. Dasar Hukum Dakwah

Melaksanakan amar ma'ruf dan nahi munkar merupakan salah satu kewajiban setiap muslim menurut kemampuan yang dimiliki (Ya'kub. H, 1991:21). Hal ini didasarkan atas Firman Allah surat Al Imran ayat 104, yaitu:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

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”. (QS, Al Imran:104) (Al-Qur'an dan terjemahnya, 2004:64).

Ayat ini menunjukkan kewajiban berdakwah atas semua manusia, baik secara fardu kifayah maupun fardu ain, khususnya bagi suatu kelompok da'i yang dapat memberikan penjelasan-penjelasan tentang hukum Islam secara sempurna.

b. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah dibagi menjadi dua yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang dimaksud agar manusia mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan keseharian, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik, keluarga yang harmonis, komunitas yang tangguh, masyarakat yang madani, dan pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju. Tujuan jangka panjang adalah mengajak manusia (meliputi orang mukmin atau orang kafir) kepada jalan yang benar dan diridhoi Allah agar hidup bahagia di dunia maupun di akhirat (Saputra. W, 2011:9).

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman.

﴿يَأْتِيهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا
بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي
الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ﴾

Artinya: “Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”(Q.S. Al-Maidah:67) (Al-Qur'an dan terjemahnya, 2004:120).

2.3.3. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur pokok yang harus ada dalam kegiatan dakwah minimal terdapat tiga unsur penentu, sehingga proses dakwah dapat berlangsung, yaitu: da'i (subjek dakwah), mad'u (objek dakwah) dan materi dakwah, sedangkan unsur-unsur lain yang juga mempengaruhi proses dakwah antara lain: media dakwah dan metode dakwah (Saputra. W, 2011:8). Berikut penjabaran unsur-unsur dakwah.

1. Subjek Dakwah (da'i)

Subjek dakwah atau da'i merupakan orang yang melaksanakan suatu proses kegiatan untuk menyeru kepada umat manusia. Pada prinsipnya setiap umat muslim wajib melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*.

2. Objek Dakwah (mad'u)

Seluruh umat manusia merupakan penerima dakwah tanpa kecuali dan tidak membedakan status sosial, umur, pekerjaan, asal daerah, dan ukuran biologis baik itu pria maupun wanita.

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ
النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

Artinya: “Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui” (QS. Saba’:28) (Al-Qur’an dan terjemahnya, 2004:431).

3. Materi Dakwah (maddah)

Materi merupakan bahan yang digunakan da’i untuk disampaikan kepada mad’u. Materi tersebut menekankan pada materi agama atau ajaran Islam, yaitu Al-Qur’an dan Hadits.

Pokok-pokok materi dakwah atau ajaran Islam antara lain:

a) Masalah Akidah

Masalah akidah menurut Islam adalah *i’tiqad bathiniyah* yang di dalamnya mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Masalah akidah juga dikaitkan dengan masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, seperti syirik (mengingkari keberadaan Tuhan) dan sebagainya.

b) Masalah Syari'ah

Syari'ah berhubungan erat dengan amal lahir yang dilakukan dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah. Masalah syari'ah ini tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya, tetapi juga mengatur hubungan antara manusia dengan sesamanya. Seperti hukum warisan, berumah tangga, jual-beli, kepemimpinan, dan amal-amal lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti berzina, mencuri, minum-minuman keras, dan sebagainya.

c) Masalah Akhlak

Berkaitan dengan materi dakwah, masalah akhlak merupakan pelengkap masalah keimanan dan keislaman, masalah akhlak tidak kalah penting dengan kedua masalah tersebut, karena akhlak yang baik akan menuntun kita untuk melakukan hal baik.

4. Metode Dakwah (thariqah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa ditolak oleh penerima pesan.

Firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي
هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ

بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya; “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS. An Nahl:125) (Al-Qur'an dan terjemahnya, 2004:281).

Ayat ini menjelaskan bahwa metode dakwah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mad'u, sehingga mad'u tidak merasa terpaksa atau keberatan dalam menerima materi serta menjalankan ajaran-ajaran Islam.
- b. *Mau'izatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga apa yang disampaikan dapat menyentuh hati mereka.

c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang baik dan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas sasaran dakwah (Munir dan Illahi, 2006:34).

5. Media Dakwah (wasilah)

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Media dakwah dibagi menjadi lima macam, yaitu:

- a. 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.
- b. Tulisan adalah media dakwah melalui buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat, spanduk, dan sebagainya.
- c. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d. Audio-visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan seperti televisi.
- e. Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u (Munir dan Illahi, 2006:32).