PERAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENYIARAN DAKWAH ISLAM: SEBUAH KAJIAN KEPUSTAKAAN

Zulhendra[1], Farhan[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Agama Islam Daarut Tauhiid
zulhendra.m.sos@staidaaruttauhiid.ac.id

Abstract

Da'wah is an activity of conveying Islamic teachings aimed at inviting people toward goodness and Islamic values. The success of da'wah is closely related to the communication skills possessed by the preacher (da'i). This article aims to analyze the role of communication in enhancing the effectiveness of Islamic da'wah broadcasting and to explain the various forms of communication employed in da'wah activities. This study applies a library research method with a qualitative approach through the examination of relevant scholarly literature on communication and Islamic da'wah. The data were analyzed using a descriptive-analytical approach to identify the relationship between communication principles and the effectiveness of da'wah message delivery. The findings indicate that communication plays a strategic role in da'wah by helping preachers understand audience characteristics, ensuring effective message delivery, and expanding the reach of Islamic teachings to diverse segments of society. Furthermore, da'wah communication can be implemented through verbal, written, nonverbal, interpersonal, group, mass, and digital media-based communication. The study highlights that communication competence is a crucial factor in improving the effectiveness of Islamic da'wah in the context of rapid technological development and changing social dynamics.

Keywords:

da'wah communication, Islamic broadcasting, communication effectiveness, Islamic da'wah, digital media

Abstrak

Dakwah merupakan aktivitas penyampaian ajaran Islam yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan dan nilai-nilai keislaman. Dalam pelaksanaannya, keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh da'i. Artikel ini bertujuan menganalisis peran komunikasi dalam meningkatkan efektivitas penyiaran dakwah Islam serta menjelaskan bentuk-bentuk komunikasi yang dapat digunakan dalam proses dakwah. Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan *(library research)* dengan pendekatan kualitatif melalui penelaahan berbagai sumber ilmiah yang relevan mengenai komunikasi dan dakwah Islam. Data dianalisis secara deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi hubungan antara prinsip-prinsip komunikasi dan keberhasilan penyampaian pesan dakwah. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran strategis dalam dakwah, yaitu membantu da'i

memahami karakteristik mad'u, memastikan pesan dakwah tersampaikan secara efektif, serta memperluas jangkauan dakwah kepada berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, komunikasi dakwah dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti komunikasi lisan, tulisan, nonverbal, interpersonal, kelompok, massa, dan komunikasi berbasis media digital. Temuan ini menegaskan bahwa penguasaan kemampuan komunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah Islam di tengah perkembangan teknologi informasi dan perubahan karakteristik masyarakat modern.

Kata Kunci:

komunikasi dakwah, penyiaran dakwah, efektivitas komunikasi, dakwah Islam, media digital

Pendahuluan

Penyiaran dakwah Islam merupakan kegiatan menyampaikan ajaran kebaikan dari Allah SWT yang ada dalam al-Qur'an dan Sunnah nabi, supaya ummat manusia berada dalam kehidupan yang baik dunia akhirat. Ajaran-ajaran yang terdapat di dalam agama Islam disebarkan melalui dakwah dengan tujuan agar dapat menyelamatkan seluruh penjuru dunia dari hal-hal yang bersifat negatif.

Dakwah Islamiyah merupakan suatu kegiatan mengomunikasikan ajaran Allah SWT yang ada di dalam Al-Qur'an dan Sunnah (Rifda, 2017). Supaya manusia dapat mengambil dan menjadi tuntunan dalam jalan hidupnya. Dan pelaksanaan tersebut melalui dengan bentuk komunikasi. Komunikasi merupakan hal yang tidak terhindarkan dalam kehidupan manusia di tengah masyarakat, interaksi adalah salah satu kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, dalam proses interaksi tersebut komunikasi memainkan peran penting (Hayat & Abidin Riam, 2022).

Komunikasi dakwah ialah proses penyampaian informasi atau pesan yang bersumber dari al-qur'an dan hadis dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainya dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media (Fitria & Aditia, 2020). Komunikasi memiliki makna berbagi atau menjadi milik bersama, sebuah usaha untuk kebersamaan atau kesamaan makna (Fachrul & Kurniawan, 2017:92).

Setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi berharap agar pesan yang ia sampaikan terpahami dengan baik oleh penerima pesan (Hayat & Abidin Riam, 2022). Untuk mewujudkan hal itu maka penyampai pesan mesti memiliki kemampuan komunikasi yang baik, semakin baik kemampuan komunikasi seseorang maka pesannya dapat semakin mudah dipahami audiens, informasi yang ia kirimkan bisa sampai kepada pendengar tanpa terjadi reduksi yang siginifikan terhadap informasi tersebut.

Sebaliknya, bila kemampuan komunikasi seseorang yang bertindak sebagai pengirim pesan rendah, maka terbuka ruang bagi munculnya pemahaman yang berbeda dari hal yang dimaksudkan pengirim pesan, informasi dapat ditafsirkan berbeda, jauh dari maksud

sebenarnya. Komunikator yang baik adalah orang yang mampu menyampaiakn pesan verbal dan nonverbal agar terjadi komunikasi yang efektif.

Dakwah sebagai ikhtiar untuk menyampaikan informasi nilai-nilai keislaman tentu membutuhkan proses komunikasi yang baik agar pesan pendakwah bisa sampai kepada umat tanpa terjadi proses reduksi terhadap informasi nilai-nilai keislaman tersebut. Muatan ajaran Islam yang didakwahkan oleh da'i merupakan kumpulan pesan yang telah diolah lalu dikomunikasikan kepada manusia.

Oleh karena itu, pengaruh komunikasi bagi dunia dakwah menjadi urgen karena tidak semua informasi keagamaan berbentuk tersurat, sebagian informasi tersebut berupa pesan tersirat yang biasanya muncul dalam bentuk simbol. Demi memberikan penjelasan utuh terhadap informasi tersirat tersebut maka dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas komunikasi dakwah dari perspektif media dakwah, penggunaan teknologi digital, maupun strategi penyampaian pesan keagamaan. Namun demikian, kajian yang secara khusus menempatkan komunikasi sebagai faktor utama yang menentukan efektivitas penyiaran dakwah Islam masih relatif terbatas. Oleh karena itu, artikel ini berupaya mengkaji secara konseptual peran komunikasi dalam penyiaran dakwah Islam serta menjelaskan berbagai bentuk komunikasi yang dapat mendukung keberhasilan penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi komunikasi dakwah di era digital.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen yang berkaitan dengan komunikasi dan dakwah Islam. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur yang sesuai dengan fokus kajian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis melalui tahapan reduksi data, pengelompokan informasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi peran komunikasi dalam penyiaran dakwah Islam serta bentuk-bentuk komunikasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Dakwah Sebagai Proses Komunikasi

Dakwah dapat diartikan sebagai upaya terus-menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran (fikrah), perasaan (syu'ur), dan tingkah laku (suluk) yang membawa mereka kepada jalan Allah (Islam), sehingga terbentuk sebuah masyarakat Islami (*al-mujtama' al-Islami*). Setidaknya, ada empat aktivitas utama dakwah, diantaranya mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dengan lisan, mengkomunikasikan prinsip-prinsip Islam melalui karya tulisan, memberi contoh keteladanan akan perilaku (akhlak) yang baik, dan

bertindak tegas dengan kemam- puan fisik, harta, dan jiwa dalam menegakkan prinsip-prinsip Ilahi (Fitria & Aditia, 2020).

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.

Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Kemajuan dan kemunduran umat Islam, sangat berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Karena itu, Al-Qur"an, menyebut kegiatan dakwah dengan ahsanul qaula, ucapan dan perbuatan yang paling baik (Mokodompit, 2022). Menurut Ahmad mubarok dalam buku psikologi dakwah mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana da"i mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad"u baik secara perorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da"i (komunikator) dan mad"u (komunikan) (Safii, 2018).

Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian dan informasi Islam untuk memengaruhi komunikan (objek dakwah, mad'u) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam (Romli, 2013:11). Komunikasi dakwah juga dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.

Komunikasi berperan penting dalam memastikan sampainya pesan dakwah kepada masyarakat secara efektif. Tidak bisa dipungkiri terkadang ada dakwah yang disampaikan secara tidak efektif, penyebabnya karena keterbatasan kemampuan komunikasi dari pendakwah (Hayat & Abidin Riam, 2022). Lain halnya bila juru dakwah memiliki kemampuan komunikasi yang baik, dia mampu melakukan dakwah secara efektif.

Membangun pola komunikasi dakwah yang baik dapat mencegah terjadinya konflik-konflik keagamaan di masyarakat. Pesan dakwah yang menyampaikan nilai ketuhanan sejatinya harus dipahami sebagai perwujudan nilai-nilai toleransi, persaudaraan, dan sebagai wujud dialog internal umat beragama serta sebagai upaya membangun kesadaran demi terciptanya kerukunan antarumat beragama. Membangun nuansa harmonisasi merupakan harapan terhadap negara yang majemuk namun untuk merealisasikannya tentu memerlukan suatu upaya dan pola komunikasi yang efektif.

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi Dakwah

Dalam proses komunikasi dikenal adanya komunikator, komunikan, pesan, saluran yang digunakan, dan efek. Elemen-elemen ini akan saling berkaitan erat satu sama lainnya. Begitu juga dalam konsep komunikasi dakwah (Ariani, 2012).

Pada dasarnya dakwah Islam merupakan perilaku Muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, mad'u (sasaran dakwah) dalam tujuannya melekat cita- cita ajaran Islam yang berlaku sepanjang zaman dan di setiap tempat (Ilaihi, 2011). Komunikasi dakwah jika ditujukan pada adanya perubahan pada komunikan yang diharapkan oleh komunikator (Islami, 2017:301).

Bentuk-bentuk komunikasi dakwah antara lain:

1. Dari Segi Penyampaian Pesan

   Jika ditinjau dari segi cara menyampaikan pesan, komunikasi dakwah dibedakan kepada dakwah bil-hal, dakwah bil-lisan dan dakwah bil kitabah.

   a. Dakwah Bil-Hal (Komunikasi Non -Verbal), yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan melalui sikap, perilaku dan perbuatan, baik berbentuk gerak tubuh, mimik dan bahasa isyarat yang tampak dalam amal-amal shaleh dan keteladanan. Dengan demikian Dakwah bil-hal tidak menggunakan kata-kata dalam menyampaikan pesan.
   b. Dakwah bil- lisan (Komunikasi Lisan). Komunikasi Dakwah bil- lisan adalah dakwah yang disampaikan melalui kata-kata seperti ceramah, pidato, khuthbah, khutbah dan diskusi. Komunikasi lisan dapat melalui ungkapan kata-kata dan juga melalui tulisan. Dalam ilmu komunikasi, dakwah yang menggunakan lisan (langsung) disebut dengan komunikasi verbal.
   c. Dakwah bil- Kitabah (Komunikasi Tulis) Da'wah bil- kitabah adalah dakwah yang di sampaikan dengan kata-kata yang dituliskan. Oleh karena itu bentuk dakwah ini termasuk komunikasi verbal yang disampaikan melalui tulisan. Bentuk ini telah dipergunakan nabi Muhammad SAW. untuk mengajak raja – raja dari beberapa negara supaya masuk Islam. Sedikitnya ada delapan surat yang dikirimkan nabi kepada kepala negara yang isinya mengajak mereka supaya masuk Islam. Komunikasi dengan tulisan dikembangkan dengan bantuan teori Jurnalistik. Dakwah bil-kitabah dapat berbentuk tulisan-tulisan ilmiah, sastera atau bunga rampai yang dimuat dalam Jurnal, buku, majalah, brosur, surat kabar dan bulletin (Saputra, 2011:78).

2. Dari Segi Alur Penyampaian Pesan

   Komunikasi dakwah ditinjau dari segi jalan (alur) pesan yang disampaikan terdapat tiga bentuk, yaitu:

   a. Komunikasi dakwah ke atas. Yang dimaksud dengan bentuk komunikasi ke atas dalam dakwah ialah dakwah yang terjadi antara da'i yang lebih rendah kepada mad'u yang lebih tinggi status sosialnya. Misalnya dakwah rakyat kepada pemimpin, contoh dakwah nabi Ibrahim AS, kepada raja Namrud.
   b. Kommunikasi dakwah ke bawah. Maksudnya ialah komunikasi seorang yang lebih tinggi kedudukannya kepada bawahan. Contohnya ialah ketika Luqman memberi nasihat kepada anaknya.

c. Komunikasi dakwah ke samping. Maksud komunikasi ini adalah dakwah yang terjadi antara da'i dan mad'u yang sederajat. Seperti dakwah nabi Yusuf AS. kepada saudara-saudaranya (Kamaluddin, 2020).

3. Dari Segi Ruang Lingkupnya

   Komunikasi menurut ruang lingkup sasaran (mad'unya) terbagi kepada:

   a. Komunikasi dakwah Internal, yaitu dakwah yang ditujukan kepada mad'u yang sudah beragama Islam. Misalnya dakwah seorang ustadz kepada ibu-ibu muslimat.
   b. Komunikasi dakwah Eksternal, yaitu dakwah yang ditujukan kepada mad'u non-Muslim. Misalnya Debat antara ulama dengan pendeta.

4. Dari Segi Jumlah Person

   Bentuk komunikasi dakwah dari segi personnya terbagi kepada:

   a. Komunikasi individu (dakwah fardiyah), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh pendakwah secara individu dan mad'unya juga satu orang. Dalam tinjauan ilmu komunikasi, dakwah seperti ini disebut komunikasi interpersonal. Dakwah seperti ini biasanya berbentuk konseling dan nasihat.
   b. Komunikasi Massa (dakwah 'ammah), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh satu orang da'i dengan komunikan (pendengar) yang jumlahnya banyak pada satu tempat tertentu, dakwah seperti ini disebut komunikasi publik. Dakwah 'ammah juga dapat dilaksanakan oleh seorang nara sumber dengan pendengar dalam jumlah besar, tetapi tidak terbatas pada satu tempat. Dakwah seperti ini menggunakan media massa (media sosial) seperti TV, Internet mapun majalah dan surat kabar, sehingga dapat dijangkau di wilayah yang serba tidak terjangkau luasnya.
   c. Komunikasi kelompok (dakwah jama'ah), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh pendakwah secara berjama'ah atau kelompok organisasi (lembaga) tertentu. Misalnya dakwah yang dilaksanakan oleh Jama'ah tabligh. Mereka berkelompok menuju desa-desa dan kelurahan untuk menyampaikan dakwah Islam (Ismail, 2011).

5. Dari Segi Penggunaan Media.

   Komunikasi dakwah ditinjau dari segi penggunaan media, dapat dibedakan:

   a. Komunikasi Primer, yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan secara langsung tatap muka, tanpa menggunakan media.
   b. Komunikasi Sekunder, yaitu komunikasi dakwah yang menggunakan saluran media seperti TV, video, radio, telepon, HP dan sebagainya (Mufid, 2009:154).

6. Dari Segi Aliran Informasi

   Dari segi aliran informasi yang dipergunakan, komunikasi dakwah yang disampaikan terbagi kepada:

a. Komunikasi Linear (satu arah), yaitu komunikasi dakwah yang menitik beratkan pada penyampaian pesan, tanpa mengharapkan umpan balik. Misalnya khutbah Jum'at dan Kata sambutan alim ulama dalam suatu acara resmi.
b. Komunikasi Sirkuler (dua arah), yaitu bentuk komunikasi yang memberikan kesempatan umpan balik terhadap pesan dakwah yang disampaikan, misalnya tanya jawab yang diadakan setelah selesai ceramah.

7. Ditinjau dari Segi Penerima Pesan.
   Komunikasi dakwah yang terjadi antara da'i dengan mad'u dapat dibagi kepada:
   a. Komunikasi Intrapersonal (*dakwah fi nafsihi*), yaitu komunikasi dakwah yang melibatkan internal pribadi seseorang dalam proses menerima pesan dakwah. Dalam komunikasi ini, da'i sekaligus mad'u yang memberikan umpan balik pada diri sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan Dalam proses ini seseorang perlu mengenali diri sendiri dalam kaitannya dengan persepsi, memori dan berfikir. Misalnya kesadaran, keyakinan, taubat dan bersyukur adalah proses komunikasi intrapersonal. Kemampuan berkomunikasi intra personal mempengaruhi kemampuan seseorang dalam komunikasi interpersonal.Firman Allah dalam komunikasi Intrapersonal adalah dalam Surat Al-Ghasiyah ayat 17-20 "Maka apakah mereka tidak memerhatikan unta bagaimana dia diciptakan, Dan langit, bagaimana ia ditinggikan? Dan gunung-gunung bagaimana ia ditegakkan? Dan bumi bagaimana ia dihamparkan?"
   b. Komunikasi Interpersonal (dakwah fi ghoirihi), yaitu komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung atau bermedia. Dalam komunikasi interpersonal dapat dicontohkan dari dialog Nabi Ibrahim dan Namrud dalam Surah Al- Baqarah ayat 258. Ibrahim berkata, "Tuhanku ialah Yang menghidupkan dan mematikan." Ia (Namrud) berkata, "Aku dapat menghidupkan dan mematikan." Ibrahim berkata, "Sesungguhnya Allah menerbitkan matahari dari timur, maka terbitkanlah dia dari barat." Lalu terdiamlah orang kafir itu." Dalam komunikasi interpersonal ada yang disebut dengan konsep diri yaitu pandangan tentang diri. Konsep diri memiliki dua komponen, yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitif disebut citra diri (*self image*) dan komponen afektif disebut harga diri (*self esteem*). Konsep diri Namrud yang angkuh inilah membawa dirinya kepada kebuntuan pikiran dan argumentasi karena merasa mampu menyaingi kuasa Allah.

Terakhir, komunikasi transendental sebagai bentuk kekayaan Al-Qur'an, menghadirkan khazanah baru dalam dunia komunikasi. Komunikasi transendental sendiri banyak dideskripsikan dalam Al-Quran berupa doa-doa para Nabi. "Nuh berkata: "Ya Tuhanku, sesungguhnya mereka telah mendurhakaiku dan telah mengikuti orang-orang yang harta dan anak-anaknya tidak menambah kepadanya melainkan kerugian belaka, (QS. Nuh: 21). Manusia yang melakukan dosa dapat bertaubat yaitu melakukan komunikasi transendental dengan Sang Khalik. Aturannya terdapat dalam Islam yaitu terlebih dahulu menyesali perbuatan dosa yang

dilakukan dan kemudian berjanji tidak akan melaukannya lagi dimasa yang akan datang. Manusia berdosa dapat berdoa kepada Allah swt. agar dosanya diampunkan oleh Allah swt. Al-Quran sebagai " hidayah" dan "hadiah" berharga dari Allah bagi manusia yang disampaikan secara berangsur-angsur kurang lebih 23 tahun, telah jelas menyampaikan dasar-dasar komunikasi dalam beberapa ribuan ayatnya. Penyampaian ini bertujuan agar kita meyakini bahwa kitab suci ini adalah Mahakarya Ilahi yang setiap kedahsyatan ciptaan-Nya harus senantiasa direnungi.

Jika dilihat dari sisi teori, banyak bentuk komunikasi efektif yang bisa dilakukan antara lain:

1. Komunikasi interprofesional-kolaboratif, adalah komunikasi yang terjadi antar disiplin ilmu yang dimiliki oleh suatu organisasi yang dilakukan secara kolaboratif.
2. Komunikasi asosiatif-akomodatif sebenarnya merupakan bentuk komunikasi sosial, tapi karena fungsinya yang saling berhubungan.
3. Komunikasi Interpersonal, Jenis komunikasi antar pribadi ini akan menjadi saluran alternatif apabila pilhan komuni- kasi sosial, vertikal dan horizontal tidak memungkinkan untuk dilaksanakan (Muttaqin, 2018).

Bentuk-Bentuk Komunikasi Dakwah tersebut mencakup hasil kajian emperis yang meliputi bentuk-bentuk komunikasi, seperti komunikasi intrapersonal, interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa yang tidak bisa terlepas dari kegiatan dakwah. Demikian juga tentang komunikasi lisan, tulisan dan perbuatan serta komunikasi primer dan sekunder yang sudah menjadi objek kajian Imu Dakwah. Komunikasi transendental merupakan ciri khas komunikasi dakwah, yaitu komunikasi antara hamba dengan Tuhannya. Dengan demikian ilmu komunkasi merupakan ilmu yang penting difahami oleh seorang da'i dalam berdakwah di masyaraka. (Kamaluddin, 2020).

Dalam kajian ilmu komunikasi, ceramah melalui pendekatan public speaking dalam proses komunikasi dakwah memang tidak bisa kita tinggalkan begitu saja, terlebih ceramah atau pidato merupakan bagian dari pubic communication atau public speaking (Suheri, 2018). Public speaking merupakan bagian dari ilmu komunikasi yang khas, yang melibatkan seorang pembicara dengan audien lebih banyak, dengan segala teori, prinsip, karakteristik dan seluk beluknya.

Dalam Al-Qur'an terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi. Salah satu di antaranya adalah dialog yang terjadi pertama kali antara Allah SW, malaikat, dan manusia. Dialog tersebut sekaligus menggambarkan salah satu potensi manusia yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia, seperti yang terdapat pada Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 31- 33 (Ilaihi, 2013:14):

وَعَلَّمَ اٰدَمَ الْاَسْمَاۤءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلٰۤىِٕكَةِ فَقَالَ اَنْۢبِـُٔوْنِيْ بِاَسْمَاۤءِ هٰٓؤُلَاۤءِ اِنْ كُنْتُمْ صٰدِقِيْنَ قَالُوْا سُبْحٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَآ اِلَّا مَا عَلَّمْتَنَاۗ اِنَّكَ اَنْتَ الْعَلِيْمُ الْحَكِيْمُ قَالَ يٰٓاٰدَمُ اَنْۢبِئْهُمْ بِاَسْمَاۤىِٕهِمْ ۚ فَلَمَّآ اَنْۢبَاَهُمْ بِاَسْمَاۤىِٕهِمْ ۙ قَالَ اَلَمْ اَقُلْ لَّكُمْ اِنِّيْٓ اَعْلَمُ غَيْبَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ ۙ وَاَعْلَمُ مَا تُبْدُوْنَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُوْنَ

> "Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat lalu berfirman:"Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika memang kamu orang yang benar!", [31] Mereka menjawab:"Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. [32] Allah berfirman:"Hai Adam, beritahukan kepada mereka nama-nama benda ini". Maka setelah diberitahukannya nama-nama benda itu, Allah berfirman:"Bukankah sudah Kukatakan kepadamu, bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan [33]" (Depag RI, 2016:134).

Ayat di atas menunjukan bahwa adanya komunikasi antara Allah SWT dengan nabi Adam, as. Allah SWT mengajarkan kepada Adam nama-nama semua yang ada (benda-benda) * di muka bumi, kemudian Dia Ta'ala mengemukakan hal yang sama kepada para malaikat sembari berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika memang kamu orang yang benar!" dalam dakwaan kamu sebagai makhluk yang paling mulia dan paling mengetahui, namun mereka tak mampu membuktikan hal itu dan mengumumkan pengakuan mereka tersebut sembari berkata: "Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami". Kemudian Allah Ta'ala berfirman kepada Nabi Adam: "..Beritahukan kepada mereka nama-nama benda ini". Lalu dia memberitahukannya kepada mereka dan menyebutkan nama-nama itu satu per-satu bahkan hingga baki dan baki yang terkecil (tidak terlewatkan). Disini tampaklah kemuliaan Adam atas mereka, sehingga Rabb mencela mereka dengan firmanNya:"Bukankah sudah Kukatakan kepadamu, bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan".

Berdasarkan berbagai bentuk komunikasi dakwah tersebut, dapat dipahami bahwa efektivitas dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan da'i dalam memilih bentuk komunikasi yang sesuai dengan karakteristik mad'u. Dalam konteks masyarakat digital, komunikasi massa berbasis media sosial dan komunikasi interpersonal melalui platform digital menjadi bentuk komunikasi yang paling dominan digunakan. Pemanfaatan media digital memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus memberikan ruang interaksi yang lebih terbuka antara da'i dan masyarakat. Dengan demikian, kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan media komunikasi menjadi kebutuhan penting dalam aktivitas dakwah kontemporer.

3. Prinsip-Prinsip Komunikasi Dakwah

Seorang da'i yang memiliki kualitas komunikasi yang baik mampu mengukur porsi konten dakwah yang disampaikan, walaupun konten dakwah semuanya merupakan kebaikan akan tetapi penyampaiannya perlu dilakukan secara berkala, konten dakwah yang banyak

tersebut tidak tepat disampaiakn sekaligus karena justru masyarakat akan kesulitan memahaminya, ini yang yang disebut kondisi yang tidak efektif.

Contoh dakwah tentang sholat mesti disampaiakan secara berkala, dimulai dengan mengajak individu yang enggan melaksanakan perintah sholat agara mau melakukan sholat, saat ia telah memiliki kemauan untuk melakukan sholat maka langkah selanjutnya adalah menyampaiakn tata cara sholat yang benar. Jadi ada tahapan dalam menyampaiakn pesan dakwah, dakwah terhadap salah satu ajaran Islam tidak tepat disampaikan sekaligus karena hasilnya tidak dapat efektif (Supriyanto, 2018:259).

Kemampuan mengukur kualitas dakwah dalam hal ini membuat tahapan-tahapan dalam menyampaikan konten dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi. Sebab, salah satu aspek penting dalam komunikasi adalah frekuensi dan kualitas pesan (Kusuma & Tyas, 2018:15).

Dalam komunikasi satu pesan yang memiliki topik yang sama tidak mesti disampaikan sekaligus dalam satu sesi saja, kadang sebuah pesan dengan topik yang sama mesti dipenggal agar bisa disampaikan sedikit demi sedikit dan dilakukan dalam beberapa sesi, langkah ini perlu ditempuh dengan mempertimbangkan kondisi audiens, mulai dari latar belakng umur, pendidikan, kadar pengetahuan, sampai kondisi lapangan saat da'i menyampaiakan pesan dakwah. Semua latar belakang tersebut perlu dipahami dengan baik oleh da'I (Hayat & Abidin Riam, 2022).

Mengingat pentingnya peran krusial komunikasi dalam medan perjuangan dakwah khususnya di zaman yang hampir semua kehidupan manusia terhubung atau dipengaruhi zaman digital sekarang ini, maka rasanya tidak bijak bila para pejuang dakwah tidak memberikan perhatian khusus pada penguatan kemampuan komunikasi.

Keberhasilan dalam dunia dakwah adalah hal yang wajib, maksudnya dakwah harus berhasil mengantar manusia untuk taat kepada Allah SWT, suatu alat yang dibutuhkan untuk mencapai sesuatu yang wajib maka alat itu juga bersifat wajib, dalam kasus ini komunikasi sebagai salah satu penentu keberhasilan dakwah bersifat wajib untuk dikuasai karean komunikasi merupakan alat yang mengantarkan dakwah pada keberhasilan (Ibrahim, 2019:54).

Penguasaan terhadap model komunikasi terkini memungkinkan para da'i untuk memahami karakter komunikasi yang digunakan masyarakat di era digital. Misalnya masyarakat era digital senang dengan gaya komunikasi yang instan, dengan memahami model komunikasi tersebut maka para da'i akan menyampaikan pesan dakwah dengan gaya komunikasi yang ringkas, padat, dan tidak disertai bahasa yang rumit (Patra, Boeriswati, & Tajuddin, 2022:89).

Prinsip-prinsip komunikasi dakwah di atas secara praktis dilaksanakan sekaligus dicontohkan Nabi Muhammad Saw. Beliau menerapkan cara berbeda dalam komunikasi dakwahnya sesuai dengan objek dakwah yang dihadapinya.

Simpulan

Komunikasi merupakan unsur fundamental dalam penyiaran dakwah Islam karena berfungsi sebagai sarana utama penyampaian pesan-pesan keislaman kepada masyarakat. Hasil

kajian menunjukkan bahwa komunikasi berperan dalam membantu da'i memahami karakteristik mad'u, meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah, serta memperluas jangkauan dakwah kepada berbagai lapisan masyarakat. Beragam bentuk komunikasi, mulai dari komunikasi lisan, tulisan, nonverbal, interpersonal, kelompok, massa, hingga komunikasi berbasis media digital, dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Oleh karena itu, penguasaan kemampuan komunikasi menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki oleh seorang da'i agar pesan dakwah dapat diterima, dipahami, dan diamalkan secara optimal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji implementasi komunikasi dakwah pada media digital secara empiris guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas komunikasi dakwah di era teknologi informasi.

Daftar Pustaka

Ariani, Anita. (2012). Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Quran. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, *11*(21), 7–16.

Depag RI. (2016). *Al-qur'an dan Terjemahnya.* Jakarta: Departemen Agama Ri.

Fachrul, Zikri Nurhadi, & Kurniawan, Achmad Wildan. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 3(1), 90-95.

Fitria, Rini, & Aditia, Rafinita. (2020). Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *DAWUH: Islamic Communication Journal*, *1*(1), 1–8.

Hayat, Naila Mafayiziya, & Abidin Riam, Zaenal. (2022). Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, *5*(02), 227–240. https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791

Ibrahim, D. (2019). *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqh)*. Palembang: Noerfikri.

Ilaihi, Wahyu. (2011). Dakwah melalui televisi. *Journal.Iainkudus.Ac.Id*, *3*(1), 1.

Ilaihi, Wahyu. (2013). *Komunikasi Dakwah.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Islami, D. I. (2017). Konsep Komunikasi Islam dalam Sudut Pandang Formula Komunikasi. *Efektif: Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(1), 40-66.

Ismail, Ilyas. (2011). *Filsafat Dakwah Islam.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kamaluddin. (2020). Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam. *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah*, *2*(2), 255–268.

Kusuma, Nabila Vardhani, & Tyas, Agnes Siwi Purwaning. (2018). Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Gama Societa*, 2(1), 9-16.

Mokodompit, Nurul Fajriani. (2022). Konsep Dakwah Islamiyah. *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *1*(2), 112–123.

Mufid, Muhamad. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Muttaqin, Imron. (2018). Komunikasi Dan Dakwah Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Hikmah*, *12*(2), 295–306. https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i2.1187

Patra, Lia Nurlaela, Boeriswati, Endry, & Tajuddin, Shafruddin. (2022). Gaya Bahasa Komunikasi Dakwah dalam Ceramah Syekh Sulaiman Bin Salimullah Ar Ruhaily. *Bahtera*, 21(1), 72-93.

Rifda, Saidati Ismaha. (2017). Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah. *Akar-Akar Dakwah Islamiyah: (Akidah, Ibadah, Dan Syariah)*, *8*, 1–85. Retrieved from https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41242

Romli, Asep Saepul. (2013). *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis.* Bandung: ASM Romli.

Safii, Imam. (2018). Modul komunikasi dakwah. *Https://Kpi.Ikhac.Ac.Id*, 1–23.

Saputra, Wahidin. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suheri. (2018). Peran Komunikasi Publik Dalam Menyampaikan Dakwah. *Jurnal Network Media*, *1*(2), 1–34.

Supriyanto. (2018). Konsep Dakwah Efektif. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9(2), 239-262.