

## DAKWAH DALAM PENDEKATAN FILSAFAT KOMUNIKASI

Saiful Islam<sup>1</sup>, Latifatur Oktavia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Zainul Hasan Genggong, Probolinggo

<sup>2</sup>Universitas Islam Zainul Hasan Genggong, Probolinggo

Email: [saiful.islamroberto18gmail.com](mailto:saiful.islamroberto18gmail.com)<sup>1</sup>

### Abstract

The definition of communication science is to discuss the terms of the science, while the object of study of da'wah communication science is to discuss the material object and its formal object, from the science. The purpose of discussing this paper is to know the meaning of da'wah communication and to know the limits (ontological) of da'wah communication science. The method used to examine the theme is to use literature study, where some relevant views of scientists will be elaborated to be able to answer existing questions. The conclusion of this paper is that da'wah communication is the delivery of messages containing ways and guidance, how to attract human attention to embrace, approve, carry out a certain ideology-opinion-work and more specifically the delivery of messages containing human invitations in a wise way to the right path in accordance with God's commands, for their benefit and happiness in this world and the hereafter. While the object of study of da'wah communication is about communication in conveying the teachings of Islam so that mad'u believe, follow and even practice the message it conveys, which includes discussion: orientation, content, methods, and others concerning the interests of da'wah.

**Keywords:** Da'wah, communication, philosophy

### Abstrak

Obyek yang dikaji dari tulisan ini adalah Dakwah dalam pendekatan filsafat komunikasi. Pengertian ilmu komunikasi adalah membahas segi istilah dari ilmu tersebut, sedangkan obyek kajian ilmu komunikasi dakwah adalah membahas segi obyek material dan obyek formalnya, dari ilmu tersebut. Tujuan membahas tulisan ini adalah untuk mengetahui pengertian dari komunikasi dakwah dan mengetahui batasan (ontologis) dari ilmu komunikasi komunikasi dakwah. Metode yang digunakan untuk mengkaji tema tersebut adalah menggunakan studi pustaka, dimana beberapa pandangan ilmuwan yang relevan akan dielaborasi untuk dapat menjawab pertanyaan yang ada. Kesimpulan dari makalah ini adalah komunikasi dakwah ialah penyampaian pesan berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi-pendapat-pekerjaan tertentu dan lebih khususnya penyampaian pesan yang berisi ajakan manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akherat. Sedangkan objek kajian komunikasi dakwah adalah menyangkut komunikasi dalam menyampaikan ajaran Islam agar mad'u mempercayai, mengikuti bahkan mengamaliahkan pesan yang disampaiannya, yang meliputi pembahasan: orientasi, isi, metode, dan lain-lainnya menyangkut kepentingan dakwah.

**Kata Kunci:** Dakwah, komunikasi, filsafat

## PENDAHULUAN

Ilmu komunikasi dipahami melalui objek materi dan objek formal. Secara ontologism, Ilmu komunikasi sebagai objek materi dipahami sebagai sesuatu yang monotheistik pada tingkat yang paling abstrak atau yang paling tinggi sebagai sebuah kesatuan dan kesamaan sebagai makhluk atau benda. Sementara objek formal melihat Ilmu Komunikasi sebagai suatu sudut pandang (point of view), yang selanjutnya menentukan ruang lingkup studi itu sendiri.

Hakikat pribadi ilmu Komunikasi yaitu berkaitan dengan pengetahuan mengenai pengetahuan ilmu Komunikasi sendiri atau Theory of Knowledge. Persoalan utama epistemologis Ilmu Komunikasi adalah mengenai persoalan apa yang dapat kita ketahui dan bagaimana cara mengetahuinya, "what can we know, and how do we know it?".

Secara sederhana sebetulnya perdebatan mengenai epistemology Ilmu Komunikasi sudah sejak kemunculan Komunikasi sebagai ilmu. Perdebatan apakah Ilmu Komunikasi adalah sebuah ilmu atau bukan sangat erat kaitannya dengan bagaimana proses penetapan suatu bidang menjadi sebuah ilmu. Dilihat sejarahnya, maka Ilmu Komunikasi dikatakan sebagai ilmu tidak terlepas dari ilmu-ilmu sosial yang terlebih dahulu ada. Pengaruh Sosiologi dan Psikologi sangat berkontribusi atas lahirnya ilmu ini. Bahkan nama-nama seperti Laswell, Schramm, Hovland, Freud, sangat besar pengaruhnya atas perkembangan keilmuan Komunikasi. Dan memang, Komunikasi ditelaah lebih jauh menjadi sebuah ilmu baru ada abad ke-19 di daratan Amerika yang sangat erat kaitannya dengan aspek aksiologis ilmu ini sendiri.

Hakikat individual ilmu pengetahuan yang bersifat etik terkait aspek kebermanfaatan ilmu itu sendiri. Seperti yang telah disinggung pada aspek epistemologis bahwa aspek aksiologis sangat terkait dengan tujuan pragmatic filosofis yaitu azas kebermanfaatan dengan tujuan kepentingan manusia itu sendiri. Perkembangan ilmu Komunikasi erat kaitannya dengan kebutuhan manusia akan komunikasi.

Kebutuhan mempengaruhi (persuasive), retorik (public speaking), spreading of information, propaganda, adalah sebagian kecil dari manfaat Ilmu Komunikasi. Secara pragmatis, aspek aksiologis dari Ilmu Komunikasi terjawab seiring perkembangan kebutuhan manusia.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber literatur tersebut dapat berupa buku, artikel jurnal, makalah konferensi, dan dokumen-dokumen historis lainnya. Peneliti dapat mengumpulkan informasi tentang dakwah dalam pendekatan filsafat komunikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Filsafat Komunikasi Dakwah

Secara eksplisit disebutkan dalam Al Qur'an oleh Allah SWT yang telah diberi hikmah, yaitu Luqman, dan nama Luqman menjadi salah satu surah dalam mushhaf al Quran, yaitu surat Luqman, surat ke 31. Luqmanul Hakim hidup se-zaman dengan Nabi Dawud AS, yang juga diberi hikmah oleh Allah SWT. Luqman adalah bapak filsafat sebagai filosof pertama Yunani, yaitu Empedockles yang berguru kepada Luqman kemudian menyusul Pythagoras murid Empedockles, setelah itu secara berturut-turut menyusul Socrates, Plato dan Aristoteles.

Kelima filosof tersebut hadir dalam rentangan kurun waktu antara zaman Nabi Dawud AS hingga Nabi Isa AS. Salah satu murid Aristoteles adalah Alexander (Iskandar Zulkarnaen), ia belajar hikmah kepada Arioteles selama 20 tahun. Dakwah dengan pendekatan filosofos yang dilaksanakan Luqman adalah sebuah contoh dakwah bil hikmah.

Dalam perkembangannya, Ilmu Komunikasi berangkat dari beberapa ilmu, yang diantaranya adalah Psikologi, Psikologi Sosial, Sosiologi, Antropologi, Matematika dan Fisika, serta Biologi. Teori tersebut berperan besar dalam melahirkan Ilmu Komunikasi, sehingga Ilmu Komunikasi menjadi konprehensif dalam bentuk sains. Adapun tokoh-tokoh sebagai perintis Ilmu Komunikasi seperti Harold Lasswell, Kurt Lewin, Paul Lazarsfeld, Carl Hovland, dan Wilbur Schramm. Sedangkan tokoh lainnya yang ikut berperan dalam Ilmu Komunikasi antara lain, Aristoteles, Shannon, Weaver, Sereno dan Mortensen dengan model-model Komunikasinya, Wilhelm Wundt dengan laboratorium Psikologi pertama di Leipzig pada tahun 1879, Werner J. Severin dan W. Tankeard Jr. dalam bukunya *Communication Theories: Origins Methods Uses*, Suzuki, Griffiths, dan Lewontin pada tahun 1981 dengan penemuan kode genetik yang menentukan ciri-ciri organisme yang mempengaruhi proses pembelajaran seseorang.

Aktualitas filsafat ilmu dalam perkembangan Ilmu Komunikasi tidak dapat dipisahkan, setidaknya kita dapat mengambil benang merah yang sedikit menjelaskan bahwa Ilmu Komunikasi bertitik tolak pada Filsafat yang mendasar. Karena segala sesuatu yang terdapat dalam kehidupan tak akan terlepas dari komunikasi, baik yang terjadi secara intra maupun antar subjek itu sendiri. Adapun yang berkembang saat ini adalah, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memasuki seluruh bidang kehidupan. Penemuan symbol-simbol sebagai bahasa komunikasi, penemuan mesin cetak, penemuan radio, televisi dan komputer dengan internet adalah suatu yang potensial yang bisa kita manfaatkan untuk berdakwah.

Memasuki era global seperti saat ini, pola dakwah bit at-Tadwin (dakwah melalui tulisan atau media) baik dengan menerbitkan kitab-kitab, buku, majalah, internet, koran, dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif. Keuntungan lain dari dakwah model ini tidak menjadi musnah meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat.

Menyangkut dakwah bit-Tadwim ini Rasulullah saw bersabda, "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada". Dakwah bil Hikmah, yakni menyampaikan dakwah dengan cara yang arif bijaksana, yaitu melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak obyek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas

kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupun konflik. Dengan kata lain dakwah bil-hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi dakwah yang dilakukan atas dasar persuasif.

Orientasi dakwah harus mengacu kepada pembuktian kemahabesaran Allah SWT dengan cara-cara yang bisa diterima akal sehat. Untuk mendukung hal tersebut kajian-kajian syariat perlu disejajarkan dengan kajian-kajian non syariat yang merujuk kepada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, karena perkembangan teknologi terutama perkembangan teknologi komunikasi tidak hanya mempengaruhi satu bidang kehidupan masyarakat melainkan hampir mempengaruhi seluruh bidang kehidupan.

Oleh sebab itu selain memanfaatkan perkembangan teknologi itu sendiri dakwah juga diharapkan sebagai penyeimbang terhadap akibat dari perkembangan teknologi itu sendiri. Keragaman hidup duniawi, serbuan berbagai nilai yang bersifat hedonism dan konsumerisme dakwah dapat memberikan arahan dan bimbingan agar umat tidak mengalami disorientasi dalam rumah peradaban dunia yang penuh dinamika.

Disengaja atau tidak arus informasi internasional yang dikuasai oleh kecanggihan teknologi komunikasi kini kelihatan didukung oleh konsep kebebasan informasi menurut pandangan barat (filsafat liberalism). Perkembangan teknologi komunikasi juga mengakibatkan perubahan institusi seperti perubahan lembaga-lembaga pendidikan, munculnya system pendidikan Jarak Jauh atau terbuka, e-learning, distance and open learning dll. Dalam bidang ekonomi dan perdagangan, dengan munculnya e-Banking, e-comers, e-money, dan resesvasi tiket pesawat dan hotel melalui internet. Dalam bidang dakwah sudah muncul cyber dakwah, dakwah on line, situs I Love Islam, dan life style. Konsekuensi dari semua itu media massa yang dulunya adalah lembaga sosial sekarang berkembang menjadi institusi industri yang yang umumnya berorientasi kepada profit.

### **Komunikasi Dakwah**

Komunikasi dakwah berasal dari kata komunikasi dan dakwah. Pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada pihak lain dengan efek untuk mengubah sikap atau perilaku. Adapun proses tersebut dilakukan oleh seorang komunikator sebagai penyampai pesan dan komunikan sebagai penerima pesan, melalui media tertentu.

Pada aktivitas komunikasi pesan, pesan yang terkandung didalamnya belum atau tidak sampai membatasi pada nilai tertentu. Menurut Prof. DR Hamidi, M.si ,ketika seorang komunikator menyampaikan pesan secara meyakinkan kepada komunikan yang sangat mampu (kaya): “Anda tidak perlu menyantuni para fakir miskin itu, karena mereka menjadi miskin, akibat kemalasan mereka, sedang kita yang berharta ini karena kita sudah bekerja keras membanting tulang “ Yang demikian adalah fenomena komunikasi, penyampaian pesan dari satu pihak yang lain untuk mempengaruhi, tetapi bukanlah aktivitas dakwah.

Manusia memiliki sifat-sifat yang baik dibawa sejak lahir biasa disebut kodrat, pembawaan atau bakat, maupun yang diperoleh, dipelajari atau diupayakan pengembangannya dari lingkungan alam dan sosial. Beragam sifat tersebut memiliki kadar tertentu yang relatif berbeda baik secara individu maupun antara manusia satu

dengan selainya. Beberapa sifat atau potensi yang melekat pada diri manusia yang memungkinkan terjadinya komunikasi dan dakwah adalah :

Manusia adalah homo socius, yakni manusia sebagai makhluk yang memiliki kecenderungan untuk senantiasa berinteraksi dengan sesamanya, bahkan dengan makhluk yang selainnya.

Manusia adalah homo mechanicus. Yang dimaksud dengan homo mechanicus adalah bahwa manusia, pemikirannya dan perilakunya dipengaruhi atau digerakkan oleh lingkungannya, sehingga budaya yang diciptakan sangat dipengaruhi atau sebagai cerminan keadaan alam dan sosialnya.

Manusia sebagai homo sapiens, manusia memiliki sifat untuk senantiasa mengembangkan pengetahuan, kepercayaan, harapan, sehingga memungkinkan lahirnya rasa ingin tahu dalam dirinya dan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, untuk lebih taat kepada tuhan.

Manusia sebagai homo ludens, adalah bahwa manusia merupakan makhluk yang mempunyai kecenderungan untuk berstrategi dalam berinteraksi. Manusia memiliki cara-cara yang dianggap dapat memenangkan dirinya dalam mencapai tujuan ketika harus berhubungan dengan orang lain.

Manusia adalah makhluk yang senantiasa bergerak atau beraktivitas, karena manusia sebagai homo volens, yakni manusia dalam hidup dan kehidupannya digerakkan oleh keinginan-keinginan yang terpendam dalam dirinya.

Manusia adalah makhluk yang dibekali tuhan kemampuan berbicara, sehingga manusia dipenuhi dengan simbol-simbol dalam kehidupan berkomunikasi. Berbicara melalui berbagai media termasuk dalam berdakwah mengajak kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran .

Sedangkan pengertian dakwah secara etimologis adalah berasal dari bahasa Arab yang berarti seruan-ajakan-panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah mubaligh yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan kepada pihak komunikan. Dengan demikian secara etimologis pengertian dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atas seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Secara terminologi kami sampaikan beberapa definisi tentang dakwah, terdiri dari dua arti yaitu: makna terbatasnya adalah menyampaikan Islam kepada manusia secara lisan, maupun tulisan, ataupun lukisan. (panggilan, seruan, ajakan kepada manusia pada Islam). Sedangkan arti dakwah dalam makna yang lebih luas adalah penjabaran, penterjemahan, dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan dan penghidupan manusia (termasuk didalamnya politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan dan sebagainya).

Prof. Thoha Yahya Omar, MA mendefinisikan ilmu dakwah secara umum dan Islam. Definisi secara umum ialah suatu ilmu pengetahuanyang berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui ,melaksanakan suatu ideologi-pendapat-pekerjaan tertentu. Sedangkan definisi dakwah menurut Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada

jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akherat.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya lapangan dakwah itu sangat luas sekali, meliputi perikehidupan dari manusia itu sendiri. Pada dasarnya dakwah termasuk dalam tindakan komunikasi, walau tidak setiap aktivitas komunikasi adalah dakwah. Dakwah adalah seruan atau ajakan berbuat kebajikan untuk menaatii perintah dan menjauhi larangan Allah swt dan Muhammad saw, sebagaimana termaktub di dalam Al Qur'an dan Al Hadits.

Dari pengertian komunikasi dan dakwah diatas dapat disimpulkan, bahwa komunikasi dakwah ialah penyampaian pesan berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi-pendapat-pekerjaan tertentu dan lebih khususnya penyampaian pesan yang berisi ajakan manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akherat.

### **Objek Komunikasi Dakwah**

Objek suatu ilmu adalah hal yang menjadi fokusnya pembahasannya. Dibedakannya suatu ilmu dari ilmu yang selainnya adalah dari obyek formalnya. Secara obyek materialnya ilmu dibagi menjadi ilmu alam, ilmu sosial, teknologi, dst. Namun identitas suatu ilmu ditentukan dari obyek formalnya. Misalnya pada sosiologi dan antropologi, secara obyek materialnya sama yaitu gejala sosial, namun dilihat dari obyek formalnya berbeda, sosiologi membahas segi inetraksi sosialnya sedangkan antropologi membahas segi gejala kebudayaanya.

Paradigma dalam ilmu komunikasi sebagaimana ilmu sosial selainnya menjadi penting mengingat sifat objek yang abstrak, tiga paradigma yang ada dalam memandang ilmu komunikasi bisa sama benarnya, tapi juga bisa sama salahnya. Namun betapapun spekulatifnya, sifat tegas tetap diperlukan.

Pada konteks ilmu komunikasi, terdapat tiga paradigma dasar yang menentukan perspektif atau cara pandang terhadap komunikasi dan ilmu komunikasi itu sendiri. Paradigma adalah cara pandang seseorang terhadap diri dan lingkungannya yang mempengaruhi dalam berfikir, bersikap dan bertingkah laku.

Sebagaimana ilmu sosial lainnya paradigma dalam ilmu komunikasi menjadi penting mengingat sifat objek yang abstrak. Tiga paradigma yang ada dalam memandang ilmu komunikasi bisa sama benarnya, tapi juga bisa sama salahnya. Namun bagaimanapun spekulatifnya sifat tegas tetap diperlukan.

Berpijak pada ke-3 (tiga) paradigma tersebut, komunikasi didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia. Artinya, objek (formal) dari ilmu komunikasi adalah tentang penyampaian pesan antar manusia yang disampaikan dengan usaha secara sengaja dilatari motif komunikasi dikupas terlebih dahulu tentang hakikat manusia terutama faktor rohani yang dimilikinya. Manusia tidak bisa tidak mesti berkomunikasi. Akan tetapi, tidak semua tindakan manusia adalah tindakan komunikasi. Maka dari itu tindakan komunikasi dalam penyampaian pesan ditandai dengan adanya motif komunikasi. Motif komunikasi sangat menentukan apakah

sesuatu layak disebut pesan atau tidak, apakah seseorang berlaku sebagai komunikator medium atau komunikan yang bergeser menjad komunikator.

Berpijak definisi yang dikemukakan oleh Carl I Hovlan ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat atas sikap. Definisi Carl I Hovlan , menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum [public opinion] dan sikap publik [public attitude] yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik akan membawa peranan penting.

Sedangkan Berger dan Chaffee dalam buku Handbook of Communicatio Science tahun 1987 mendefinisikan ilmu komunikasi adalah suatu pengamatan terhadap produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh, serta sistem tanda dan lamban. Maka dari pengertian ini, objek pengamatan yang jadi fokus perhatian dalai ilmu komunikasi adalah produksi, proses, dan pengamatan sistem-sistem dan lambang dalam konteks kehidupan manusia.

Pada objek kajian dakwah ialah hubungan interaksional antara subjek dakwah dan subjek sasaran dakwah dengan menggunakan metode, media, dan materi dakwah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, secara proporsional dapat dinyatakan dalam ilmu proposisi yaitu:

- a. Subjek dakwah (mad'u) tertentu berhubungan dengan religionitas subjek sasaran dakwah.
- b. Media dakwah (wasilah) tertentu berkorelasi dengan religionitas subjek sasaran dakwah
- c. Metode dakwah (Thariqah) tertentu berhubungan dengan subjek religionitas subjek sasaran dakwah
- d. Materi dakwah (maddah) tertentu berhubungan dengan religionitas subjek sasaran dakwah
- e. Situasi objektif subjek sasaran dakwah berhubungan dengan religionitas sendiri.

Adapun pendapat yang mirip di atas, objek kajian ilmu dakwah menurut penjelasan Cik Hasan Bisri adalah unsur substansial ilmu dakwah yang terdiri dari enam komponen yaitu: dai, mad'u, metode, materi, media, dan tujuan dakwah. Sedangkan objek formal ilmu dakwah adalah sudut pandang tertentu yang dikaji dalam disiplin utama ilmu dakwah yaitu disiplin Tabligh, Pengembangan Masyarakat Islam, dan Manajemen Dakwah.

Sedangkan objek materi ilmu dakwah adalah proses penyampaian ajaran umat manusia. Sementara itu, Amrullah Ahmad memberikan pengertian yang kontras dengan pernyataan di atas. Dalam hal ini, Amrullah membaginya atas lima komponen dasar yaitu:

- a. Input [masukan], yang terdiri dari raw input, instrumental input, berfungsi memberikan informasi energi, materi, yang menentukan eksistensi sistem.

- b. Konversi [proses pengubahan], yang berfungsi mengubah input menjadi output, merealisasi ajaran Islam menjadi realitas sosial kultural yang diproses dalam kegiatan administrasi dakwah [organisasi, manajemen, kepemimpinan, komunikasi dakwah, dan sebagainya].
- c. Output [keluaran], merupakan hasil dakwah yaitu terciptanya realitas baru menurut ukuran tujuan ideal dan tujuan antara dari
- d. Feedback [umpan balik], berfungsi memberikan pengaruh baik yang positif maupun yang negatif terhadap sistem dakwah khususnya dan realitas sosial kultural pada umumnya.
- e. Environment [lingkungan], berfungsi sebagai kenyataan yang hendak diubah sasaran atau memberikan pengaruh terhadap sistem dakwah terutama memberikan masukan permasalahan yang perlu dipecahkan yang menyangkut ideologi, politik, pendidikan, ekonomi, teknologi, ilmu, seni, dan sebagainya.

Berdasarkan tinjauan objek formalnya, dakwah adalah "Bagaimana memanggil manusia untuk taat menjalankan ajaran Islam" yang terdiri dari :

- a. Proses penyampaian agama Islam
- b. Hubungan antara unsur-unsur dakwah
- c. Proses keagamaan pada diri manusia.

Dari objek material ilmu dakwah tersebutlah, yang menunjukkan bahwa ilmu dakwah adalah satu rumpun dengan ilmu-ilmu keislaman lainnya, karena objek yang sama juga dikaji oleh ilmu-ilmu keislaman lainnya, seperti fiqh ilmu kalam dan lain sebagainya. Ilmu Dakwah ini menemukan sudut pandang yang berbeda dengan ilmu-ilmu keislaman itu pada objek formanya yaitu kegiatan mengajak pada umat manusia supaya kembali pada fitrahnya sebagai Muslim dalam seluruh aspek kehidupannya.

Dalam buku Filsafat Dakwah, Prof. Nursyam menyebutkan bahwa objek kajian dakwah ialah setiap bentuk dari proses merealisasikan ajaran Islam pada dataran kehidupan manusia melalui strategi, metodologi, dan sistem yang relevan dengan mempertimbangkan aspek religio-politik-kultural sosio-psikologis umat.

Untuk mengetahui pengertian tentang objek komunikasi dakwah akan diletakkan dulu dasar pertemuan dua disiplin ilmu ini, yaitu komunikasi dan dakwah. Caranya, dengan jalan meminjam data dari kedua lapangan ilmu tersebut, kemudian atas data tersebut dapat ditemukan objek pembahasan tersendiri. Kalau pembahasan komunikasi dakwah lebih berat tekanannya pada aspek komunikasi, maka komunikasi dakwah memiliki objek yang sama dengan komunikasi pada umumnya. Akan tetapi, jika pembahasannya dititikberatkan pada aspek dakwah, objek komunikasi dakwah sama dengan objek yang menjadi pokok pembicaraan dalam ilmu dakwah.

Secara sederhana Wahyu Ilahiati (2010) berpendapat, dapat ditegaskan bahwa objek kajian komunikasi dakwah adalah peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Hal ini, dapat dijelaskan berangkat dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran dakwah. Sedangkan objek formanya adalah segala proses komunikasi dapat ber-peran maksimal dalam pelaksanaan dakwah. Objek forma ini dapat ditelusuri dari pengertian komunikasi dakwah itu sendiri, yaitu peran dan fungsi komunikasi [sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal

balik] di antara semua pihak yang terlibat dalam dakwah, terutama antara komunikator [dai] dan mad'u, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap dakwah.

Dan bagaimana dengan komunikasi dakwah? Komunikasi dakwah sebagai bagian dari ilmu sosial yaitu ilmu dakwah dan ilmu komunikasi. Untuk itu, jika telusuri dan kaji lebih jauh telah memenuhi persyaratan keilmuan tersebut. Yaitu dengan menelusuri syarat-syarat tersebut.

Adapun sifat umum dari komunikasi dakwah dapat ditampilkan lewat definisi-definisi yang telah dikemukakan. Selain itu, komunikasi dakwah diajarkan secara terbuka di Perguruan Tinggi dan lembaga-lembaga lainnya. Kebenaran yang dihasilkan tidak rahasia dan dirahasiakan, tetap memiliki nilai sosial. Demi hasil ilmiah, penelitian komunikasi dakwah dipublikasikan untuk diketahui oleh orang yang menaruh minat pada kegiatan komunikasi dakwah.

Sedangkan komunikasi dakwah bersifat akumulatif, dapat ditelusuri bahwa komunikasi dakwah merupakan perkembangan bagian dari ilmu komunikasi dan dakwah.

**Tabel 1. Komponen Dakwah**

No	Komponen Dakwah	Objek Kajian Dakwah	Ilmu yang Berkaitan
1.	Pelaku [Dai]	Perilaku sosial, latar belakang, sosiokultural, religiusitas, posisi hukum.	Psikologi sosial, Antropologi, Sosiologi, Etnografi, Sosio Agama, Psikologi Agama, dan Ilmu Hukum
2	Pesan Dakwah	Struktur, isi, Appeals	Agama, Sosiolinguistik, Psikolinguistik, Psikologi, Retorika, [logika dan argumentasi]
3	Sasaran Dakwah	Pelaku sosial, latar belakang Sociocultural religiosity, dan proses/sosialisasi nilai masalah Sosial	Psikologi sosial, Sosiologi, Sosial Planning, Sosial Change, Communication, Etnografi, Psikologi [sosiologi] agama, dan ilmu politik.
4	Media Dakwah	Acesability, Effectiveness, Ownership, dan Economy	Ilmu komunikasi [media analisis] dan ilmu Ekonomi
5	Efek Dakwah	Perilaku Individual	Psikologi, sosiologi, antropologi, dan ilmu politik.
6	Metode Dakwah	Hikmah, Mujadalah, Maudha Hasanah, Persuasi, Edukasi, dan Koreksi	Komunikasi, ilmu pendidikan, social planning.

Pengertian objek komunikasi dakwah adalah ruang lingkup pembahasan yang masuk dalam kajian dari ilmu komunikasi dakwah. Maka didalamnya terdapat berbagai tema-tema komunikasi dakwah, mulai dari paradigma komunikasi dakwah, komponen komunikasi dakwah, sejarah komunikasi dakwah, media massa dan dakwah, dakwah dan publik relation, dan lain-lain.

Identitas kajian komunikasi dakwah dapat dibedakan dari kajian komunikasi lainnya, misalnya komunikasi pendidikan, politik, budaya, bisnis dan seterusnya. Kajian komunikasi dakwah membahas tentang berbagai hal yang menyangkut komunikasi dalam menyampaikan ajaran Islam agar mad'u mempercayai, mengikuti bahkan mengamaliahkan pesan yang disampaikan, sehingga orientasi, isi, metode, dan lain-lainnya menyangkutn kepentingan dakwah. Sedang komunikasi politik membahas berbagai komponen dan proses penyampaian pesan yang diorientasikan tercapainya kepentingan-kepentingan politik terhadap sasaran komunikasinya. Dibedakannya objek kajian komunikasi dakwah dari komunikasi pendidikan, adalah dari komponen, isi dan proses komunikasi pendidikan senantiasa terarah pada penyampaian pesan yang dapat membentuk skill atau kemampuan dari murid yang dijadikan sasaran komunikasinya. Demikian juga objek yang menjadi kajian komunikasi dakwah dibedakan dari objek kajian komunikasi budaya dan bisnis pun karena perbedaan komponen, isi, proses dan kepentingannya.

Dari urian diatas dapat disimpulkan objek kajian komunikasi dakwah adalah menyangkut komunikasi dalam menyampaikan ajaran Islam agar mad'u mempercayai, mengikuti bahkan mengamaliahkan pesan yang disampaikan, yang meliputi pembahasan: orientasi , isi, metode, dan lain-lainnya menyangkut kepentingan dakwah.

## **KESIMPULAN**

Dari urian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah ialah penyampaian pesan berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi-pendapat-pekerjaan tertentu dan lebih khususnya penyampaian pesan yang berisi ajakan manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akherat. Sedangkan objek kajian komunikasi dakwah adalah menyangkut komunikasi dalam menyampaikan ajaran Islam agar mad'u mempercayai, mengikuti bahkan mengamaliahkan pesan yang disampaikan, yang meliputi pembahasan: orientasi , isi, metode, dan lain-lainnya menyangkut kepentingan dakwah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aep Kusnawan, M.Ag, dkk, Dimensi Ilmu Dakwah, Widya Padjadjaran, Bandung 2009
- Al Warisyi, Iskandar. Dakwah Ilahia. Surabaya: Al Kahfi ,2003.
- Ali Azis, Moh. Ilmu Dakwah. Jakarta : Prenada Media, 2004.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2003.
- Fathul Wahid, e-Dakwah : Dakwah Melalui Internet, Gava Media, Yogyakarta, 2004

Faizah. Psikologi Dakwah. Jakarta: Rahmat Semesta, 2006.

Hamidi. Toeri komunikasi dan strategi dakwah. Malang : UMM PRESS, 2010.

Ilaihi, Wahyu. Komunikasi Dakwah. Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2010.

Muis, A. Komunikasi Islami, PT Remaja Karya, Bandung, 2001

Rakhmat, Jalaluddin. Psikologi Komunikasi. Bandung : : PT Remaja Rosda Karya, 2001.

Tasmara ,Toto. Komunikasi dakwah. Jakarta: gaya media pratama,1997