

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kompetensi

##### 1. Pengertian Kompetensi

Menurut *Webstre's* kata *competence* merupakan *state of being capable*, yang diartikan sebagai suatu keadaan yang menunjukkan kapabilitas atau kemampuan seseorang<sup>8</sup>. Kompetensi adalah perpaduan antara keterampilan (*skill*), perilaku atau sikap (*attitude*) dan pengetahuan (*knowledge*) yang dapat didemonstrasikan oleh setiap siswa melalui sikap, keterampilan dan pengetahuan. Kompetensi ini dapat diperoleh melalui konseptualisasi materi yang telah dipelajari dalam kehidupan.<sup>9</sup> Untuk mencapai kompetensi tertentu sebagai indikator penguasaan keahlian maka sangat dibutuhkan standar kompetensi sebagai rujukan untuk meningkatkan kompetensi seseorang, beberapa faktor yang dapat meningkatkan kompetensi seseorang:

- a. Faktor kelompok
- b. Faktor lembaga
- c. Faktor lingkungan yang berkaitan pada kehidupan sehari-hari.

---

<sup>8</sup> Dr. Alo Liliweri, M.S., “*Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*”, (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, oktober 2009) hal, 259.

<sup>9</sup> Prof. Dr. Abdurrahman, M.pd., Andri Setiyawan, S.S.,M.pd., Dr. Lelu Apristia, S.S., M.Hum., M. Hilman Gumelar Syafei S.T.,M.T., “*Kompetensi keahlian untuk menjadi lulusan SMK yang kompeten*”, (Sukabumi: CV Jejak, Anggota IKAPI, November 2023), hal. 5-7.

## 2. Unsur-Unsur Kompetensi

Menurut *Spitzberg* Dan *William Cupach* menyatakan bahwa komponen dalam kompetensi komunikasi terbagi menjadi tiga yaitu (1) motivasi, (2) pengetahuan, (3) keterampilan<sup>10</sup>.

### a. Motivasi

*Jonathan H. Turner* menegaskan bahwa *basic needs* tertentu dapat mendorong motivasi seseorang untuk saling berinteraksi dengan orang lain<sup>11</sup>. Motivasi dan komunikasi merupakan sesuatu yang saling memiliki keterkaitan erat, yang mana motivasi adalah daya tarik komunikator yang dapat mendorong seseorang untuk berinteraksi maupun berkomunikasi dengan orang lain.

*Turner* juga menyatakan bahwa terdapat tujuh kebutuhan dasar yang dapat mendorong motivasi, antara lain:

- 1) Kebutuhan manusia akan suatu perasaan aman.
- 2) Kebutuhan yang muncul akan rasa percaya terhadap orang lain.
- 3) Kebutuhan akan keterlibatan seseorang dalam suatu kelompok.
- 4) Kebutuhan seseorang untuk menjauhi kecemasan.
- 5) Kebutuhan seseorang untuk saling berbagi pengalaman hidup.
- 6) Kebutuhan seseorang terhadap faktor kebutuhan atau pemuas secara material dan simbolis.

---

<sup>10</sup> Ibid, hal. 263.

<sup>11</sup> Ibid, hal. 263.

7) Kebutuhan seseorang terhadap faktor pemuas secara material dan simbolis.

Dari sini dapat dipahami bahwa umumnya tingkat kebutuhan manusia itu bervariasi yang mana setiap orang memiliki kombinasi kebutuhan yang berbeda hal itu menentukan kekuatan motivasi seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain.<sup>12</sup>

b. Pengetahuan

Komponen pengetahuan merupakan komponen yang menentukan kompetensi komunikasi karena kompetensi ini berkaitan erat dengan tingkat kesadaran terhadap apa yang dibutuhkan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain, *Charles Berger* merupakan seorang ahli komunikasi yang menyatakan terdapat tiga-tipe strategi yang dapat digunakan dalam mengumpulkan informasi untuk mengurangi tingkat ketidak pastian, yakni:

1) Strategi Pasif

Strategi pasif merupakan strategi untuk mengetahui orang lain dengan menjadikan diri anda sendiri yang berperan sebagai seorang pengamat, seperti Anda ingin berkenalan dengan seorang pria jerman yang bernama justin, maka Anda perlu mengamati bagaimana cara justin berkomunikasi dengan orang lain. Apakah cara justin akan sama jika dia berkomunikasi dengan Anda.

---

<sup>12</sup> Ibid, hal. 263.

Bagaimana cara Justin berbicara seandainya dia bertemu dengan seseorang yang satu negara dengan Anda.

2) Strategi aktif

Strategi aktif merupakan strategi dalam mencari tahu kepribadian Justin melalui orang yang mengenal dekat Justin, jika Anda bertanya terkait Justin maka informasinya dapat diperoleh melalui teman kecil Justin, teman kuliah dan teman bisnis. Strategi ini bisa digunakan, namun Anda perlu berhati-hati karena orang yang berteman baik dengan Justin pasti akan bercerita hal-hal baik Justin saja, begitupun sebaliknya. Tahap untuk mereduksinya adalah membaca informasi tentang bagaimana orang Jerman bergaul dengan sesama.

3) Strategi interaktif

Strategi interaktif adalah strategi yang berhubungan langsung dengan orang yang Anda ingin kenal. Strategi ini sangat menguntungkan karena Anda dapat mengetahui informasi yang benar mengenai kepribadian Justin, Anda perlu menyiapkan beberapa pertanyaan tentang apa yang Anda ingin ketahui dari Justin.

c. Keterampilan

Menurut *Gudykunst* mengurangi atau mengendalikan suatu kecemasan dalam diri seseorang adalah suatu keterampilan yang dapat ditentukan oleh kesadaran dan bersikap toleran terhadap

keadaan yang ambigu<sup>13</sup>, komponen dalam keterampilan ini dapat membimbing seseorang untuk menghadirkan sebuah perilaku tertentu yang nantinya mampu untuk mendukung proses komunikasi secara tepat dan efektif, tujuan dari komponen keterampilan untuk mengurangi tingkat kecemasan dan ketidakpastian. seseorang harus memiliki tiga keterampilan untuk mengurangi ketidakpastian yang ada yaitu empati, seluwes mungkin dan mengurangi situasi ketidakpastian itu sendiri.<sup>14</sup>

## **B. Public speaking**

### **1. Pengertian *Public speaking***

*Public speaking* secara *etimologis* terdiri atas “publik” yang berarti kepada siapa kita akan berbicara sementara “*speaking*” yang berarti bagaimana cara menyampaikannya. Semua orang memang mampu berbicara namun hanya sebagian orang yang dapat mengemas ucapannya secara baik sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh semua orang.<sup>15</sup>

*Retorika* pada *public speaking* merupakan seni yang menggunakan bahasa untuk mempengaruhi, meyakinkan dan menyampaikan pesan yang efektif yang mana *public speaking* merupakan konteks *retorika* yang berfungsi sebagai alat pembicara dalam mencapai tujuan komunikatifnya dengan maksimal.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Ibid, hal. 266.

<sup>14</sup> Ibid, hal. 263-265.

<sup>15</sup> Lasmery RM Girsang, “*Public Speaking Sebagai Bagian Komunikasi Efektif (Kegiatan PKM di SMA Kristoforus 2, Jakarta Barat)*”, Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan, Vol. 2, No. 2, 2018, Hal 82.

<sup>16</sup> Dr. Desy misnawati, M.I.Kom, “*Retorika Dalam Public Speaking*” (padang: CV Gita Lentera, Januari 2024) Hal. 50.

*Aristoteles* salah satu filsuf Yunani kuno mengemukakan bahwa pentingnya *ethos, phatos dan logos* dalam *retorika public speaking*:

a. Ethos

*Ethos* merupakan komponen pada argumen yang mempraktikkan keyakinan pendengar terhadap pembicara. Pada prinsipnya, persuasi bisa dimasukkan pada prinsip otoritas serta selera, sama halnya dengan etika serta kepribadian seseorang yang menyampaikan argumen wajib meyakinkan apa yang dibicarakan nya.

b. Logos

*Logos* merupakan konten yang sangat menarik pada sisi logika pemikiran manusia. Informasi yang disajikan harus akurat serta tidak membingungkan, data yang disampaikan merupakan data mendalam namun gampang dimengerti, struktur bahasa yang rasional serta baik akan mudah ditangkap dengan jelas oleh para pendengar.

c. Phatos

*Phatos* merupakan sisi pembeda yang mendasar menyertai isi pendapat dalam perihal keahlian logos, serta kompetensi komunikasi dalam perihal ethos, penyampaian argumentasi dengan phatos inilah yang menguatkan unsur persuasinya.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Abdullah Mitrin, S.I.Kom, M.I.Kom, “*Buku Ajar Ilmu Komunikasi*”, (Bandung: CV Feniks Muda Sejahtera, Maret 2022) Hal. 31.

Retorika dalam *public speaking* ini juga berkaitan dengan do'a Nabi Musa yang mengandung kemudahan dalam berbicara dan pendengar memahami apa yang dibicarakan yang berbunyi :

رب اشرح لي صدر, ويسر لي امري واحلل عقدة من لساني يفقهو قولي

Artinya: “ya Tuhan, lapangkanlah dadaku, mudahkanlah segala urusanku, dan lepaskanlah kekuatan lidahku, agar mereka mengerti perkataanku.” (QS. Thaha:20) 25-28.

*Public speaking* merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap pendidik untuk meningkatkan kualitas dalam hal penyampaian informasi karena kemampuan *public speaking* sangat dibutuhkan pada era global saat ini, kita lihat pada era perkembangan saat ini banyak orang yang berhasil menduduki posisi tinggi di sebuah instansi dan perusahaan dengan memiliki kemampuan *public speaking* maka dari itu, kemampuan *public speaking* ini harus dilatih sejak dini mungkin agar nanti para santri dapat menyampaikan pesan secara baik dan mudah dimengerti oleh masyarakat.<sup>18</sup>

*Public speaking* tidak hanya fokus pada kata kata yang disampaikan tetapi juga bahasa tubuh atau bahasa non verbal. Karena tidak semua hal bisa disampaikan dengan kata-kata ada beberapa hal yang hanya bisa disampaikan dengan bahasa tubuh. Maka dari itu dalam *public speaking* tidak hanya mempelajari cara penyampaian kata atau pesan yang mudah dimengerti tetapi juga penggunaan bahasa tubuh dalam *public speaking* sangat diperlukan.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Miman Nurdiawan, Rostiena Pasciana, Imas Astri Mustakiah, *Pelatihan Public Speaking*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.1, No. 2, Mei 2020, hal 40.

<sup>19</sup> Roswita Oktavianti dan Farid Rusdi, “*Belajar Public Speaking Sebagai Komunikasi yang Efektif*”, Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, Vol. 2, No. 1, Mei 2019, hal. 118.

## 2. Elemen- Elemen dalam *Public speaking*

Menurut *Gregory* terdapat beberapa elemen dalam *speech communication*<sup>20</sup>. Elemen-elemen dalam *public speaking* merupakan hal yang penting yang harus dipahami dan diketahui, dengan memahami tiap elemen maka seorang pembicara akan dapat mengendalikan aktifitas di atas podium serta memperhatikan lingkungan sekitar pendengar. Adapun elemen dalam *Public Speaking* sebagai berikut:

### a. *Public speaker* (pembicara)

*Public speaker* merupakan orang yang menyampaikan pesan melalui dari penyampaian pesan terkait semua informasi maupun topik yang disampaikan. Seorang *public speaker* yang menguasai topik dan bahasa tubuh nantinya akan memberikan dampak secara optimal kepada *audiens* terkait makna-makna dari pembicaraan yang telah disampaikan.<sup>21</sup>

### b. *Message* (pesan yang disampaikan)

*Messeage* merupakan pesan terkait topik, ide, konsep ataupun pandangan tertentu. Pesan yang disampaikan disusun secara sistematis dengan bahan-bahan pendukung seperti hasil survei dan pengamatan. Dalam menyusun suatu pesan yang akan disampaikan kepada *audiens* pembicara perlu memperhatikan hal penting lainnya. Seperti

---

<sup>20</sup> Dr. Dra. Nina Siti Salmaniah Siregar, Msi., Ilma Saakinah Tamsil M.Comm., "*Buku Ajar Public Speaking*", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, Maret 2022), hal. 15.

<sup>21</sup> *Ibid*, hal. 15.

karakteristik, etika lingkungan sekitar serta gaya dan bahasa yang tepat untuk digunakan.<sup>22</sup>

c. *Audience* (orang-orang yang mendengarkan)

*Audience* adalah sekelompok besar orang yang mendengarkan *public speaker* berbicara, terdapat dua tipe *audiens* dalam *public speaking*, tipe pertama *immediate audience* yakni orang-orang yang secara langsung mendengarkan *public speaker* berbicara, dan menangkap pesan-pesan yang disampaikan dengan indra penglihatan dan pendengaran mereka. Tipe yang kedua adalah *remote audience* merupakan orang-orang yang tidak mendengarkan *public speaker* secara langsung, mereka mendengarkan pesan yang disampaikan oleh *public speaker* melalui media. Kedua tipe *audience* ini sama-sama memberikan dampak pada pesan yang disampaikan pembicara, namun pesan yang tersampaikan dapat berbeda baik dari segi kuantitas dan kualitasnya. Maka dari itu sangat penting bagi seorang pembicara untuk menyampaikan pesan dengan bahasa-bahasa yang mudah dipahami oleh para *audiens*.<sup>23</sup>

d. *Interference* (gangguan saat berbicara di depan publik) dan *Signal* (medium pengantar pesan)

*Signal* (medium pengantar pesan) merupakan bentuk-bentuk yang harus diperhatikan seperti penggunaan bahasa dan intonasi suara, penampilan yang menarik, penguasaan bahasa tubuh serta pemakaian

---

<sup>22</sup> Ricky Arnold Nggili, *public speaking for transformational leadership*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer), 2019, hal 46.

<sup>23</sup> Ibid, hal. 46.

waktu yang efektif . jika *signal* (medium pengantar pesan) dilakukan dengan baik maka para pendengar dapat dengan mudah menangkap pesan yang disampaikan. Sedangkan *Interference* merupakan suatu hal yang dapat membuat pendengar gagal memahami pesan yang disampaikan, adapun bentuk bentuk *Interference* yang sering terjadi saat melakukan *public speaking* yakni, penguasaan suara yang terlalu keras ataupun terlalu pelan dan penggunaan bahasa yang sulit dipahami.<sup>24</sup>

e. *Medium* (tempat anda berbicara) dan Situasi

*Medium* terbagi dalam empat bagian yakni konteks fisik, psiko-sosial, temporal dan kultural. Seorang *public speaker* harus sangat memperhatikan empat konteks ini. Konteks fisik merupakan tempat dimana seorang pembicara akan berbicara apakah berada di atas panggung, podium, dalam ruangan ataukah diluar ruangan. Dengan memahami tempatnya berbicara seorang pembicara akan mempersiapkan pesan dan penggunaan bahasa non verbal yang sesuai, selain tempat konteks selanjutnya yang harus diperhatikan adalah psiko-sosial, seorang *public speaker* harus mengenal latar belakang secara umum, lingkup sosial para pendengarnya agar terciptanya sebuah interaksi dengan para *audiens*. Konteks temporal seorang *public speaker* harus memperhatikan waktu yang telah disediakan agar pesan yang akan disampaikan dapat dikemas dengan lebih efisien dan efektif. Konteks terakhir yang perlu diperhatikan adalah konteks kultural, konteks ini

---

<sup>24</sup> Ibid, hal. 47.

berkaitan dengan kepercayaan atau nilai-nilai yang berkembang dalam lingkup tersebut agar pesan yang disampaikan dapat berpengaruh bagi para *audiens* nantinya<sup>25</sup>.

f. Umpan balik (*feedback*)

*Feedback* adalah respon dari audiens dalam bentuk verbal dan non verbal, *feedback* dalam bentuk verbal biasanya disampaikan *audiens* melalui pertanyaan maupun komentar sedangkan *feedback* dalam bentuk non verbal dapat dilihat melalui sikap *audiens* seperti menganguk, tersenyum, cemberut, ataupun menunjukkan sikap tidak setuju dengan apa yang disampaikan pembicara.<sup>26</sup>

### 3. Teknik *Public speaking*

Menurut Dr. Supriyani dan Ayu Nurul Amalia dalam buku Teknik Berbicara di Depan Umum (*Public Speaking*) dan Negosiasi menjelaskan bahwa terdapat Beberapa teknik dasar yang harus diperhatikan dalam *public speaking*<sup>27</sup>, adapun teknik-teknik tersebut antara lain:

a. *Start Of Fire*

Bagian ini merupakan kemampuan untuk membuka memecah suasana pribadi ataupun audiens serta menarik perhatian untuk memulai berbicara, ini merupakan bagian terpenting agar menarik perhatian para pendengar sehingga para audiens memfokuskan perhatiannya pada

---

<sup>25</sup> Ibid, hal. 48-49..

<sup>26</sup> Ibid, hal. 49.

<sup>27</sup> Dr. Supriyani, S.T.P., M.Pd., Ayu Nurul Amalia, S.Kom, M.Pd., M.I.Kom., *Teknik Berbicara Di Depan Umum (Public Speaking) dan Negosiasi*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, Maret 2022). hal. 13-14.

pembicaraan kita, agar pembicaraan yang kita bahas nantinya dapat masuk, melekat dan dipahami. Bagian ini bisa dimulai dengan cerita inspirasi ataupun cerita humoris.

*b. Build A Bridge*

Bagian ini merupakan jembatan sebelum masuk pada materi pokok, kita sangat perlu mengantarkan audiens pada perumpamaan-perumpamaan yang sedang hangat di masyarakat, agar mampu menarik perhatian lebih jauh.

*c. For Instance*

Teknik pokok sebagai seorang pembicara kita harus menguraikan dan memaparkan materi pokok secara baik. Pada tahapan ini penyampaian suatu materi akan lebih efektif jika disampaikan dengan contoh-contoh nyata, karna bagian ini disebut dengan *For Instance* yang berarti contoh-contoh yang konkret. Kemampuan dalam menguasai materi, pengemasan kata, luasnya ilmu pengetahuan, dan kemampuan berempati akan sangat mendukung pada bagian ini.

*d. So What*

Bagian akhir atau penutup untuk mengakhiri pembicaraan seorang pembicara akan menutup pembicaraan dengan beberapa pilihan: bisa melalui sebuah pesan, sebuah harapan dan point-point penting ataupun kesimpulan, dengan teknik ini suatu pembicaraan akan berakhir dengan sempurna<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Ibid, hal. 13-14.

#### 4. Pola-Pola Komunikasi Dalam *Public speaking*

Menurut *Hafied Cangara* pola komunikasi diklasifikasikan menjadi empat bagian yang berbeda yaitu pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear dan pola komunikasi sirkular<sup>29</sup>.

##### a. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer merupakan pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan dengan penggunaan simbol atau lambang sebagai media, terdapat dua simbol dalam pola komunikasi primer, yaitu simbol verbal dan nonverbal.

##### b. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan alat komunikasi sebagai media pelengkap, setelah penggunaan simbol sebagai media pertama, seperti media massa (koran, televisi, radio dan sebagainya) ataupun nirmassa (surat, telepon dan lain-lain).

##### c. Pola Komunikasi Linier

Pola komunikasi linier merupakan penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan sebagai titik terminal, pola komunikasi linier biasa disebut pola komunikasi satu arah (*one-way communication*), Pola komunikasi ini dilakukan tanpa melibatkan umpan balik (*feedback*).

Komunikan hanya sebagai pendengar.

---

<sup>29</sup> Asep Dadang Abdullah, M.Ag., Silvia Riska Fabriar, M.SI., Farida Rahmawati, M.Sos., Mafrida Azida, S.Sos., “*Komunikasi Antar Budaya Keharmonisan Sosial Dalam Masyarakat Multikultur*”, (Pekalongan: Penerbit NEM, Mei 2023), hal 10-11.

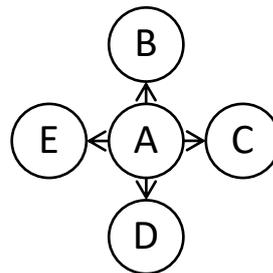
d. Pola Komunikasi Sirkular

Pola komunikasi sirkular merupakan pengiriman pesan yang terus menerus, pada pola ini terjadi umpan balik (*feedback*) dari komunikan kepada komunikator. Pola ini biasa disebut juga sebagai pola komunikasi timbal balik atau dua arah (*two-way communication*).

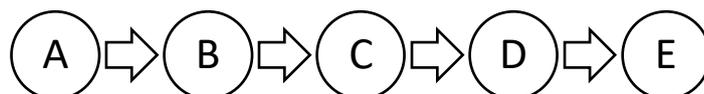
Pola komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan komunikasi kelompok untuk saling berinteraksi, bertukar informasi pikiran dan pengetahuan untuk menemukan hasil dari permasalahan yang tepat, menurut *Widjaja* terdapat empat pola komunikasi, yaitu komunikasi pola rantai, pola lingkaran, pola roda dan pola bintang. Keempat pola tersebut dipaparkan dalam gambar berikut:

**Pola Komunikasi**

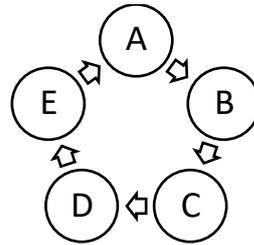
**a. Pola Roda**



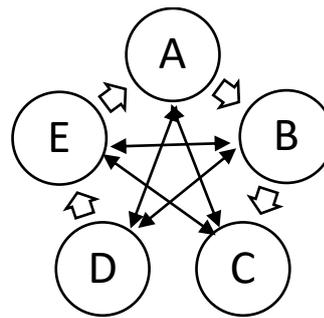
**b. Pola Rantai**



**c. Pola Lingkaran**



**d. Pola Bintang**



Gambar 2. 1 Pola Komunikasi

Keterangan:

- 1) Pola roda, kelompok (A) berkomunikasi pada banyak kelompok yaitu B,C,D,E.
- 2) Pola rantai, kelompok (A) berkomunikasi pada kelompok lain (B), dan seterusnya C, D dan E.
- 3) Pola lingkarang, pola ini hampir sama dengan pola rantai, perbedaannya kelompok terakhir (E) berkomunikasi juga dengan kelompok pertama (A).
- 4) Pola bintang, setiap perwakilan kelompok akan berkomunikasi dengan kelompok lain<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> Ety Nur Inah, Melia Trihapsari, *Pola Komunikasi Interpersonal Kepala Madrasah Tsanawiyah Tridana Mulya Kecamatan Landono Kabupaten Konewa Selatan*, (Kendari: Jurnal Al-Ta'dib), Vol. 9, No. 2, Juli-Desember 2016, Hal 160-162.

Pada penelitian ini pola komunikasi yang digunakan oleh Forum Bahtsul Masail merupakan pola bintang yang mana pada setiap kelompok akan saling berkomunikasi dengan kelompok lain untuk saling mengeluarkan argumen terkait permasalahan yang diberikan.

## 5. Kemampuan Public Speaking Untuk Dakwah Islamiyah

*Public speaking* pada kegiatan Bahtsul Masail masuk kedalam katagori dakwah *bi al-mujadalah*, dakwah *bi al-mujadalah* merupakan dakwah dengan cara melakukan perdebatan atau beradu argumen kepada suatu objek dakwah.

Dakwah *bi al-mujadalah* dapat dilakukan dengan sistem langsung ataupun secara tidak langsung, perdebatan secara langsung dapat dilakukan dengan beradu argumen, namun harus menyertakan bukti untuk meyakinkan dan mematahkan logika lawan. Dakwah *bi al-mujadalah* secara langsung sangat memerlukan kemampuan logika maupun retorik yang baik. Dakwah *bi al-mujadalah* dengan secara tidak langsung dilakukan dengan cara membangun paradigma berpikir melalui penyebaran berbagai gagasan secara perlahan, biasanya penyebaran gagasan ini dilakukan melalui media masa, seperti radio, internet ataupun televisi.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Dr. Ropingi El Ishaq, M.P.d., “*Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah Dari Teori Ke Praktik*” (Malang: Madani Kelompok Intrans Publishing, April 2016), Hal. 122.

Strategi dakwah dengan beradu argumen akan sangat mempengaruhi kemampuan *public speakingnya*, baik dalam segi pengolahan kata, pengembangan pola pikir dan peningkatan kepercayaan diri. Untuk itulah menjadi seorang da'i memahami pemahaman mendalam terkait materi dakwah islamiyah yang disampaikan nya.

a) Strategi dakwah islamiyah

Dalam menjalankan dakwah seorang da'i perlu mempertimbangkan beberapa faktor adapun faktor tersebut antara lain:

- 1) Tujuan dakwah, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek.
- 2) Obyek dakwah dengan segala kondisinya (sistem dan kebijakan, politik, struktur sosial, budaya, ekonomi dan lain sebagainya)
- 3) Media dan fasilitas (logistik) yang tersedia.
- 4) Kepribadian dan kemampuan da'i.

Selain beberapa faktor tersebut yang harus diperhatikan, menjadi seorang da'i juga harus memperhatikan efektifitas dan efisiensi.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Ibid, hal 126.

## C. Lajnah Bahtsul Masail (LBM)

### 1. Pengertian Lajnah Bahtsul Masail (LBM)

Lajnah Bahtsul Masail (LBM), mulai muncul pada Mukhtamar XXVIII di Jogjakarta pada tahun 1989 gagasan ini berawal dari komisi 1 Bahtsul Masail yang meminta kepada Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) untuk meminta sebuah forum yang fokus bergerak kepada pengkajian khusus dalam menangani permasalahan terkait agama “Lajnah Bahtsul Masail”. Dengan demikian Lajnah Bahtsul Masail Dinyah terbentuk pada tahun 1990 berdasarkan keputusan surat PBNU Nomor 30/A.I.05/5/1990<sup>33</sup>.

Lajnah Bahtsul Masail (LBM) secara harfiah merupakan forum diskusi keagamaan yang populer dikalangan Pondok Pesantren dan Nahdlatul Ulama (NU), yang mana forum ini membahas realitas yang berkembang secara masif di masyarakat dan sangat sering diadakan di beberapa pesantren salah satunya Pondok Pesantren salafiyah, Lajnah Bahtsul Masail ini merupakan forum khusus yang membahas terkait masalah-masalah fikih, sosial, ekonomi, politik dan budaya yang ada dalam kehidupan masyarakat kontemporer dan masa kini<sup>34</sup>.

Forum Bahtsul Masail ini merupakan program rutin di beberapa organisasi tertentu biasanya diadakan mingguan, bulanan, triulanan atau tahunan, dalam forum ini berbagai pemangku kepentingan atau biasa disebut musyawir yang bertugas menyikapi dan menawarkan solusi atas persoalan-persoalan yang

---

<sup>33</sup> Dede Kurniawan, Adine Alimah Maheswari, *Method Of Determination Of Law In Bahtsul Masail*, Jurnal Scientia Indonesia, Vol. 7 (1), April 2021, hal. 63-64.

<sup>34</sup> Sulfa Tri Lestari, *Nu, Lajnah Bahtsul Masa'il Dan Metode Istinbath Hukumnya*, Jurnal Al'-Adl, Vol. 15, No. 1, January 2022, hal. 4-5.

ada, serta para mushohih yang akan mengambil penyelesaian berdasarkan agama islam yang berbasis istinbat.

## 2. Metode-Metode Pembelajaran LBM

Ada beberapa metode istinbath hukum Bahtsul Masail dalam Musyawarah Nasional Alim Ulama tahun 1992 di Lampung. Terdapat tiga metode Istinbath Sah Bahtsul Masail yang berhasil dirumuskan dan disusun secara sistematis, ketiga metode tersebut yakni:

### 1) Metode *Qauli*

Metode *quali* merupakan metode penetapan hukum melalui kitab-kitab fiqih yang ditulis oleh para ulama, metode ini adalah metode yang paling umum dalam membantu memecahkan masalah dengan melihat apa yang ditulis para ulama dalam kitab, jika hanya ada satu pendapat mengenai suatu permasalahan kita dapat menggunakan pendapat tersebut, namun jika pendapatnya banyak maka akan dipilih yang paling terbaik karena Bahtsul Masail memiliki proses dalam memilih jawaban terbaik ketika ada banyak pilihan maka mereka akan memilih jawaban yang paling bermanfaat dan kuat<sup>35</sup>.

### 2) Metode *Ilhaqi*

Metode *ilhaqi* digunakan jika metode *quali* tidak dapat digunakan karna tidak adanya jawaban di dalam kitab, tata cara *ilhaqi* sangat memperhatikan aturan-aturan tertentu aturan tersebut adalah sesuatu yang

---

<sup>35</sup> Kudrat Abdillah, Maylissabet, M. Taufiq, “Kontribusi Bahtsul Masail Pesantren di Madura Dalam Menghadapi Perkembangan Hukum Islam Kontemporer”, Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu, Vol. 2, No. 1, (Januari- Juni 2019), Hal. 73.

belum memiliki aturan, sesuatu yang telah memiliki aturan dan melihat persamaan dikeduanya. Cara ini hampir sama dengan *metode qiyas*, *qiyas* adalah pengambilan keputusan berdasarkan *nash*, sedangkan *ilhaqi* pengambilan keputusan berdasarkan sesuatu yang sudah ada keputusannya. Para ulama Nahdlatul Ulama lebih memilih menggunakan metode ini dibandingkan dengan metode *qiyas*, karna untuk menggunakan metode *qiyas* harus memiliki pengetahuan dalam berbagai mata pelajaran<sup>36</sup>.

### 3) Metode *Manhaji*

Metode *manhaji* merupakan metode khusus yang digunakan ketika forum LBM memiliki masalah yang tidak dapat diselesaikan dengan satu atau lain cara. Metode ini membantu menyelesaikan permasalahan dengan mengikuti kaidah dan cara berpikir yang telah ditulis oleh para imam agama, seperti menggunakan pedoman khusus untuk menemukan solusi terbaik, forum Lajnah Bahtsul Masail digunakan untuk mencari tahu terkait undang-undang yang dapat memecahkan masalah dan juga untuk menemukan masalah baru yang tidak ada jawabannya dalam buku lama. Metode *manhaji* didasarkan pada ajaran Al-Quran dan Hadist untuk menjaga agama agar tetap murni dan benar<sup>37</sup>.

Namun dalam pertemuan selanjutnya masyarakat membicarakan suatu masalah yang disebut metode *istinbath al-ahkam*. Permasalahn ini

---

<sup>36</sup> Ibid, hal. 73-74.

<sup>37</sup> Ibid, hal. 75.

kemudian dibahas dalam pertemuan kongkres ke 33 tahun 2015 di jombang. Kelompok Nahdlatul Ulama meyakini akan muncul situasi-situasi baru sehingga mereka menciptakan sebuah proses yang disebut *ilhaqul-masail bi nadha'iriha*. Cara ini memiliki tiga metode sederhana yakni:

1) Metode *Bayani*

*Metode bayani* adalah cara menerapkan hukum- hukum Al-Quran dan Hadist, metode ini digunakan dalam menentukan hukum, terdapat lima langkah dalam metode ini yakni, mengkaji sebab nuzul, mengkaji teks ayat dan hadist, mengkaji nash yang berkaitan dengan nash lain, mengkaji nash yang berkaitan dengan maqasid syariah, dan mengkaji *ta'wil nash*.

2) Metode *Qiyasi*

Metode *qiyasi* adalah pengambilan keputusan berdasarkan kasus serupa atau dalam artian membandingkan suatu kasus yang tidak jelas aturannya dengan kasus yang sudah jelas aturan nya, asalkan sebab-sebab nya sama. Misalnya, jika minuman-minuman yang beralkohol dilarang karna membuat Anda mabuk, maka minuman-minuman lain yang membuat Anda mabuk juga dilarang.

3) Metode *Istishlahi*

Metode *istishlahi* mengambil keputusan dalam hukum islam berdasarkan tujuan umum hukum syariah, karan tujuan hukum syariah

tidak dapat dipisahkan dari aturan aturan yang perlu dipahami dalam konteks tujuan tersebut<sup>38</sup>.

### 3. Komponen- Komponen Dalam Pembelajaran LBM

Komponen-komponen dalam Bahtsul Masail yakni:

- a. Moderator
- b. *Mushahih* (seseorang yang memutuskan hasil diskusi)
- c. *Muharir* (seseorang yang merumuskan permasalahan yang dibahas)
- d. *Mubahitsin* (para peserta dalam Forum Bahtsul Masail)
- e. *Notulen* (seseorang yang mencatat hasil dalam diskusi masalah tersebut)

Komponen yang ada dalam Bahtsul Masail hampir sama dengan komponen diskusi pada umumnya, namun dalam pengamatan penulis terdapat hal yang berbeda ketika diterapkan dalam pesantren, yang mana dalam Forum Bahtsul Masail santri dibebaskan berpendapat dihadapan para kiyai, dalam menjawab terkait permasalahan hukum dengan percaya diri selama memiliki dalil yang kuat<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Sulfa Tri Lestari, *Nu, Lajnah Bahtsul Masa'il Dan Metode Istibath Hukumnya*, Jurnal Al'-Adl, Vol. 15, No. 1, January 2022, hal. 7-9.

<sup>39</sup> Mokhammad Miptakhul Ulum, *Model Pembelajaran Bahtsul Masail Dalam Membangun Moderasi Beragama*, Tegal: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam, Vol. 9, No. 2, 2021, hal 219.