

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori Metode Dakwah**

##### **1. Pengertian Metode**

Secara etimologis, istilah “metode” berasal dari bahasa Yunani kata *methodos*, terdiri dari dua bagian, yaitu kata *meta* yang berarti melalui dan *hodos* yang berarti jalan atau cara, yang secara umum artinya, sebuah langkah yang ditempuh guna meraih tujuan tertentu. Dalam bahasa Arab, istilah ini memiliki padanan kata *thariq*, yang bisa diartikan juga sebagai langkah atau cara. Oleh karena itu, metode dapat diartikan sebagai suatu pendekatan yang disusun secara sistematis dan rasional, yang dipakai untuk mencapai sebuah tujuan melalui proses pemikiran yang terarah.<sup>24</sup>

Metode dapat dipahami sebagai sebuah cara atau tahapan yang terstruktur yang diterapkan dalam menjalankan suatu aktivitas, termasuk dalam proses pembelajaran. Keefektifan suatu metode bersifat relatif dan sangat bergantung pada berbagai faktor, seperti situasi, kondisi, karakteristik peserta didik, serta kemampuan pendidik dalam menerapkannya. Oleh karena itu, metode tidak dapat dinilai baik atau kurang secara mutlak, melainkan ditentukan oleh kesesuaian antara metode yang digunakan dan konteks pelaksanaannya. Dengan demikian, penting bagi seorang pendidik untuk memahami, mempelajari dan

---

<sup>24</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. 1: Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011), 242

menerapkan berbagai metode pembelajaran secara tepat sehingga hasil pembelajaran bisa diraih dengan maksimal.<sup>25</sup>

Menurut Basrah Lubis, metode adalah cara dalam Menyusun sebuah gagasan atau tujuan.<sup>26</sup> Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode adalah suatu langkah atau pendekatan yang digunakan untuk merancang dan mewujudkan suatu keinginan atau rencana yang disusun secara sistematis, rasional dan terencana dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

## 2. Pengertian Dakwah

Dilihat dari segi etimologi, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti memanggil, mengajak, atau menyerukan. Kata ini merujuk pada suatu bentuk ajakan atau seruan, yang dalam konteks islam digunakan untuk menyampaikan ajaran agama kepada individu maupun masyarakat.<sup>27</sup> Sedangkan dalam pengertian terminologis, dakwah dimaknai sebagai kegiatan mengajak atau menyeru manusia untuk menjalani kehidupan yang sejalan dengan ketentuan syariat Allah SWT. Pemahaman ini selaras dengan firman Allah dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 yang menyampaikan: “Serulah manusia kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan nasihat yang baik dan debatlah dengan cara yang baik.”

---

<sup>25</sup> Oemar Hamalik, *Proses Belajar Mengajar* (Jakarta Bumi Aksara, 2013).

<sup>26</sup> Emi Azizah, ‘Eksistensi Metode Dakwah Konvensional Pada Era Modern’, *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 9.3 (2023), pp. 1739–40, doi:10.58258/jime.v9i3.5554.

<sup>27</sup> Muhammad Qadaruddin abdulla, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara Media, 2019)

Terdapat beragam pandangan dari ahli dalam mendefinisikan dakwah. Syeikh Ali Mahfud misalnya mengartikan dakwah sebagai upaya mengajak manusia menuju kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka untuk membiasakan perbuatan baik serta menjauhkan diri dari perilaku buruk, dengan tujuan meraih kebahagiaan dan keselamatan, baik di kehidupan dunia maupun di akhirat.<sup>28</sup> Berdasarkan pendapat Muhammad al-Khaydar Husain dalam karyanya *ad-Da'wat ila al-Ishlah*, dakwah diartikan sebagai ajakan menuju kebaikan dan petunjuk ilahi, yang diwujudkan melalui perintah untuk melakukan amal kebajikan (*ma'ruf*) serta larangan terhadap perbuatan mungkar. Tujuan utama dari aktivitas dakwah ini adalah untuk meraih kebahagiaan dan keselamatan kehidupan di dunia maupun di akhirat. Sementara itu, menurut Prof. Dr. Hamka, dakwah merupakan suatu ajakan atau seruan untuk mengikuti seseorang dalam suatu keyakinan atau prinsip yang memiliki dasar kebenaran. Dakwah memiliki konotasi positif, karena substansi utamanya terletak pada upaya mendorong pelaksanaan nilai-nilai kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah segala bentuk kemungkaran (*nahi munkar*).<sup>29</sup>

Sebagai agama yang mengemban misi dakwah, islam secara fundamental menempatkan dakwah sebagai unsur utama dalam mempertahankan eksistensi dan penyebaran ajarannya. Dakwah memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan dan kemajuan islam, baik dalam situasi saat ini maupun masa yang akan datang. Dengan demikian,

---

<sup>28</sup> Prio Hotman. A. Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah : Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam* (Jakarta : Kencana, 2011., 2011).

<sup>29</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 17.

dapat disimpulkan bahwa dakwah berarti usaha aktif untuk mengajak manusia mengikuti jalan Allah SWT, dengan menegakkan nilai-nilai amar ma'ruf nahi mungkar sebagai landasan etis dalam kehidupan sosial dan spiritual umat.

### 3. Pengertian Metode Dakwah

Setelah memahami definisi metode dan dakwah secara terpisah, pemahaman akan terasa kurang lengkap tanpa mengetahui secara menyeluruh arti metode dakwah. Konsep ini telah banyak disajikan dan dijelaskan oleh para pakar. Oleh karena itu., berikut ini beberapa pandangan para ahli mengenai definisi metode dakwah

- a. Menurut Al Bayani, metode dakwah merupakan suatu pendekatan atau Langkah yang digunakan oleh seorang mubaligh dalam melaksanakan aktivitas dakwah, serta merupakan cara dalam mengimplementasikan strategi dakwah secara efektif.
- b. Selain itu, Said bin Ali al-Qahtani mengemukakan bahwa metode dakwah merupakan suatu disiplin ilmu yang mengkaji tentang metode komunikasi tatap dalam kegiatan dakwah, serta membahas bagaimana mengatasi berbagai hambatan yang mungkin timbul dalam proses penyampaianya<sup>30</sup>

Metode dakwah juga dapat dipahami sebagai strategi atau pendekatan yang digunakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan ajaran islam kepada umat. Konsep dakwah ini telah banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an, diantaranya terdapat dalam QS. Yunus ayat 25

---

<sup>30</sup> Acep Aripudin, Pengembangan Metode Dakwah (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 10.

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: “Dan Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga) dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (islam).

Berdasarkan konteks ayat tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah merupakan upaya untuk mengajak dan menyeru manusia agar menjalani kehidupan sesuai dengan petunjuk Allah SWT, melalui pelaksanaan amar ma'ruf dan penghindaran dari perbuatan munkar. Tujuannya adalah untuk meraih kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat, serta memperoleh ridho dan surgannya, sekaligus menjauhkan diri dari azabnya. Dengan demikian metode dakwah dapat dimaknai sebagai pendekatan atau metode yang dipakai dalam mengarahkan manusia untuk menerima, memahami dan mengamalkan ajaran islam secara taat konsisten kepada Allah dan Rasulnya. Proses ini dapat dilakukan baik secara individu maupun dalam bentuk kegiatan kolektif.<sup>31</sup>

Dengan demikian, merujuk pada definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode dakwah merupakan cara atau pendekatan yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, dengan tujuan mencapai hasil dakwah yang diinginkan secara efektif.<sup>32</sup>

## **B. Unsur-unsur Dakwah**

Unsur-unsur dakwah merupakan elemen-elemen pokok yang harus senantiasa terlibat dalam setiap kegiatan dakwah. Setiap unsur memiliki keterkaitan fungsional yang saling mendukung, sehingga keberadaanya

<sup>31</sup> Nasaruddin Rasak, *Metodologi Dakwah* (Cet. 1: Semarang: Toha Putra 1986), 2.

<sup>32</sup> Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 10

berkontribusi terhadap keberhasilan dakwah. Adapun elemen-elemen tersebut meliputi:

#### 1. *Da'i* (Subjek Dakwah)

Kata “da'i” berasal dari bentuk isim fai'il dari kata kerja da'a yang berarti seseorang yang menyeru atau mengajak orang lain kepada ajaran agama atau mazhab yang dianut.<sup>33</sup> Menurut Munir, da'i merupakan individu yang menjalankan aktivitas dakwah melalui berbagai media, baik secara verbal, tertulis, maupun tindakan nyata, yang dapat dilakukan secara perseorangan, kelompok, maupun dalam wadah organisasi. Kemudian menurut Nasaruddin Latief mengartikan da'i merupakan seorang Muslim, baik pria maupun Wanita, yang menjadikan aktivitas dakwah sebagai bagian dari amal perbuatannya dalam kehidupan sehari-hari.<sup>34</sup>

Oleh karena itu, dapat disimpulkan, bahwa da'i adalah seorang muslim yang menyeru kepada nilai-nilai islam disampaikan melalui ucapan, tulisan atau tindakan, baik secara individu maupun kelompok serta menjadikan dakwah sebagai bagian dari amal dalam kehidupan sehari-hari.

#### 2. *Mad'u* (Objek Dakwah)

Mad'u merupakan pihak yang menjadi objek atau sasaran dalam aktivitas dakwah, yakni individu atau kelompok yang diajak untuk

---

<sup>33</sup> Louis Ma'luf, *Munjid Fil Logoh Wa A'lam*, (Bairut: darul fikr, 1986), 216.

<sup>34</sup> Munir.M, Ilahi. Wahyu, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Rahmat Semesta, 2006), 21.

menerima dan mengamalkan ajaran islam sebagai penerima pesan dakwah<sup>35</sup>

### 3. Materi Dakwah

Isi dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i bersumber dari Al-Qur'an dan hadis sebagai rujukan utama serta diperkuat oleh ijma' dan qiyas sebagai sumber pelengkap. Isi dakwah mencakup ajaran mengenai akidah, fiqh dan akhlak, beserta berbagai disiplin ilmu yang berkembang dari ketiga aspek tersebut.<sup>36</sup>

Barmawi Umar mengelompokkan isi dakwah yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis dalam beberapa kategori utama, masing-masing mencerminkan aspek fundamental dari ajaran islam yang menjadi pedoman dalam menyampaikan pesan dakwah, terdapat beberapa hal, di antaranya sebagai berikut:

- a. Akidah merujuk pada upaya untuk menyebarkan dan menanamkan pemahaman mengenai aqidah Islamiyah, yang berlandaskan pada pokok-pokok rukun iman beserta penjabaran rinciannya.
- b. Akhlak mencakup penjelasan mengenai akhlak mahmudah (baik) dan akhlak mazmumah (buruk), dengan dasar-dasar, dampak serta contoh-contoh yang tercatat dalam sejarah sebagai referensi.
- c. Ukhwah mencerminkan jalinan persaudaraan yang diajarkan dalam islam, baik di antara sesama muslim maupun antara muslim dengan penganut agama lainnya.

---

<sup>35</sup> Hasanuddin, *Retorika Dakwah dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional 1982), 34.

<sup>36</sup> M Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 200). Cet. Ke-5, 7.

- d. Ahkam merujuk pada penjelasan mengenai berbagai jenis hukum, meliputi ibadah, muamalah dan aspek hukum lainnya dalam islam.
- e. Pendidikan berfokus pada sistem pengajaran dalam islam, yang dijalankan oleh para tokoh Pendidikan islam, baik di masa lampau maupun masa kini.
- f. Amar ma'ruf adalah upaya untuk mendorong tindakan yang baik dengan tujuan mencapai kebahagiaan di dunia dan serta keselamatan di akhirat.
- g. Nahi munkar merujuk pada tindakan melarang perbuatan buruk agar manusia terhindar dari malapetaka yang dapat menimpa mereka baik di dunia maupun di akhirat.

#### 4. Media Dakwah

Media dakwah merujuk pada sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada orang-orang yang menjadi sasaran dakwah, yang dapat berupa objek fisika, lokasi, individu atau bentuk lainnya.<sup>37</sup>

Dalam menyebarkan ajaran islam, dakwah dapat disampaikan melalui berbagai media. Hamzah Ya'qub mengklasifikasikan media dakwah ke dalam lima jenis, yaitu:

- a. Lisan: Merupakan bentuk media dakwah yang paling awal digunakan, berupa komunikasi verbal seperti pidato, tausiyah dan bimbingan.
- b. Tulisan: Merupakan media dakwah berbentuk teks, seperti buku, majalah dan sebagainya.

---

<sup>37</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 176.



- c. Lukisan: Pemanfaatan gambar atau ilustrasi sebagai sarana yang mampu menarik perhatian.
- d. Audiovisual: Merupakan media dakwah yang menggabungkan elemen visual dan audio, seperti televisi, film dan media sejenis lainnya.
- e. Akhlak: Media dakwah yang diwujudkan melalui perbuatan dan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai islam, yang dapat diamati secara langsung oleh para audiens.<sup>38</sup>

## 5. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah menjadi elemen penting dalam menentukan arah dan keberhasilan aktivitas dakwah. Tujuan tersebut dirumuskan sebagai landasan untuk menetapkan langkah-langkah yang akan dijalankan dalam pelaksanaan dakwah.<sup>39</sup> Esensi dari tujuan dakwah adalah mengembalikan fitrah manusia kepada ajaran agama, sekaligus menyadarkan individu untuk menerima kebenaran ajaran Islam serta berkomitmen untuk menjalankannya dalam kehidupan.<sup>40</sup>

Menurut Abdul Rosyad Saleh, inti dari tujuan dakwah adalah merujuk pada hasil atau nilai yang ingin dicapai dari keseluruhan aktivitas dakwah. Untuk mencapai tujuan tersebut, perencanaan dan pelaksanaan dakwah harus diarahkan dengan jelas dan berfokus.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Hamzah Ya'qub, *Publissistik Islam Teknik Dakwah dan leadership*, (Bandung: CV Diponegoro, 1981), 13.

<sup>39</sup> Hasanuddin, *Tinjauan Aspek Dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: PT.Pedoman Ilmu Jaya, 1960,33.

<sup>40</sup> Nurul Badruttamam, *Dakwah Kolaboratif Tirmidzi Taher*, (Jakarta:Grafindo, 2005)

<sup>41</sup> Drs. Abd. Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: PT.Bulan Bintang, 1986, 21.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah diungkapkan, penulis menarik kesimpulan bahwa tujuan dakwah adalah untuk menyampaikan dan menjelaskan pesan-pesan dakwah beserta dalil-dalilnya, baik secara rinci maupun global, yang mencakup dalil aqli dan naqli. Tujuan tersebut agar mad'u dapat menerima, memahami dan mengerti isi ajaran agama yang disampaikan oleh da'i, serta mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya untuk meningkatkan efektivitas dakwah, penting bagi seorang da'i untuk memahami metode-metode yang digunakan, dengan demikian pesan dakwah yang disampaikan dapat mencapai target dengan tepat sasaran dan sesuai dengan kapasitas mad'u.

### C. Macam-Macam Metode Dakwah

Berdasarkan Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, dapat diidentifikasi tiga macam metode dakwah yang terkandung dalam surat An-Nahl

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥)

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Ayat diatas menjelaskan 3 metode dakwah yakni:

#### 1. Metode *bil al-hikmah*

Istilah “hikmah” dalam Al-Qur'an tercantum sebanyak 20 kali, baik dalam bentuk nakirah maupun ma'rifat. Kata dasarnya adalah “hukuman”

yang secara etimologis bermakna mencegah. Jika dikaitkan dengan makna hukuman, istilah ini bermakna sebagai upaya untuk mencegah kezaliman. Sedangkan dalam konteks dakwah, hikmah dimaknai sebagai usaha untuk menghindari hal-hal yang tidak relevan dalam menyampaikan ajaran islam.

Toha Yahya Umar menjelaskan bahwa hikmah dapat dimaknai sebagai kemampuan menempatkan sesuatu secara proporsional, disertai dengan pertimbangan rasional, perencanaan yang matang serta penyesuaian terhadap konteks zaman, tanpa menyimpang dari ketentuan syariat. Para ulama sendiri memiliki perbedaan pandangan dan pendekatan keilmuan yang digunakan sehingga memberikan definisi hikmah antara lain:

- a. Musthafa al-Maraghi menjelaskan bahwa “hikmah” sebagaimana dikaitkan dengan ayat tersebut, merujuk pada penyampaian yang lugas dan pasti, lengkap dengan argumentasi yang kuat guna menegaskan kebenaran serta menghilangkan keraguan dalam benak pendengar.
- b. Syekh Muhammad Abduh dalam tafsir Al-Manar menjelaskan bahwa hikmah merupakan pemahaman yang mendalam terhadap rahasia dan manfaat dari setiap hal. Ia juga mendefinisikan hikmah sebagai pengetahuan yang tepat yang mampu mendorong seseorang untuk melakukan Tindakan yang membawa manfaat.
- c. Menurut M. Natsir, hikmah diartikan sebagai ilmu yang matang dan telah melalui proses pemahaman yang mendalam, kemudian

terintegrasi secara utuh sehingga mampu menjadi kekuatan pendorong bagi seseorang untuk melakukan tindakan yang bermanfaat dan efektif.

Berdasarkan pandangan para tokoh diatas, dapat disimpulkan bahwa hikmah dalam kontek dakwah adalah kemampuan untuk menyampaikan kebenaran secara tepat dan bijaksana, dengan menggunakan pemikiran yang rasional, argumentasi yang kuat serta disesuaikan dengan konteks zaman dan tidak bertentangan dengan syariat.<sup>42</sup>

## 2. Metode AL-Mau'idza AL-Hasanah

Berdasarkan pendapat para ahli pengertian AL-Mau'idza al hasanah adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Ibn Sayyidi *Al-Mauidzah al-Hasanah* diartikan sebagai upaya memberikan pengingat kepada orang lain mengenai pahala dan siksa, yang bertujuan untuk meluluhkan hati mereka. Dengan demikian *Al-Mauidzah Al-Hasanah* merupakan proses memberikan nasihat atau peringatan menggunakan bahaya yang baik dan menyentu, yang dapat menggugah hati pendengar sehingga mereka bersedia menerima dan mengikuti nasehat tersebut.<sup>43</sup>
- b. Berdasarkan pendapat Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi, yang dirujuk oleh Hasanuddin, *Al- Mau'idzah al-Hasanah* merujuk pada

---

<sup>42</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (cet.1:Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2011), 244-245.

<sup>43</sup> Syihabuddin Najih, 'Mau'idzah Hasanah Dalam Al-Qur'an Dan Bimbingan Konseling Islam', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36.1 (2016), pp. 144-69, doi:10.21580/jid.v36.1.1629.

perkataan yang jelas dan tidak membingungkan bagi pendengarnya, dimana tujuan utamanya adalah memberikan nasihat dengan niat tulus untuk memberikan manfaat, baik dengan menggunakan nasihat langsung maupun melalui ajaran AL-Qur'an.

- c. Menurut pendapat Abd. Hamid al-bilali, *al-Mauidzah al-Hasanah* adalah salah satu metode dakwah yang bertujuan mengajak umat menuju jalan Allah dengan cara menyampaikan nasihat atau bimbingan secara lembut agar mereka terdorong untuk melakukan kebaikan.<sup>44</sup>

Berdasarkan menurut para ahli, Dapat disimpulkan bahwa *Al-Mauidzah Al-Hasanah* termasuk salah satu metode dakwah yang menggunakan nasihat lembut dan bijaksana untuk mengajak umat ke jalan Allah.

### 3. Metode Al-Mujadalah

Secara etimologis kata "*mujadalah*" berasal dari "*jada*" yang berarti memintal atau memilin. "*jaa dala*" merujuk pada aktivitas berdebat, sementara "*mujadalah*" berarti perdebatan itu sendiri. Beberapa definisi *Al- Mujadalah* mencakup pertukaran pendapat secara konstruktif antara dua pihak, tanpa menciptakan permusuhan. Kemudian berdasarkan pendapat para ahli pengertian *Al- Mujadalah* adalah sebagai berikut:

---

<sup>44</sup> Ahmed al khalidi, *Penerapan Metode Dakwah Mauidzah Al-Hasanah Terhadap Pembinaan Remaja Gampong Uteun Geulिंगgang Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara*, jurnal dakwah dalam mata tinta 8.2 (2021), 124.

- a. Menurut Sayyid Muhammad Thanthawi *Al-Mujadalah* adalah usaha untuk mengalahkan pendapat lawan dengan menghadirkan argumen dan bukti yang kuat.<sup>45</sup>
- b. Menurut Muri Yusuf, *mujadalah* adalah salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan kepentingan Bersama, melalui proses musyawarah untuk mencapai kesepakatan.
- c. Menurut Maidar *mujadalah* dalam makna yang lebih luas hal ini dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran pemikiran antara individu atau kelompok.<sup>46</sup>

Berdasarkan pandangan para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Al-Mujadalah* merupakan proses pertukaran pendapat untuk mencapai kesepakatan.

#### **D. Macam-Macam Dakwah**

Terdapat tiga macam kategorisasi dakwah yaitu:

##### **1. Dakwah *Bil-Lisan***

Dakwah *bil-lisan* merupakan metode dakwah menggunakan ucapan atau komunikasi lisan, baik secara tatap muka maupun melalui media tidak langsung. Contoh dari metode ini meliputi ceramah, khutbah dan diskusi keagamaan. Pendekatan ini banyak digunakan oleh para da'i dan tokoh agama karena dinilai efektif dalam menyampaikan pesan-pesan islam secara persuasif dan interaktif kepada masyarakat.

---

<sup>45</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 253-254.

<sup>46</sup> Maghfirah, *Mujadalah Menurut Al-Qur'an*, *jurnal Al-Bayan* 20.29 (2014), 110.

## 2. Dakwah *Bil-Hal*

Dakwah *Bil-Hal* adalah bentuk dakwah yang dilakukan melalui tindakan nyata dan perilaku keteladanan dalam kehidupan sehari-hari. seperti kegiatan donasi kemanusiaan, penggalangan dana bagi korban bencana, serta berbagai bentuk kepedulian sosial lainnya yang mencerminkan ajaran islam secara praktis.

## 3. Dakwah *Bil-Qalam*

Merupakan dakwah melalui tulisan, baik dalam bentuk tulisan cetak maupun digital. Metode ini dilaksanakan dengan menulis artikel, opini atau karya ilmiah yang disebarluaskan melalui media massa seperti surat kabar, majalah dan platform daring. Beberapa media populer yang menjadi sarana dakwah tulisan di Indonesia antara lain Jawa pos, Kompas dan Media Indonesia.<sup>47</sup>

## E. Indikator Metode Dakwah

Keberhasilan suatu metode dakwah dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

### 1. Pemahaman *Mad'u* (audiens/ jamaah) terhadap Ajaran islam

Indikator utama keberhasilan dakwah adalah meningkatnya pemahaman *mad'u* terhadap ajaran islam. Pemahaman ini mencakup aspek akidah, ibadah, akhlak, serta muamalah<sup>48</sup>. Jika *mad'u* mampu menjelaskan dan mengamalkan ajaran islam secara benar, maka metode dakwah tersebut dikatakan berhasil.

---

<sup>47</sup> M Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta:Prenada Media Group, 2003).

<sup>48</sup> M.Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an* (Bandung:Mizan, 2000), 78

## 2. Perubahan sikap dan perilaku

Suksesnya dakwah juga ditandai dengan perubahan sikap dan perilaku yang positif, seperti meningkatnya kesadaran beragama, bertambahnya intensitas ibadah, dan makin kuatnya komitmen terhadap nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari.<sup>49</sup>

## 3. Partisipasi Aktif Mad'u

Metode dakwah yang efektif mampu mendorong partisipasi aktif dari mad'u baik dalam kegiatan keagamaan maupun sosial. Generasi Z cenderung tertarik pada kegiatan yang interaktif dan kolaboratif. Jika metode dakwah mampu mengakomodasi partisipasi aktif ini, maka efektivitasnya meningkat.<sup>50</sup>

## 4. Konsistensi dalam Mengikuti Kajian

Keberhasilan metode dakwah juga dapat diukur dari seberapa konsisten mad'u mengikuti kajian atau kegiatan dakwah. Konsistensi ini menandakan adanya ketertarikan dan kebutuhan spiritual yang terpenuhi melalui kegiatan dakwah tersebut.<sup>51</sup>

## 5. Relevansi dan kontekstualisasi Materi

Materi dakwah yang disampaikan harus kontekstual dan relevan dengan kehidupan Generasi Z. Keberhasilan dakwah sangat bergantung

---

<sup>49</sup> Yusuf Qardhawi, *Fiqh Dakwah* (Kairo: Dar al-Syuruq, 1992), 91.

<sup>50</sup> Philip Kotler, *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital* (Jersey: Wiley, 2017).142.

<sup>51</sup> Nurcholish Madjid, *Islam Doktrin dan Peradaban* (Jakarta: Yayasan Paramida, 1992),230



pada sejauh mana materi yang disampaikan mampu menjawab persoalan aktual yang dihadapi oleh mad'u.<sup>52</sup>

#### F. Teori Uses and Gratification

Teori ini menegaskan bahwa audien berperan secara aktif dalam menentukan serta menggunakan media yang tersedia secara optimal. Mereka secara sadar mencari media yang dianggap paling cocok untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan kata lain, teori *uses and gratifications* menjelaskan bahwa pengguna memiliki beragam pilihan media untuk memuaskan kebutuhan mereka. Teori ini dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*.<sup>53</sup>

Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, teori ini mengkaji latar belakang kebutuhan psikologis dan sosial yang mendorong munculnya ekspektasi tertentu terhadap media. Proses ini kemudian mempengaruhi pola paparan media yang beragam atau keterlibatan dalam berbagai kegiatan tertentu, yang pada akhirnya menghasilkan pemenuhan kebutuhan serta konsekuensi-konsekuensi lainnya.<sup>54</sup>

Terdapat lima asumsi utama yang menjadi landasan teori *uses and gratification* yaitu:

1. Khalayak bersifat aktif dan pengguna media dilakukan dengan orientasi tujuan tertentu:

---

<sup>52</sup> Azyumardi Azra, *Islam Substantif* (Bandung: Mizan, 2002), 91.

<sup>53</sup> Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada), 191-192

<sup>54</sup> Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada), 191

2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan individu dengan keputusan dalam pemilihan media yang digunakan.
3. Media bersaing dengan berbagai sumber alternatif lainnya dalam memenuhi kebutuhan audiens
4. Individu memiliki tingkat kesadaran diri yang cukup mengenai pemanfaatan media, ketertarikan, serta motivasi mereka, sehingga dapat menyampaikan informasi yang tepat kepada peneliti.
5. Penilaian tentang sejauh mana khalayak mengaitkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu sebaiknya ditunda sampai pemahaman yang lebih komprehensif tercapai.<sup>55</sup>

Teori *uses and gratification* menguraikan bahwa khalayak memiliki karakteristik aktif dalam mengonsumsi media, sehingga mereka mampu secara selektif memilih dengan cermat pesan-pesan media yang dianggap relevan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Salah satu aspek penting dalam perilaku audiens adalah bagaimana mereka menentukan pilihan terhadap media yang akan digunakan. Konsumsi media oleh khalayak didorong oleh alasan-alasan tertentu yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Esensi dari teori *uses and gratification* terletak pada pemilihan media oleh khalayak yang didasarkan pada kepuasan, keinginan, kebutuhan, maupun motif pribadi. Secara prinsip, komunikasi, khususnya melalui media massa, tidak memiliki kekuatan absolut untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini beranggapan bahwa audiens memiliki peran aktif dan cenderung selektif dalam menentukan media yang mereka konsumsi, sehingga

---

<sup>55</sup> Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299

muncul berbagai motif dalam penggunaan media serta kepuasan yang diperoleh dari pemenuhan motif-motif tersebut.<sup>56</sup>

Khalayak memiliki berbagai alasan dan melakukan sejumlah upaya untuk mencapai tujuan tertentu dalam penggunaan media. McQuail Bersama rekan-rekannya mengidentifikasi empat motivasi utama yang mendorong audiens dalam memanfaatkan media, yaitu:

- a) Pengalihan (diversion), yang merujuk pada upaya melepaskan diri dari rutinitas atau aktivitas keseharian
- b) Hubungan personal, yakni penggunaan media untuk memperkuat nilai-nilai, keyakinan dan jati diri individu
- c) Pengawasan (surveillance) yang berkaitan dengan pencarian informasi yang dapat membantu individu dalam memahami lingkungan atau mencapai tujuan tertentu.

Efek yang muncul dalam diri khalayak, baik dalam bentuk emosi maupun perilaku, dapat diukur sebagai bentuk evaluasi terhadap kemampuan media dalam memberikan kepuasan. Pendekatan uses and gratification berfokus pada peran aktif dan selektif khalayak dalam memilih serta memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhan mereka. Khalayak telah menetapkan media yang dianggap paling relevan dengan kebutuhannya, yang mencerminkan upaya konkret dalam memenuhi kebutuhan berdasarkan motif tertentu. Pilihan media yang dilakukan secara aktif menunjukkan bahwa setiap individu memiliki tingkat pemanfaatan media yang berbeda-beda. Pendekatan ini secara jelas

---

<sup>56</sup> Richard West dan Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*, (Jakarta:Salemba Humanika, 2013), 105

bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami motif-motif yang mendorong seseorang dalam menggunakan media.<sup>57</sup>

## **G. Indikator Teori Uses and Gratification**

### **1. Kebutuhan kognitif (*Cognitive needs*)**

Kebutuhan ini berkaitan dengan upaya individu untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan sosial maupun fisik. Media dipilih untuk memenuhi rasa ingin tahu serta memperluas wawasan.

### **2. Kebutuhan afektif (*Affective needs*)**

Kebutuhan ini berhubungan dengan pencarian pengalaman emosional, hiburan serta kepuasan estetis. Melalui media, individu memperoleh kenikmatan dan pengalaman yang menyenangkan secara emosional.

### **3. Kebutuhan integratif personal (*personal integrative needs*)**

Kebutuhan ini berhubungan dengan keinginan individu untuk memperkuat kepercayaan diri, membangun citra diri yang positif, serta mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari orang lain. Media dimanfaatkan sebagai alat untuk mendukung rasa percaya diri dan meningkatkan penerimaan sosial.

### **4. Kebutuhan integratif sosial (*Social integrative needs*)**

Kebutuhan ini berkaitan dengan keinginan individu untuk membangun kedekatan dengan orang lain, membangun komunikasi yang baik dan merasa menjadi bagian dari sebuah kelompok atau komunitas.

---

<sup>57</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2001), 65

Media digunakan untuk membantu menjaga dan memperkuat hubungan sosial tersebut.

5. Kebutuhan pelepasan ketegangan (*Tension release needs*)

Kebutuhan ini berhubungan dengan keinginan individu untuk menghilangkan rasa jenuh atau stress, melepaskan diri dari tekanan dan masalah sehari-hari, serta mencari ketenangan dan hiburan agar pikiran menjadi lebih rileks.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch, *Uses and Gratifications Research, Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No 4 (1973), 510-511.