



Teori Komunikasi Dakwah Dalam Penyebaran Pesan Islam

Theory of Islamic Communication in Spreading the Message of Islam

Ramli¹, Ramsiah Tasruddin²

¹ Universitas Muhammadiyah Makassar, ramli@unismuh.ac.id

² Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, ramsiah.tasruddin@uin-alauddin.ac.id

*Corresponding Author: E-mail: ramli@unismuh.ac.id

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 17 Oct, 2024

Revised: 17 Nov, 2024

Accepted: 23 Nov, 2024

Kata Kunci:

Dakwah, Teori Komunikasi,
Komunikasi Persuasif, Media
Sosial, Komunikasi Massa

Keywords:

Da'wah, Communication

Theory, Persuasive

Communication, Social

Media, Mass Communication

DOI: 10.56338/jks.v7i11.6087

ABSTRAK

Dakwah adalah salah satu metode penting dalam penyebaran ajaran Islam. Untuk memastikan pesan dakwah diterima secara efektif, para dai harus memahami dan menerapkan teori-teori komunikasi. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan teori komunikasi dalam dakwah dan pentingnya komunikasi yang efektif dalam penyebaran Islam. Dengan pendekatan teoritis yang menggabungkan komunikasi interpersonal, komunikasi massa, dan komunikasi persuasif, artikel ini memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana dakwah dapat menjadi sarana transformasi sosial yang kuat. Studi kasus penggunaan media sosial sebagai alat dakwah di era digital juga dipaparkan untuk menggambarkan perkembangan terkini dalam komunikasi dakwah.

ABSTRACT

Da'wah is one of the important methods in spreading Islamic teachings. To ensure that the message of da'wah is received effectively, da'wah must understand and apply communication theories. This article aims to explain the application of communication theory in da'wah and the importance of effective communication in spreading Islam. With a theoretical approach that combines interpersonal communication, mass communication, and persuasive communication, this article provides an in-depth view of how da'wah can be a powerful means of social transformation. A case study of the use of social media as a da'wah tool in the digital era is also presented to illustrate the latest developments in da'wah communication.

PENDAHULUAN

Dakwah, yang berarti "seruan" atau "ajakan", merupakan inti dari penyebaran ajaran Islam. Dalam Islam, dakwah tidak hanya dimaknai sebagai ajakan menuju agama yang benar, tetapi juga sebagai bentuk pengajaran yang berusaha mengubah perilaku, pemikiran, dan sistem sosial sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, dakwah memiliki peran sosial yang sangat penting.

Namun, dalam menyampaikan pesan dakwah, seorang dai harus mampu berkomunikasi secara efektif. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang teori komunikasi, pesan yang disampaikan mungkin tidak mencapai audiens dengan baik. Oleh karena itu, penerapan teori komunikasi dalam dakwah menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pesan-pesan agama yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens dan mampu mengubah perilaku mereka.

Di era modern, dakwah mengalami perkembangan yang pesat, terutama dengan adanya kemajuan teknologi informasi. Peran media digital dalam menyebarkan pesan dakwah menjadi semakin signifikan. Media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah menjadi alat utama dalam penyampaian pesan agama kepada generasi muda. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memahami bagaimana teori komunikasi tradisional dapat diterapkan dan diadaptasi ke dalam konteks dakwah modern, termasuk melalui platform digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui kajian literatur. Data yang dikumpulkan berasal dari buku-buku teori komunikasi, jurnal ilmiah, dan studi kasus tentang penggunaan media digital dalam dakwah. Penelitian ini juga menganalisis konten dakwah yang disebarkan melalui media sosial, untuk mengevaluasi efektivitas penerapan teori komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah di era modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Komunikasi dalam Dakwah Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan metode dakwah yang paling umum digunakan. Dalam penyampaian dakwah verbal, penting bagi dai untuk memperhatikan pemilihan bahasa yang sesuai dengan tingkat pemahaman audiens. Dai juga harus memperhatikan intonasi, retorika, dan pemilihan kata agar pesan dapat dipahami dengan baik.

Komunikasi Nonverbal

Selain kata-kata, komunikasi nonverbal juga memiliki peran penting dalam dakwah. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gestur yang digunakan oleh dai dapat mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens. Misalnya, senyuman, kontak mata yang baik, dan postur tubuh yang tenang dapat memperkuat pesan yang disampaikan.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada penggunaan media massa seperti radio, televisi, dan internet untuk menyampaikan dakwah kepada khalayak luas. Di era modern ini, internet dan media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran dakwah. Dakwah melalui media sosial memiliki kelebihan, yaitu jangkauan yang luas dan interaksi langsung dengan audiens.

Teori Komunikasi dalam Dakwah Pendekatan Psikologis.

Penerapan teori psikologi dalam dakwah melibatkan pemahaman terhadap psikologi audiens. Dai harus mampu mengidentifikasi kebutuhan, emosi, dan kepercayaan audiens untuk merancang pesan dakwah yang sesuai dengan kondisi psikologis mereka. Misalnya, pendekatan yang lebih lembut dan empati mungkin diperlukan saat berhadapan dengan audiens yang mengalami krisis spiritual.

Pendekatan Sosiologis.

Dakwah juga berfungsi sebagai alat untuk mengubah struktur sosial. Pendekatan sosiologis dalam dakwah menekankan pentingnya memahami konteks sosial dan budaya masyarakat tempat dakwah dilakukan. Pesan dakwah harus relevan dengan nilai-nilai dan norma sosial yang berlaku, serta memperhatikan dinamika sosial yang ada di masyarakat.

Pendekatan Teknologi Komunikasi.

Teknologi komunikasi modern telah membuka peluang baru dalam dakwah. Penggunaan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok memungkinkan dai menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda. Namun, dai juga perlu memahami karakteristik masing-masing platform untuk menyampaikan pesan yang sesuai.

Studi Kasus: Penggunaan Media Sosial dalam Dakwah

Dalam studi ini, penggunaan media sosial sebagai alat dakwah dianalisis. Sejumlah dai di Indonesia seperti Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan platform YouTube untuk menyebarkan ceramah agama. YouTube memungkinkan dai menjangkau audiens yang luas dengan format yang fleksibel, seperti video singkat atau ceramah berdurasi panjang.

Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara dai dan audiens. Misalnya, di Instagram, dai dapat melakukan sesi tanya jawab langsung melalui fitur live, sementara di TikTok, mereka dapat membuat konten dakwah singkat yang menarik perhatian generasi muda. Penggunaan konten kreatif dan bahasa yang mudah dipahami menjadi kunci keberhasilan dakwah di media sosial.

Namun, tantangan yang muncul adalah risiko distorsi pesan akibat keterbatasan durasi atau format yang kurang mendalam. Dai harus bijaksana dalam memilih format dan menyampaikan pesan dengan tetap memperhatikan akurasi ajaran Islam.

KESIMPULAN

Teori komunikasi memberikan kerangka kerja yang berguna bagi dai dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Penerapan teori-teori seperti komunikasi interpersonal, persuasif, dan komunikasi massa dapat membantu meningkatkan kualitas dakwah.

Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara dai dan audiens. Misalnya, di Instagram, dai dapat melakukan sesi tanya jawab langsung melalui fitur live, sementara di TikTok, mereka dapat membuat konten dakwah singkat yang menarik perhatian generasi muda. Penggunaan konten kreatif dan bahasa yang mudah dipahami menjadi kunci keberhasilan dakwah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Kartini, M. Psikologi Dakwah: Memahami Perilaku Manusia dalam Berdakwah. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations. New York: Free Press, 2003.
- Sabry, Tarik. Cultural Encounters in the Arab World: On Media, the Modern and the Everyday. London: I.B. Tauris, 2010.