

**PENDEKATAN DAKWAH SENTRIFUGALISTIK
(KAJIAN TERHADAP KEBEBASAN MAD'U DAN OBJEKTIVITAS PESAN)**

Syukri Syamaun
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
syukri_syamaun@yahoo.com

ABSTRACT

The message of da'wah addressed to all mankind without distinction of race, nation, even religion. Messages containing the revelations of Allah subhanahu wa ta'ala should be conveyed, understood and practiced by all human beings. Prophet Muhammad sallallahu 'alaihi wasallam has done this task perfectly. Mad'u is the party most concerned with da'wah and parties who are required to receive positive impact of Islamic da'wah activities undertaken. Dakwah messages are constructed to remain sterile from the intervention of the da'i so that mad'u feels free to accept or reject the message delivered. Therefore, a preacher should be able to maintain his position as a party that conveys the message of dakwah objectively without excessive intervention and authority over the message conveyed or mad'u that is facing him.

ABSTRAK

Pesan dakwah ditujukan kepada seluruh umat manusia tanpa membedakan ras, bangsa, bahkan agama. Pesan yang berisikan wahyu-wahyu Allah subhanahu wa ta'ala harus disampaikan, dipahami dan diamalkan oleh semua manusia. Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam telah melakukan tugas ini secara sempurna. Mad'u merupakan pihak yang paling berkepentingan dengan dakwah dan pihak yang dituntut untuk menerima dampak positif dari aktivitas dakwah Islam yang dilakukan. Pesan-pesan dakwah pun dikonstruksikan agar tetap steril dari intervensi dari pihak da'i sehingga mad'u merasa bebas untuk menerima atau menolak pesan yang disampaikan. Oleh sebab itu, seorang da'i harus mampu menjaga posisinya sebagai pihak yang menyampaikan pesan dakwah secara objektif tanpa melakukan intervensi dan otoritas yang berlebihan terhadap pesan yang disampaikan atau mad'u yang sedang dihadapinya.

A. Pendahuluan

Pemahaman konvensional tentang dakwah menjadikan sasaran atau objek dakwah sebagai pihak yang pasif dan menerima apapun yang disuguhkan oleh juru dakwah. Ruang gerakanya ditata sehingga kurang memberikan peluang untuk melakukan reaksi terhadap pesan-pesan yang diterimanya sehingga semakin luasnya juru dakwah memasuki segenap sisi emosional mereka. Pemahaman konvensional ini semakin memberikan peluang intervensi bagi setiap juru dakwah untuk melakukan *pressure* (tekanan) terhadap sasaran dakwah. Juru dakwah terkesan sulit melepaskan kapasitas “hanya” dialah yang paling berkompeten dalam aktivitas dakwah Islam. Fenomena interventif ini berlaku secara umum dalam dakwah *bi al-lisān*, *bi al-qalam*, dan *bi al-hāl* dan sekaligus menjadikan sasaran dakwah sebagai pihak yang tidak berdaya, terutama dalam mengembangkan kapasitas intelektualitas, emosionalnya dalam kaitan menerima atau menolak seruan dakwah

Kecenderungan otoritas merupakan konsekwensi dari kelalaian da'i yang mengedepankan faktor emosional secara sepihak dalam aktivitas dakwahnya. Dakwah yang didominasi oleh bentuk rethorika cenderung menyampaikan pesan-pesan normatif *al-Qur'ān* dan *al-Hadīth* secara tekstual dalam rangka menundukkan ego-emosional masyarakat secara *instant* atau sesaat. Konsekwensi lain, dakwah Islam menjadi sulit berkembang atau, paling tidak, bertarung dalam perilaku pluralitas keberagaman masyarakat pada level regional, domestik, dan internasional. Fenomena ini pula yang menyebabkan dakwah Islam tidak mampu melepaskan diri dari belenggu tradisi, sekaligus sulit beradaptasi dengan sosio-kultural masyarakat. Konsep integralitas pelaksanaan dakwah sulit terwujud dalam tradisi dakwah yang berdimensi otoritas secara berlebihan dari pihak da'i.

Praktek dakwah seperti ini berangkat dari pra-konsepsi bahwa masyarakat sasaran harus dirobah dan dituntun karena faktor kelemahan dan potensinya yang serba tidak mengetahui. Konsekwensinya, dakwah diarahkan pada pelimpahan informasi secara total kepada sasaran yang memang diprediksikan sebagai pihak yang defensif dan menunggu. Persepsi inilah yang menempatkan seorang juru dakwah sebagai pihak yang benar, lurus, dan diridhai Allah, serta mungkin saja melakukan apapun untuk kepentingan dan tujuannya.

Sementara sasaran diibaratkan “gelas kosong”¹ yang harus diisi dengan cairan-cairan yang diduga mampu menjadikan sasaran sehat dan kuat. Sikap tidak toleran seperti inilah yang menjadikan dakwah Islam kurang mampu memberi pengaruh kepada komunikan, tetapi yang muncul justru sikap anti pati mad’u (komunikan) terhadap da’i (komunikator).

Pada dasarnya, mad’u merupakan pihak atau unsur yang paling berkepentingan dengan dakwah, karena tujuan dakwah itu sendiri berorientasi bagaimana cara mengubah mad’u agar menjadi pihak yang sejalan dengan normatifitas Islam. Mad’u merupakan pihak yang paling layak diperhatikan dalam setiap aktivitas dakwah Islam. Mad’u harus menjadi pihak yang “terbebas” dari tekanan atau intervensi da’i secara berlebihan.

Dakwah Islam bukanlah kegiatan serta merta yang bebas dari perhitungan dan pertimbangan terhadap sasaran dakwah. Prinsip otoritas pelaku (dalam hal ini da’i, secara individu, kelompok atau lembaga) sama sekali kurang efektif dilakukan, terutama sikap "memaksa" atau "menekan" mad’u untuk serta merta harus menerima seruan yang disampaikan. Prinsip etika humanistik – sebagaimana juga Islam – menganggap bahwa dakwah yang mengandung unsur-unsur pemaksaan sebagai tindakan pelanggaran yang kejam terhadap kemanusiaan (*Humanistic ethic regard coerced dakwah as a grave violation of the human person. That is why the Quran specifies that persuasion be used*).²

Penelitian ini mencoba mengkaji bentuk otoritas dan intervensi da’i yang berlebihan terhadap kemerdekaan mad’u sebagai pihak yang sangat berkepentingan dalam aktivitas dakwah serta akibatnya terhadap objektivitas atau kemurnian pesan dakwah itu sendiri. Kajian penelitian ini adalah untuk menelaah secara komprehensif posisi masing-masing unsur utama dalam kegiatan dakwah Islam, yaitu da’i, pesan dan mad’u dengan fokus utamanya adalah pada aspek otoritas da’i dan kaitannya dengan kebebasan mad’u dalam penerimaan pesan-pesan yang disampaikan serta dampaknya terhadap objektivitas pesan dakwah itu sendiri.

¹Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam: dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 176-177.

²Dr. Abdullah Muhammad Zin, *Islamic Da’wah (Mission): The Defination, Conception and Foundation*, (Kuala Lumpur: Pustaka Antara, 1995), hal. 50

B. KAJIAN KEPUSTAKAAN

1. Pengertian Sentrifugal

Melihat dari aspek derivasinya, istilah sentrifugal dan sentripetal pada dasarnya tidak dapat dipisahkan. Secara bahasa Hornby memberikan definisi Sentripetal (*centripetal*) adalah “*moving or tending to move toward a centre*” (berpindah atau kecenderungan bergerak menuju pusat)³. Sedangkan sentrifugal (*centrifugal*) dengan “*moving or tending to move away from a centre*”⁴ (berpindah atau cenderung bergerak menjauhi pusat).

Istilah sentrifugal dan sentripetal diderivasi dari Hukum Gaya Newton (sering disebut Hukum Newton I dan III) dalam ilmu fisika. *Ensiklopedi Nasional Indonesia* menjelaskan bahwa benda yang bergerak akan terus bergerak kecuali ada gaya lain yang bekerja padanya.⁵ Jika suatu benda diharapkan bergerak secara melingkar, maka dibutuhkan gaya lain yang akan menjaga agar benda tersebut tetap bergerak melingkar. Tanpa adanya gaya yang "menarik" benda tersebut tetap pada orbitnya, maka benda tersebut akan bergerak lurus pada kecepatan konstan.⁶

Menyangkut gaya sentrifugal dan sentripetal ini, dalam *The Encyclopedia Americana* disebutkan:

According to Newton's first law of motion, a body in motion will continue to move in a straight line unless it is acted upon by a force. Thus, when a body travels in a circular path, a force is necessary to hold it in this path, such as the force of gravity on the satellite of a star or the force exerted by a man's hand when he whirls a ball at the end of a string. This force, which causes an orbiting body to continually swerve toward the center of its orbit, is called centripetal (center-seeking) force.

According to Newton's third law of motion, when two bodies interact, the forces that they exert on each other are equal but opposite in direction. Thus, corresponding to the centripetal force exerted (through the string) by the man's hand on the whirling ball, there is an opposite, centrifugal ("center-fleeing") force exerted by the fleeing ball on the man's hand. Centrifugal force and centripetal force are not distinct forces that could conceivably exist separately; instead, they are two aspects of a single phenomenon.⁷

Alam semesta yang terdiri dari partikel inti dan elektron ternyata diikat oleh dua buah gaya yang selalu bekerja seiring dan sejalan yakni gaya sentrifugal dan gaya sentripetal.

³AS. Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, (Oxford: Oxford University Press, 1955), hal. 180.

⁴AS. Hornby, *Oxford Advanced Learner's...* hal. 180.

⁵*Ensiklopedi Nasional Indonesia*, Cet. IV, (Bekasi: Delta Pamungkas, 2004), hal. 531.

⁶*Ensiklopedi Nasional Indonesia...*hal. 531

⁷*The Encyclopedia Americana*, (Canada: Americana Corporation, 1980), hal. 455

Gaya sentrifugal bekerja ke arah pusat (inti), sebaliknya gaya sentripetal selalu bekerja ke arah luar pusat dengan jumlah yang sama dengan gaya sentrifugal, sehingga menghasilkan nilai 0 (nol).

Gaya sentrifugal dan gaya sentripetal akan menyebabkan suatu benda selalu dalam keadaan seimbang dan bergerak melingkar. Banyak kejadian yang terjadi di alam semesta yang disebabkan oleh gaya kedua gaya ini. Pernahkah terpikir oleh kita yang selalu menggunakan kendaraan roda dua, bahwa apa yang menyebabkan sehingga pada saat kita berada di atas kendaraan tersebut dan kendaraan tersebut tidak bergerak, maka kita pasti akan roboh dengan kendaraan tersebut. Namun, jika kendaraan tersebut dalam keadaan bergerak maka kendaraan akan terus melaju tanpa terjatuh. Fenomena stabil ini merupakan dinamika gaya sentrifugal dan sentripetal yang bekerja secara bersamaan dan secara otomatis. Banyak contoh lain dalam semesta yang memperlihatkan kerjasama kedua gaya ini.

Dakwah dengan pendekatan sentripetal dapat dianalogikan sebagai pola dakwah yang menekankan fungsi unsur-unsur yang berada di dalam suatu sirkular aktifitas dakwah yang mendorong mad'u mendekati subjek (*center-seeking force*). Elemen inti (da'i) hanya berfungsi sebagai kegiatan agar selalu berada pada lintasan (*straight line*) yang telah ditetapkan. Pola sentripetal menjadikan elemen inti (da'i) sebagai totalitas dari semua aktivitas termasuk kontrol terhadap tujuannya.

Pendekatan dakwah sentripetal dimaksudkan sebagai aktifitas dakwah yang berorientasi pada kepentingan mad'u, artinya mad'u memiliki peluang yang lebih besar untuk memberikan input kepada da'i, secara eksplisit dan implisit, sehingga da'i mampu membaca kondisi mad'u secara tepat. Selanjutnya, perencanaan dakwahnya senantiasa terhindar dari sikap interventif yang memposisikan da'i sebagai orang asing yang sama sekali tidak terkait dengan apa yang dirasakan dan dibutuhkan oleh mad'unya.

Dakwah sentripetal memposisikan mad'u sebagai pihak yang bebas (*free consent*), kritis terhadap seruan, mengembangkan kreatifitas berpikir serta mendorong mad'u memiliki *sense of belonging* terhadap aktifitas dakwah. *Sense of belonging* di sini lebih tepat diartikan bahwa mad'u merasa dakwah sebagai suatu kebutuhan dasar (*fitrah*) yang mengajaknya untuk mengenal dirinya. Mad'u yang disentuh kualitas fitrahnya akan mudah menyahuti seruan yang diarahkan kepadanya secara sukarela. Pesan-pesan dakwah yang

dirumuskan akan mengarahkan pada pemberdayaan mad'u ke arah kemandirian untuk pengembangan diri menurut tuntunan Islam.

Sebaliknya, sentrifugal dalam konteks dakwah Islam dirumuskan sebagai suatu aktifitas dakwah yang memiliki kecenderungan penciptakan otoritas pada pihak da'i secara sepihak. Sifat otoritarian inilah yang akan membelenggu pihak sasaran atau mad'u untuk menerima ide atau gagasan, ajakan, bahkan perintah dari da'i secara *fait accompli*.⁸ Otoritas da' dalam melakukan intervensi tersebut, cenderung menjadikan mad'u semakin menjauhi pihak subjek dakwah itu sendiri.

Dakwah sentrifugal menjadikan pihak da'i lebih memiliki wewenang (otoritas) terhadap mad'u dalam rangka merumuskan perencanaan atau pelaksanaan dakwah. Otoritas da'i cenderung bersikap subjektif membawa bendera kebenarannya secara sepihak, bahkan melakukan intervensi terhadap mad'u untuk menerima "sepenuhnya" dakwahnya, sementara mad'u adalah pihak yang perlu dilampiaskan dengan menggunakan emosional da'i secara sepihak tanpa memberikan peluang bagi mad'u untuk menggunakan hak-haknya sebagai orang yang menerima pesan Islam untuk mengkritisi atau menolak seruan yang disampaikan.

Dakwah sentrifugal menjadikan da'i kurang bersikap kooperatif dengan mad'u, sehingga posisi keduanya tidak paralel. Da'i dengan kapasitas otoritasnya akan mendikte mad'u secara leluasa tanpa memperhitungkan posisi mad'u secara komprehensif, baik menyangkut pikiran, perasaan, maupun lingkungan (medan) sosialnya. Da'i merasa dirinya sebagai seorang '*the ambassador of an authoritarian system*' (wakil dari suatu sistem yang otoriter) yang kurang mampu berperan sebagai *co-thinker* dan bersikap *cooperative* terhadap mad'unya.⁹

⁸Kamu Inggris-Indonesia menyebutkan, *fait accompli* berarti: "ketentuan yang harus diterima". Lihat John M Echols, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta: Gramedia, 1990), hal. 231. *Fait accompli* yang dimaksudkan dalam konteks da'wah adalah aktivitas da'wah Islam yang lebih dominan menekan pihak mad'u untuk "semata-mata" harus mengikuti keinginan da'i secara sepihak. Da'i cenderung menekan (dengan gaya retorika atau penggunaan dalil-dalil agama secara emosional) mad'u untuk mendengarkan dan melaksanakan segala seruan dan "titahnya", tanpa memberikan peluang dialog atau bersikap kritis terhadap seruan yang disampaikan. Lihat lebih lanjut dalam Ismail Raji Al-Faruqi and Lois Lamya al-Faruqi, *The Cultural Atlas of Islam*, New York: Macmillan Publishing Company, 1986..hal. 185.

⁹Ismail R. Al-Faruqi, *Islam and Other Faiths*, ed. Atallah Siddiqui, (United Kingdom: The Islamic Foundation, 1998), hal. 309.

Pendekatan sentrifugal dalam aktifitas dakwah juga memiliki kecenderungan menghambat kreatifitas berpikir dan rasionalitas mad'u. Hal ini sangat bertentangan dengan prinsip dasar dakwah yang menempatkan mad'u pada posisi yang bukan "objek" atau lahan garapan kebenaran, melainkan memberikan hak yang seluas-luasnya untuk menerima atau menolak seruan yang disampaikan kepadanya, yakni setelah melalui mekanisme berpikir secara sadar. Islam sendiri membeberkan kebenaran, secara natural dan rasional, dengan maksud memberikan peluang kepada manusia untuk memikirkannya sehingga dengan penuh kesadaran akan mengantarkannya pada kebenaran yang mutlak dan hakiki.¹⁰ Sentrifugalistik sangat bertentangan dengan tema *amr ma'rūf* yang justru mengandung interpretasi pembebasan terhadap otoritas yang membebani mad'u.

2. Landasan dan Prinsip Umum Dakwah

Dakwah merupakan seperangkat sistem yang dipercayakan untuk mengantar umat manusia agar mendapatkan suatu pedoman manusia yang tidak dapat secara langsung diberikan, sebagaimana halnya pada nabi atau rasul. Sayyid Qutb memberi batasan dakwah dengan 'mengajak' atau 'menyeru' kepada orang lain masuk kedalam *sabil* Allah. Bukan untuk mengikuti dai atau sekelompok orang. Dakwah sendiri dapat didefinisikan menjadi empat pengertian, yaitu: *pertama*, ajakan kejalan Allah. *Kedua*, dilaksanakan secara berorganisasi. *Ketiga*, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah. *Keempat*, sasaran bisa secara *fardiyah* atau *jama'ah*.¹¹

Dakwah merupakan kewajiban syar'iyah, sebagaimana sebagaimana tercantum di dalam Al-Qur'an maupun As-Sunnah, seperti firman Allah:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (Q.S. An-Nahl: 125)

¹⁰Ismail R. Al-Faruqi, *Islam and...*hal. 311

¹¹ Wahyu Ilhami, M.A., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), hal.. 14-15

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar ; merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Ali Imran: 104)

Signifikansi dakwah Islam juga tergambar dalam beberapa Sabda Rasulullah Saw, antara lain:

“Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka cegahlah dengan tanganmu, apabila belum bisa, maka cegahlah dengan mulutmu, apabila belum bisa, cegahlah dengan hatimu, dan mencegah kemungkaran dengan hati adalah pertanda selemah-lemah iman”
“Ajaklah mereka memeluk Islam dan beritahu mereka apa-apa yang diwajibkan atas mereka yang berupa hak Allah di dalamnya. Demi Allah, Allah memberi petunjuk kepada seseorang lantaran engkau, adalah lebih baik bagimu daripada engkau memiliki unta merah”.

Dengan penjabaran demikian, dakwah Islam memiliki beberapa karakter yang membedakannya dari dakwah-dakwah yang lain. Ada beberapa karakteristik di antaranya ialah:

- a. *Wasathiyah*, artinya tengah-tengah atau seimbang.
- b. *Rabaniyah*, artinya bersumber dari wahyu Allah.
- c. *Ijabiyah*, artinya positif dalam memandang alam, manusia, dan kehidupan.
- d. *Waqi'iyah*, artinya realistis dalam memperlakukan individu dan masyarakat.
- e. *Akhlaqiyah*, artinya sarat dengan nilai kebenaran, baik dalam sarana maupun tujuannya.
- f. *Syumuliyah*, artinya utuh dan menyeluruh dalam manhajnya.
- g. *Alamiyah*, bersifat mendunia.
- h. *Syuriyah*, berpijak di atas prinsip musyawarah dalam menentukan segala sesuatunya.
- i. *Jihadiyah*, artinya terus memerangi siapa saja yang berani menghalang-halangi Islam, dan mencegah tersebarnya dakwah.
- j. *Salafiyah*, artinya menjaga orisinalitas dalam pemahaman dan akidah.¹²

¹² Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqih Dakwah; Studi atas berbagai prinsip dan kaidah yang harus dijadikan acuan dalam dakwah islamiah*, Solo, 2011.

Dakwah tidak akan berhasil apabila seorang da'i tidak menyerahkan dirinya secara totalitas untuk berjuang di jalan Allah. Dakwah yang berhasil ialah dakwah yang efektif membimbing manusia untuk amar ma'ruf dan nahi mungkar. Banyak faktor yang mendukung keberhasilan dakwah ini, di antaranya ialah:

- a. Pemahaman yang mendalam.
- b. Keimanan yang kuat.
- c. Kecintaan yang kukuh.
- d. Kesadaran yang sempurna.
- e. Kerja yang kontinu

Dalam rangka mencapai tujuan yang mulia itu, seorang muslim harus bersedia menjual diri dan hartanya kepada Allah, sampai dia tidak memiliki apa-apa. Dia menjadikan dunia hanya untuk dakwahnya, demi untuk memperoleh keberhasilan akhirat, sebagai pembalasan atas pengorbanannya. Allah berfirman:

“Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang yang beriman diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka (At-Taubah:111)

3. Teori Pesan Dakwah

Teori-teori dakwah bisa dilakukan dengan mengambil teori-teori yang ada dalam ilmu komunikasi atau ilmu sosial lainnya, kemudian teori tersebut diperkuat atau dianalisis dengan menggunakan sumber-sumber Islam, seperti Al-Qur'an, Al-Hadits, atau dari pemikiran para cendekiawan dan ilmuwan muslim.¹³

a. Teori Retorika

Retorika merupakan teknik penyampaian pesan yang paling banyak digunakan dalam dakwah Islam dan telah memiliki sejarah yang panjang. Dalam perkembangannya, retorika tidak hanya mengandalkan talenta, tetapi berkembang menjadi teori yang dapat dipelajari. Retorika menjadi seni untuk menyampaikan pesan secara efektif, khususnya seni berpidato. Bagi Aristoteles, retorika adalah seni persuasi. Suatu yang harus singkat, jelas, dan meyakinkan dengan keindahan bahasa yang disusun untuk hal-hal yang bersifat memperbaiki (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*), dan mempertahankan (*defensive*).

b. Teori Hermeneutika

Kajian hermeneutika bertitik tolak dari gerakan oleh orang-orang Kristen Protestan di Eropa pada tahun 1960-an yang mencoba mengkritisi isu-isu teologi yang muncul pada saat itu. Kemudian hermeneutika berkembang menjadi kajian penafsiran kitab suci terutama di Amerika. Selanjutnya, kajian tersebut dipakai oleh para orientalis dan pemikir Muslim dalam mengkaji dan mengkritisi penafsiran terhadap ayat-ayat Al-Qur'an.

Dalam ilmu komunikasi, teori hermeneutika merupakan bagian dari tradisi fenomenologi. Tradisi tersebut amat menekankan pada unsur penafsiran (interpretasi). Interpretasi merupakan proses aktif pikiran dan tindakan kreatif dalam mengklarifikasi pengalaman pribadi. Interpretasi dalam pandangan fenomenologi tidak bisa dipisahkan dengan realitas.

Selain membangun sikap kritis mad'u terhadap pesan yang disampaikan, teori hermeneutika juga bermanfaat dalam pengembangan pesan. Seorang da'i

¹³Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 151.

hendaknya memerhatikan sejarah terbentuknya teks, gramatika bahasa dan konteks dalam memahami pesan yang bersumber dari Al-Qur'an maupun al-Hadis. Dengan cara tersebut diharapkan da'i memiliki pemahaman yang utuh terhadap ajaran Islam dan dapat menyampaikan nilai-nilai Islam sebagai pesan dakwah sesuai Da'i perlu meminimalisir penyampaian pesan dakwah yang keluar dari konteks kehidupan masyarakat dan tingkatan kebutuhan mad'u.

c. Teori Sanad

Kajian tentang sanad ini dapat dijadikan sebagai teori pesan dakwah, khususnya dakwah antar individu. Ada beberapa prinsip dasar yang bisa diambil dari kajian sanad hadits, yaitu : *Pertama*, ketersambungan pesan yang disampaikan. Pesan yang kurang jelas, terlalu banyak, dan menggunakan kata-kata yang abstrak dan multitafsir merupakan sebagian dari faktor yang menyebabkan pesan dakwah tidak sambung. *Kedua*, kredibilitas pemberi pesan. Dalam menyampaikan hadis, kredibilitas perawi amat menentukan kualitas hadis. Demikian juga – ketika teori tersebut digunakan – kualitas pesan banyak ditentukan oleh kapabilitas dan pengalaman dari pemberi pesan. Pesan yang sama akan dimaknai berbeda dikarenakan perbedaan pada kapabilitas seseorang beri pesan. *Ketiga*, materi yang disampaikan tidak boleh menyimpang dengan aturan yang ada. Maksudnya dalam setiap penyampaian pesan dakwah hendaknya mengacu kepada sumber ajaran Islam dan mengenali karakteristik pesan dakwa sehingga apa yang disampaikan benar-benar sesuai dengan ajaran Islam.

d. Teori Filantropi

Kata filantropi berasal dari kata *philos* berarti mencintai dan menyayangi dan *antropo (s)* berarti manusia. Jadi secara etimologi, filantropi mengandung makna mencintai atau menyayangi manusia. Dalam bahasa Inggris, filantropi mengacu pada: *pertama*, usaha atau kecenderungan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. *Kedua*, kecintaan manusia secara umum. *Ketiga*, sesuatu seperti kegiatan atau lembaga yang diadakan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia.

Tindakan filantropi (kedermawanan) merupakan bagian dari aktivitas dakwah bil hal. Pesan dalam dakwah bil hal berupa perbuatan nyata baik dalam bentuk keteladanan, pembangunan masyarakat (community development), penataan manajemen, maupun dalam bentuk aktivitas seni yang bernapaskan Islam.

Teori filantropi sebagai teori pesan dakwah dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut: *pertama*, memangun persepsi yang positif di masyarakat, tentang peran dan efek dari perilaku kedermawanan bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Kedua, mempraktikan dan memberi contoh kepada masyarakat tentang pelaksanaan filantropi yang sesuai dengan ajaran Islam. Ketiga, membentuk lembaga filantropi sebagai wadah untuk mngelola dan mendistribusikan hasil penggalangan dana secara profesional. Keempat, membuat strategi dan program yang menarik, sehingga masyarakat luas tertarik untuk berpartisipasi dalam program filantropi. Kelima, adanya kerja sama yang baik antara filantropi dengan dai dan antara lembaga filantropi, sehingga masyarakat lebih mengenal dan memahami konsep filantropi dan aplikasinya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif, bercorak *library research* (studi referen-si), dan menggunakan pendekatan rasionalistik yang abstraktif, simplifikatif, serta memungkinkan dilakukannya pemaknaan rasional atas obyek kajian. Secara metodologis, penahapan penelitian dilakukan dalam dua langkah, yakni:

- a. Pengumpulan berbagai data relevan yang terdiri atas tiga kategori. Kategori *pertama* berkaitan dengan konsep sentrifugal. Kategori *kedua* berhu-bungan dengan persoalan mad'u dengan segenap prinsip atau karakteristiknya. Kategori *ketiga* menyangkut persoalan pesan yang dikaji untuk mengetahui bagaimana posisi suatu pesan dalam proses komunikasi, termasuk dakwah Islam.
- b. Data-data yang ada berupa buku, artikel, jurnal, maupun berbagai bahan dalam bentuk lain mengenai dakwah Islam dan komunikasi dikumpulkan, diklasifikasikan menurut keseragaman masalah, lalu disusun dan dianalisis berdasarkan konstruksi sistematika penulisan yang telah diformat baku.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif.¹⁴ Pendekatan normatif digunakan karena untuk meneliti atau mendeskripsikan dan menjelaskan normatifitas dan konsep dakwah yang ada, meliputi: dalil-dalil normatif yang tersebut dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits serta konsep atau kostruk dakwah yang ada melalui bacaan-bacaan atau literatur (buku, makalah, karya tulis), terutama yang mengandung tesa-tesa yang mampu memberikan kontribusi terhadap pemecahan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini.

D. HASIL PENELITIAN

1. Posisi Ideal Da'i

Orang-orang yang **terlibat** aktivitas dakwah sebagaimana yang dilakukan oleh para Nabi dan Rasul, maka ia harus terlebih dahulu menjadikan dirinya sebagai teladan dalam hal keutamaan, kemuliaan dan kebaikan. Islam harus tercermin di dalam dirinya; baik menyangkut berbagai pemikiran, hukum, maupun sifat-sifat dan akhlak yang baik dan utama. Jika Islam belum tercermin dalam dirinya, maka orang tersebut kurang memiliki syarat untuk mengemban dakwah. Kalaupun ia berusaha untuk melakukannya, jelas ia tidak akan pernah berhasil; kebaikan juga tidak akan pernah terwujud melalui tangannya.

Seorang aktivis dakwah sudah semestinya memahami bahwa apabila ia tidak mempersiapkan dirinya agar Islam terintegrasi di dalam dirinya, baik dalam berbagai pemikiran, hukum, maupun sifat-sifat islami yang harus dimilikinya, berarti ia belum memenuhi kualifikasi untuk mengemban dakwah. Setiap aktivis dakwah **harus** merepresentasikan dan mewujudkan Islam dalam dirinya; baik dalam ucapannya, prilakunya, maupun sifat-sifatnya. Apabila Islam tidak tercermin dan terwujud dalam ucapan, perilaku, dan sifat-sifatnya, ia tidak bisa disebut sebagai seorang aktivis dakwah; ia hanyalah seorang muslim kebanyakan.

Seorang aktivis dakwah idealnya adalah cermin atau representasi Islam satu-satunya yang real ketika **daulah Islam** yang merupakan cermin/representasi Islam yang paling besar, tidak ada. Karena itu, seorang aktivis dakwah ketika berkata wajib hanya

¹⁴ Jonny Ibrahim 2005. *Teori dan Metodologi Hukum*. Surabaya. Hal 315

mngucapkan pemikiran atau hukum-hukum Islam saja atau yang tidak bertentangan dengan Islam; ketika berperilaku wajib melakukan hal-hal yang sesuai dengan Islam semata. Disamping itu, ia wajib mensifati dirinya hanya dengan sifat-sifat yang islami dan akhlak-akhlak yang terpuji. Seorang tidak pantas disebut aktivis dakwah jika ia tidak memiliki salah satu saja dari ketiga aspek –*ucapan, perilaku dan sifat-sifat*- tersebut.

Keefektifan komunikasi dakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi, tetapi juga oleh diri komunikator. Fungsi da'i dalam pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat, dan perilakunya. Komunikan yang akan mengkaji siapa komunikator yang akan menyampaikan pesan tersebut. Jika ternyata informasi yang diutarakan tidak sesuai dengan diri komunikator – betapapun tingginya teknik komunikasi yang digunakan- maka hasilnya tidak akan sesuai yang diharapkan.¹⁵

Di sisi lain untuk mendukung keberhasilan dan legitimasi pelaku dakwah selaku komunikator, pelaku dakwah harus berupaya memiliki dan membina sifat-sifat sebagai berikut.

- a. Harus benar-benar istiqomah dalam keimanannya dan percaya seyakin-yakinnya akan kebenaran agama Islam yang dianutnya untuk kemudian diteruskannya kepada umat. (Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 285, Al-Qur'an Surat Fushilat ayat 30).
- b. Harus menyampaikan dakwahnya dengan lidahnya sendiri. Dia tidak boleh menyembunyikan kebenaran, apalagi menukar kebenaran tersebut dengan nilai harga yang rendah. (Ali 'Imran ayat 187).
- c. Menyampaikan kesaksiannya tentang kebenaran itu, tidak saja dengan lidahnya, tetapi sejalan dengan perbuatannya. (Al-Baqarah ayat 44, Surat Ash-Shaff ayat 3).
- d. Berdakwah secara jujur dan adil terhadap semua golongan dan kelompok umat dan tidak terpengaruh dengan penyakit hati, seperti hasad, sombong, serakah, dan sebagiannya.
(Al-Maidah ayat 8, Al-Hujurat ayat 10).

¹⁵ Wahyu Ilhami, M.A., *Komunikasi ...*, hal.. 19.

- e. Berdakwah dengan niat yang ikhlas hanya karena Allah dan mengharapkan ridhanya.
(Al-Baqarah ayat 265, Al-Bayannah ayat 5).
- f. Menjadikan Rasulullah saw. Sebagai contoh teladan utama dalam segenap kehidupan baik pribadi maupun rumah tangga dan keluarga. (Al-Ahzab ayat 21).
- g. Mempunyai keberanian moral dalam berdakwah, namun memahami batas-batas keimanan yang jelas. (Al-An'am ayat 108, Al-Fath ayat 29).
- h. Mengutamakan persaudaraan dan persatuan umat, sebagai perwujudan ukhuwah Islamiyah. (Al-Hujurat ayat 10, Surat Al-Hasyr ayat 9).
- i. Bersifat terbuka, penuh toleransi, lapang dada dan tidak memaksa. (Al-Baqarah ayat 256, Al-'Ashr ayat 3).
- j. Tetap berjihad dalam kondisi bagaimanapun, dengan keyakinan bahwa Allah akan berpihak pada yang benar dan member petunjuk untuk itu. (Al-Jumu'ah ayat 10-11).¹⁶

Seorang da'i juga harus mengetahui bahwa yang berpengaruh bukan hanya apa yang dia katakan, melainkan juga keadaan dia sendiri. *He doesn't communicate what he says, he communicate what he is*. Da'i tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang dia bicarakan. Kadang-kadang siapa lebih penting daripada apa, walaupun ada sebuah kata dalam Islam "lihatlah apa yang dikatakan dan jangan lihat siapa yang mengatakan". Aristoteles menyebut karakter komunikator ini adalah ethos, ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak baik dan maksud yang baik. Semua itu bisa dikatakan dengan sebutan kredibilitas seorang da'i. Tetapi kita tidak hanya melihat pada kredibilitas sebagai faktor yang mempengaruhi efektifitas dakwah. Kita juga harus melihat dari unsur lainnya yaitu: atraksi komunikator (*source attractiveness*) dan kuasa (*source power*). Hanya saja diantara ketiga factor diatas, yang sangat dibutuhkan oleh seorang da'i adalah suatu kredibilitas tinggi dalam menyampaikan pesan.

¹⁶Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*, (Jakarta: Hamzah., 2007), hal. 49-51

2. Posisi Mad'u dalam Dakwah

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa objek dakwah atau sasaran dakwah secara umum adalah seluruh manusia, dan objek dakwah secara khusus dapat ditinjau dari berbagai aspek. Secara khusus sebagai berikut:

- a. Aspek usia: anak-anak, remaja dan orang tua
- b. Aspek kelamin: laki-laki dan perempuan
- c. Aspek agama: Islam dan kafir atau non muslim
- d. Aspek sosiologis: masyarakat terasing, pedesaan, kota kecil dan kota besar, serta masyarakat marjinal dari kota besar
- e. Aspek struktur kelembagaan: priyayi, abangan dan santri
- f. Aspek ekonomi: golongan kaya, menengah, dan miskin
- g. Aspek mata pencaharian: petani, peternak, pedagang, nelayan, pegawai, dan lain lain.
- h. Aspek khusus: golongan masyarakat tuna susila, tuna netra, tuna rungu, tuna wisma
- i. Aspek komunitas masyarakat seniman, baik musik, seni lukis, seni pahat, seni tari, dan lain-lain.¹⁷

Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan yaitu:

- a. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- b. Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. Golongan yang berbeda dengan golongan diatas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tak sanggup mendalami benar.¹⁸

¹⁷<http://remajasampit.blogspot.co.id/2012/04/objek-dakwah-madu.html>

¹⁸Wahyu Ilhami, M.A., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), hal.. 20

Masalah yang dihadapi dalam hal ini sangat kompleks, meliputi hal-hal berikut.

- a. Masalah keimanan atau ketauhidan, yang semakin lemah dan banyak dicemari oleh perbuatan syirik, khurafat dan takhayul, terutama di lapisan masyarakat yang kurang pendidikan agamanya.
- b. Masalah ekonomi, yang dipicu oleh krisis moneter dan kondisi kehidupan dibawah garis kemiskinan, banyaknya pengangguran, sulitnya lapangan pekerjaan, lemahnya etos kerja, dan keterampilan terbatas.
- c. Masalah sosial yang semakin menonjol seperti menurunnya kepedulian antarsesama, tenggang rasa yang semakin berkurang, keluarga yang tidak harmonis, kenakalan remaja, prostitusi dan penyalahgunaan obat-obat terlarang, dan sebagainya.
- d. Masalah budaya yang sekularistik dan hedonistic. Media komunikasi dan informasi dengan teknologi yang semakin canggih telah membuat tanggul kekuatan moral dan akhlak tak berdaya. Pergaulan bebas tanpa menghiraukan norma-norma agama semakin merata terutama dikalangan remaja, tindak kriminalitas, perkosaan, dan pembunuhan telah menjadi berita harian, budaya sogok, korupsi, dan komisi seperti telah menjadi kebutuhan yang dilegalkan.¹⁹

Pemeran utama dalam proses komunikasi adalah manusia. Dalam hal ini kita memandang komunikasi justru pada perilaku manusia komunikasi. Dimulai dari menganalisa berapa banyak “noise” terjadi sebelum pesan sampai pada komunikee atau mad’u, dan berapa banyak pesan yang hilang. Kemudian membicarakan bagaimana manusia memproses pesan yang diterimanya, bagaimana cara berfikir dan cara melihat manusia dipengaruhi oleh lambang-lambang yang dimiliki.

Dalam dakwah juga harus memperhatikan faktor-faktor personal dan situasional yang mempengaruhi perilaku manusia atau komunikasi atau mad’u. dakwah sendiri menggunakan teori komunikasi persuasi. Teori-teori persuasi sudah lama menggunakan konsepsi psikoanalisis yang melukiskan manusia sebagai makhluk yang digerakkan oleh keinginan-keinginan terpendam (*Homo Volens*). Teori “Jarum Hipodermik” (yang

¹⁹Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*, (Jakarta: Hamzah., 2007), hal. 51-52

menyatakan media massa sangat berpengaruh) dilandasi konsepsi behaviorisme yang memandang manusia sebagai makhluk yang digerakkan semesta oleh lingkungan (*Homo Mechanicus*). Teori pengolahan informasi jelas dibentuk oleh konsepsi psikologi kognitif yang melihat manusia sebagai makhluk yang aktif mengorganisasikan dan mengolah stimuli yang diterimanya (*Homo Sapiens*). Teori-teori komunikasi interpersonal banyak dipengaruhi konsepsi psikologi humanistik yang menggambarkan manusia sebagai pelaku aktif dalam merumuskan strategi transaksional dengan lingkungannya (*Homo Ludens*).²⁰

Oleh karenanya, objek dakwah sebaiknya diklasifikasikan agar memudahkan pelaksanaan dakwah, seperti kelompok awam dan intelektual, kelompok masyarakat kota dan desa, kelompok industri dan pegawai negeri, serta kelompok remaja pria dan wanita. Dengan pegelompokan itu diharapkan pelaksanaan dakwah akan lebih intensif dan terkendali. Apabila objek dakwah sudah jelas dari segala aspek, maka pelaku dakwah (da'i) lebih mudah untuk mengenal dan dapat mensinkronkan dengan kegiatan dakwah yang akan diproyeksikan. Kegiatan dakwah yang punya kolerasi dengan permasalahan kehidupan yang dihadapi masyarakat akan menjadikan dakwah lebih berkesan dan menarik untuk diikuti.

Para da'i tidak cukup hanya mengetahui objek dakwah secara umum dan secara khusus tersebut, tetapi yang lebih penting lagi yang harus diketahui adalah hakikat objek dakwah atau sasaran dakwah itu sendiri. Adapun hakikat objek dakwah adalah seluruh dimensi problematika hidup objek dakwah, baik problem yang berhubungan dengan aqidah, ibadah, akhlaq, mu'amalah, pendidikan, sosial, ekonomi, politik, budaya, dan sebagainya.

3. Bentuk-Bentuk Otoritas Da'i Dalam Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, otoritas diartikan sebagai:

- a. Kekuasaan yang sah yang diberikan kepada lembaga dalam masyarakat yang memungkinkan para pejabatnya menjalankan fungsinya;
- b. Hak untuk bertindak;
- c. Kekuasaan; wewenang;

²⁰Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 17-18

- d. Hak melakukan tindakan atau hak membuat peraturan untuk memerintah orang lain²¹

Kata “otoritas” serta kaitannya dengan kekuatan, dominasi, daulat, yurisdiksi, serta pengaruh, memiliki kecenderungan pada penguatan elemen yang terkandung di dalamnya untuk bergerak menjadi sebuah kekuatan independen. *Kamus American Heritage* menyebutkan bahwa otoritas adalah kuasa untuk menegakkan hukum, untuk menciptakan ketaatan, kemampuan memerintah atau menghakimi. Kuasa untuk mempengaruhi, mengatur orang lain, otorisasi. *Kamus Barons* menyebutkan bahwa otoritas adalah kemampuan untuk mengarahkan supaya pekerjaan dapat terlaksana dengan baik. Otoritas hanya bisa berjalan baik jika seseorang mau menerima arahan tersebut.

Menurut Weber, kata *authority* diturunkan dari kata bahasa Latin "*auctoritas*", biasanya digunakan di dalam hukum Roma untuk menghadapi orang-orang yang menentang pemerintahan atau keputusan pemerintah. Dalam *Weberian Sociology*, *authority* dianggap sebagai bagian dari kekuasaan. Otoritas dianggap sebagai kuasa yang terlegitimasi dan terlindungi secara hukum untuk menjalankan kekuasaan atas diri orang lain. Otoritas dianggap sebagai hak atau kuasa yang terjustifikasi untuk memerintah, menegakkan hukum bahkan mengadili, yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi atau memerintah orang lain.

Dari berbagai pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa otoritas itu berhubungan dengan kekuasaan yang dimiliki seseorang atau sekelompok orang yang memiliki hak, wewenang dan legitimasi untuk mengatur, memerintah, memutuskan sesuatu, menegakkan aturan, menghukum atau menjalankan suatu mandat bahkan untuk memaksakan kehendak. Melalui pengertian tersebut, otoritas memiliki kaitan yang sangat erat dengan kekuasaan yang dimiliki oleh seseorang.

Persoalan otoritas, terutama otoritas keagamaan, menjadi arena kontestasi berbagai kelompok-kelompok keagamaan. Dengan menggenggam otoritas, tidak jarang tindakan-tindakan otoriter dipamerkan dengan menghakimi kelompok lain yang dianggap melenceng dari rel keagamaan yang dianggap mapan. Bukan hanya soal penghakiman “aliran sesat”, otoritas juga sering digunakan untuk mengontrol pemeluk agama lain. Mengontrol di sini

²¹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hal. 276

dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku pemeluk agama lain yang dikhawatirkan mengancam agama pemilik otoritas itu. Dengan memegang otoritas, Tuhan seolah bersemayam dalam diri orang itu. Ucapan dan tindakannya dianggap mewakili ucapan dan tindakan Tuhan. Akibatnya, melawan ucapan dan tindakan pemegang otoritas dianggap sama dengan melawan ucapan dan tindakan Tuhan. Pada titik ekstrem ini, otoritas agama akan mengancam keragaman dalam kehidupan agama, baik keragaman pemahaman agama maupun keragaman ekspresi keagamaan.

Dakwah Islam yang dilakukan secara radikal akan memunculkan fenomena otoritarian terutama terhadap posisi mad'u yang memiliki hak untuk menerima atau menolak seruan. Bentuk-bentuk otoritas da'i dalam dakwah dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Personal:
 - a. Identitas diri yang kerap dimodifikasi, sehingga mad'u terhipnotis untuk mengetahui yang sebenarnya.
 - b. Tidak konsisten antara sikap, perkataan, perbuatan dengan apa yang diketahui dan diyakininya.
2. Isi Pesan:
 - a. Pesan dakwah disampaikan tidak dilandasi bukti-bukti atau dalil-dalil yang kuat.
 - b. Pesan dakwah mengacu pada asumsi yang tidak argumentatif, lebih mengedepankan dugaan-dugaan.
 - c. Lebih bersifat instruktif, tanpa didasari pada aspek kepentingan mad'u dan kaedah klausul Tri-Partiat.
 - d. Pesan terlalu abstrak, tidak membumi, sehingga menyulitkan mad'u dalam memahami esensi pesan secara benar.
3. Bahasa:
 - a. Penggunaan bahasa penyampaian yang provokatif.
 - b. Bahasa dimodifikasikan untuk menyampaikan pesan-pesan yang pada dasarnya tidak penting atau benar.

4. Dampak terhadap Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.²² Sementara Astrid mengatakan bahwa pesan adalah, ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.²³ Pesan adalah keseluruhan dari pada apa yang di sampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.²⁴

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan dalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah. *Pertama*, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. *Kedua*, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima seseorang; dan *ketiga*, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah.²⁵ Dakwah sebagai aktivitas internalisasi, transmisi, transformasi, dan difusi ajaran Islam, dalam prosesnya melibatkan unsur *da'i*, pesan, metode, media, dan *mad'u* yang merupakan satu kesatuan yang saling terkait antara satu unsur dan unsur lainnya. Adapun respon, tujuan, dan dimensi ruang dan waktu merupakan sesuatu yang melekat (*iltizam*) proses dakwah, yaitu sesuatu yang berada di luar unsur dakwah, tetapi tidak dapat terpisahkan dari proses dakwah.²⁶

Uraian di atas menjelaskan bahwa pesan dakwah merupakan realitas dakwah yang muncul dari interaksi antara unsur *da'i* dan *mad'u*. Kemungkinan penerimaan atau penolakan *mad'u* terhadap kedua unsur tersebut baik secara psikologi maupun sosiologi, problematika perencanaan penyajian pesan dakwah yang didasarkan atas fakta empiris yang ada pada *da'i*

²²Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 9.

²³Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Bandung: BinaCipta,1997), hal. 7

²⁴A.W Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bina Aksara,1986),hal.14.

²⁵Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 140.

²⁶Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Persektif Al-Qur'an*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hal. 155.

dan mad'u, pengenalan, pemahaman dan empati da'i terhadap realitas empiris yang ada pada mad'u, demikian juga sebaliknya.²⁷

Pada dasarnya, unsur pesan dakwah memiliki kemandirian luar biasa yang mampu memberikan pengaruh, kendatipun tanpa melibatkan pihak da'i sama sekali. Oleh sebab itu, pendekatan sentrifugalistik akan memberikan pengaruh terhadap netralitas sebuah pesan dakwah disebabkan otoritas da'i yang cenderung menaikkan posisinya secara tidak realistik.

E. PENUTUP

Seorang da'i tidak hanya memperhatikan siapa yang akan diberikan pesan, melainkan juga harus memahami tentang karakter diri sendiri dan apa saja yang harus diperhatikan sebagai seorang da'i. Boleh jadi, keberhasilan suatu dakwah itu disebabkan karena pengaruh dari da'i itu sendiri, tetapi memahami karakter mad'u juga harus diperhitungkan. Bila sasaran dakwah sudah dikenal, pesan akan lebih mudah disampaikan. Jadi seorang da'i harus mampu membedakan sasaran dakwah dan pesan yang akan disampaikan sesuai dengan aspek sosial, ekonomi, pendidikan dan psikologis mad'u atau komunikan.

Dakwah dengan pendekatan sentrifugalistik memberi pengaruh yang signifikan terhadap penerima pesan dakwah (mad'u) dan juga terhadap pesan itu sendiri. Pengaruh terhadap mad'u lebih dominan dalam aspek kemandirian atau poisis mad'u yang dari sejak awal dalam kondisi bebas pengaruh (*free consent*) atau merdeka dari pihak manapun.

Pesan dalam dakwah sentrifugalistik mengalami pengaruh dari aspek netralitasnya disebabkan otoritas berlebihan dari pihak da'i. Otoritas tersebut sangat beragam yang muncul dari faktor personal, bahasa, isi pesan yang disampaikan. Munculnya intervensi atau otoritas yang berlebihan pelaku dakwah terhadap aktivitas dakwah

²⁷Sulthon Muhammad, *Desain Ilmu Dakwah*, (Semarang: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 102.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bina Aksara, 1986.
- Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- AS. Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, (Oxford: Oxford University Press, 1955.
- Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Persektif Al-Qur'an*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Dr. Abdullah Muhammad Zin, *Islamic Da'wah (Mission): The Defination, Conception and Foundation*, Kuala Lumpur: Pustaka Antara, 1995.
- Ensiklopedi Nasional Indonesia*, Cet. IV, (Bekasi: Delta Pamungkas, 2004.
- Ismail R. Al-Faruqi, *Islam and Other Faiths*, ed. Ataulloh Siddiqui, United Kingdom: The Islamic Foundation, 1998.
- Ismail Raji Al-Faruqi and Lois Lamya al-Faruqi, *The Cultural Atlas of Islam*, New York: Macmillan Publishing Company, 1986.
- Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Jonny Ibrahim. *Teori dan Metodologi Hukum*. Surabaya. 2005.
- Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Dakwah; Studi atas berbagai prinsip dan kaidah yang harus dijadikan acuan dalam dakwah islamiah*, Solo.
- Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*, Jakarta: Hamzah., 2007.
- Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam: dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Sulthon Muhammad, *Desain Ilmu Dakwah*, Semarang: Pustaka Pelajar, 2003.
- Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, Bandung: BinaCipta, 1997.
- The Encyclopedia Americana*, Canada: Americana Corporation, 1980.
- Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- Wahyu Ilhami, M.A., *Komunikasi Dakwah*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010.