

## **POLA KOMUNIKASI DAKWAH DA'I DAN DA'YAH KOTA BANDA ACEH**

**Syukri Syamaun<sup>1</sup> \* Eka Yuliyastika<sup>2</sup>**

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

\*email: syukri\_syamaun@yahoo.com

### ***Abstract***

*This research focus on types of communication that callers use in conveying Islam in Banda Aceh. The aims of this reasearch are to indicate what kinds of communication that always uses those callers to convey any messages of Islam to many different called in Banda Aceh. Qualitative descriptive methods considered accord with the issues and primer data itself is generated by interview toward chossen responden. The research shows that all the calers use all types of communication in their activities of da'wah depend on peoples they face. The types of communication they use are interpersonal communication, group communication, public communication, and mass communication.*

**Keywords:** *Communication Patterns, Da'wah, Da'i and Da'iyah*

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji tentang pola komunikasi yang digunakan da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh dalam menyampaikan dakwah. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pola komunikasi yang digunakan oleh da'i dan da'iyah dalam dalam menyampaikan dakwah di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara terhadap para da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh menggunakan pola komunikasi bervariasi dalam melakukan dakwahnya, seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

**Kata kunci:** *Pola Komunikasi, Dakwah, Da'i dan Da'iyah*

## PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban manusia ternyata memberikan dampak semakin berkembang pula teknologi komunikasi dan informasi pada semua jenis media komunikasi massa (media cetak, elektronik dan online). Berbicara tentang komunikasi memang tidak pernah habis, sejak lahir kita sudah melakukan komunikasi dengan cara pribadi, kelompok, publik, massa, dan interaksi berlangsung secara tatap muka, dalam bentuk (verbal) maupun (nonverbal). Manusia akan selalu membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi. Dengan berkomunikasi, setiap orang akan mengenal dirinya dan orang lain secara tepat.

Terdapat berbagai pola atau bentuk komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan kepada orang lain baik secara linear maupun sirkuler, atau berlangsung secara satu arah, dua arah, atau multi arah. Pada prinsipnya, kebutuhan komunikasi merupakan suatu keniscayaan dalam setiap kegiatan hidup manusia termasuk kegiatan keagamaan seperti dakwah Islam. Pelaku dakwah kerap melakukan interaksi dengan mad'u sebagai proses penyampaian pesan-pesan agama sekaligus mengajak mereka untuk senantiasa hidup menurut arahan atau tuntutan Islam. Aktivitas dakwah tidak mungkin melepaskan diri dari proses interaksi antara da'i dan mad'u dalam kaitan mengajak mereka untuk untuk mengamalkan islam secara utuh dan komprehensif.

Bagi seorang pendakwah komunikasi menjadi modal utama untuk dapat menyampaikan pesan dakwahnya secara efektif. Para

pelaku dakwah dituntut untuk memiliki kompetensi untuk mempermudah tercapainya tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya, Seorang da'i dan da'iyah idealnya memiliki kecakapan dalam berkomunikasi, memilih dan menerapkan pola komunikasi yang baik dan benar, supaya pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh mad'u.

Aceh merupakan daerah yang masyarakatnya bermayoritas Islam, salah satunya adalah kawasan Banda Aceh, masyarakat di sini dengan mudah bisa mendapatkan dakwah, karena banyak terdapat da'i dan da'iyah di Kota Banda Aceh yang mampu dalam menyampaikan dakwah. Mengingat da'i dan da'iyah memiliki banyak aktivitas dakwah dan memiliki segmentasi dakwah yang berbeda-beda sehingga perlu pola komunikasi tertentu yang digunakan. Jadi pola apa yang digunakan da'i dan da'iyah dalam menyampaikan dakwah menjadi menarik untuk diamati dan diteliti. Objek atau fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi apa saja yang digunakan da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh dalam menyampaikan dakwah.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian kualitatif deskriptif untuk yang akan digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian

kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.<sup>1</sup> Metode kualitatif ini digunakan karena metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola dan nilai yang dihadapi.<sup>2</sup> Pengambilan metode penelitian kualitatif ini dipandang layak dan sesuai dengan masalah yang diangkat oleh peneliti.

Data lapangan dikumpulkan dengan menggunakan instrumen wawancara terstruktur dengan menggunakan seperangkat pertanyaan baku dan berututan terhadap beberapa sumber dan responden untuk memperoleh formasi yang diperlukan. Analisis data menggunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman: reduksi data, display data, dan menarik kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### **Pola Komunikasi**

Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.<sup>3</sup> Pola komunikasi sering juga disebut dengan istilah konteks komunikasi, tingkat atau level komunikasi, bentuk komunikasi, situasi, keadaan, arena atau jenis, cara, dan katagori. Pola atau konteks komunikasi

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 1.

<sup>2</sup> Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Solo: Ramadhan, 1991), hal. 86.

<sup>3</sup> dari PT. Aneka Cipta, 2004), hal 15

tersebut sangat bergantung pada berbagai kondisi atau situasi terjadinya komunikasi itu sendiri. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Pola atau konteks komunikasi dijelaskan sebagai berikut:

a. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi tidak banyak menarik perhatian para ahli komunikasi, padahal pola atau bentuk komunikasi ini merupakan landasan bagi proses komunikasi lainnya. Komunikasi intrapribadi atau *intrapersonal communication* merupakan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan dirinya sendiri. Bentuk komunikasi ini sebenarnya melekat pada masing-masing dalam melakukan komunikasi antara dua-orang, tiga-orang, kelompok orang publik massa. Dapat dipastikan bahwa sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain, orang terlebih dahulu berkomunikasi dengan diri sendiri walaupun sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.<sup>4</sup>

b. Komunikasi Antarpribadi

Deddy Mulyana menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi diantara dua orang atau tiga orang secara *face to face* (tatap-muka) dimana masing-masing peserta komunikasi dapat mengetahui reaksi lawan

---

<sup>4</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 80.

komunikasinya secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.<sup>5</sup> Komunikasi diadik merupakan pola khusus yang melibatkan hanya dua orang dan memiliki ciri-ciri dimana pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, secara verbal dan/atau nonverbal.

c. Pola Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok sering dipersepsikan dengan komunikasi kelompok kecil atau *small group communication* yang sifatnya *face to face* (tatap muka) Kelompok dapat dipahami bahwa sejumlah orang yang berinteraksi satu sama lain dan memiliki tujuan bersama untuk mencapai tujuan bersama. Masing-masing anggota saling bergantung satu sama lainnya dan mengenal satu sama lainnya dan anggota kelompok memandang satu sama lain sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran berbeda.<sup>6</sup> Respon balik (*feedback*) dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok disebabkan pola komunikasi ini juga melibatkan juga komunikasi antarpribadi.

d. Pola Komunikasi Publik

Banyak pakar komunikasi menyamakan atau menggunakan istilah komunikasi kelompok-besar (*large-group communication*) untuk

---

<sup>5</sup>*Ibid*, hal. 81.

<sup>6</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*... hal. 82.

menjelaskan pola komunikasi publik ini.<sup>7</sup> Komunikasi publik (*publik communication*) dapat dipahami sebagai komunikasi yang berlangsung diantara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) dimana masing-masing orang tidak saling mengenal satu sama lain. Komunikasi publik sering juga dikenal dengan istilah kuliah umum, pidato atau ceramah.

Biasanya, komunikasi publik berlangsung dalam situasi yang lebih formal dan karakteristiknya lebih sulit dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok. Hal ini terjadi disebabkan komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang lebih cermat serta kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Efektif tidaknya komunikasi publik sangat bergantung pada daya tarik fisik pembicara - bahkan sering dianggap faktor penting yang menentukan efektivitas pesan - selain keahlian dan kejujuran mereka. Berbeda dengan komunikasi antarpribadi yang membuat peserta komunikasi sama-sama aktif, maka pihak komunikan sebagai pihak yang mendengar cenderung bersikap pasif.

Pihak komunikan sangat terbatas dalam menyampaikan umpan balik terutama umpan balik sifatnya verbal. Umpan balik nonverbal pun hanya terbatas dapat dilakukan oleh orang-orang yang duduk paling depan karena dapat terlihat dengan jelas. Meskipun jarang terjadi, dalam pola komunikasi ini pembicara juga memungkinkan menerima umpan balik yang sifatnya serentak, misalnya tertawa secara serentak atau melakukan tepuk tangan.

---

<sup>7</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi...*, hal. 82

Komunikasi publik memiliki karakteristik seperti: berlangsung di tempat umum (ruang publik, contohnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang). Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk. Komunikasi ini sifatnya lebih formal karena kelangsungannya telah direncanakan dan terstruktur, terdapat agenda, beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya.

e. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat disebutkan suatu komunikasi yang terjadi dalam sebuah lembaga atau organisasi. Sifat komunikasi organisasi dapat terjadi secara formal atau informal serta berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dibandingkan dengan komunikasi kelompok. Karena itu maka organisasi dapat juga disebutkan dengan kelompok dari kelompok-kelompok.<sup>8</sup> Komunikasi organisasi melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan sering juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi yang terjadi menurut menurut hirarkhi yaitu komunikasi ke bawah (*upward*), komunikasi ke atas (*downward*), dan komunikasi horizontal. Masing-masing anggota yang terlibat dalam komunikasi organisasi terikat dengan anggaran dasar dan rumah tangga organisasi itu sendiri.

---

<sup>8</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi...*, hal. 83.



f. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang berlangsung dengan memanfaatkan media massa secara cetak, elektronik, atau online. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya bersifat lembaga atau orang yang dilembagakan. Pesan-pesan dalam komunikasi massa bersifat umum dan disampaikan secara cepat, serentak dan selintas terutama yang menggunakan media elektronik serta ditujukan kepada sejumlah besar khalayak yang tersebar pada banyak tempat, anonim, dan heterogen.

Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik dan komunikasi organisasi kerap juga mempersiapkan pesan-pesan yang disampaikan dengan menggunakan media massa.<sup>9</sup> Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda) karena proses komunikasi massa didominasi oleh lembaga dan lembaga tersebut yang menentukan agendanya.

**1. Kajian Tentang Dakwah**

Secara bahasa, berarti mengajak, menyeru, memanggil, sementara menurut istilah dakwah merupakan aktivitas yang memiliki misi untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada manusia agar dapat menerima ajaran Islam dan dapat menjalankannya dalam

---

<sup>9</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), ha. 184.

kehidupannya secara individual ataupun sosial dengan tujuan untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>10</sup>

Dakwah Islam dapat berlangsung secara lisan (*bi al-lisan*) yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan. Dakwah lisan dilakukan melalui ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Ceramah sering dilakukan oleh para da'i dan da'iyah di majlis taklim, khutbah jum'at yang dilakukan di masjid-masjid atau tempat-tempat pengajian. Dakwah juga dapat dilakukan dengan cara memberikan contoh atau teladan agar pihak mad'u dapat mengikuti arahan pesannya. Dakwah *bi al-hal* adalah dakwah dengan perbuatan nyata seperti karya nyata dimana hasilnya dapat dirasakan secara nyata dan konkret oleh mad'u secara langsung atau tidak langsung. Ada juga kegiatan dakwah yang dilakukan melalui tulisan yang disebut dengan. Dakwah *bi al-qalam* menyampaikan pesan-pesan Islam melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, jurnal buku, atau bahkan melalui media sosial. Mad'u atau sasaran yang akan dicapai melalui dakwah *bi al-qalam* jauh lebih luas dibandingkan dengan dakwah yang dilakukan secara lisan. Dakwah dengan cara ini memberikan keleluasaan bagi mad'u untuk mendapatkan informasi atau pesan-pesan agama kapan dan dimana saja. Mad'u tidak membutuhkan waktu yang lama dan khusus untuk menerima seruan dakwah yang disampaikan karena mereka secara bebas dapat membacanya kapanpun mereka inginkan.

---

<sup>10</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta, : Hamzah 2009), hal. 5.

Fungsi atau tujuan dakwah adalah untuk menyampaikan dan melestarikan nilai-nilai Islam kepada generasi-kegenerasi umat muslim selanjutnya, sehingga kelangsungan ajaran Islam rfdapat terus berlangsung dan tidak terputus. Dakwah juga berfungsi korektif dalam kaitan pelurusan akhlak yang tidak lurus serta mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.<sup>11</sup> Sasaran atau objek dakwah bukan hanya untuk orang Islam tetapi juga diarahkan kepada orang-orang di luar Islam dengan tujuan menyampaikan ajaran Islam kepada mereka agar dapat mengetahui Islam secara benar dari pihak yang tepat.

Al-Qur'an mengatakan bahwa dakwah merupakan tanggung jawab kaum muslimin dan muslimat untuk menuntun manusia ke jalan yang benar dan mengeluarkan manusia dari kegelapan menuju cahaya. Oleh sebab itu dakwah berfungsi untuk menyebarkan Islam kepada manusia sebagai individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan Islam sebagai agama yang memberikan rahmat untuk dunia dan isinya secara utuh sehingga semua orang akan dapat merasakan Islam sebagai sebuah sistem yang memiliki sejumlah perangkat untuk membuat umat manusia meraih kebahagiaan secara totalitas.

### **Tinjauan Tentang Da'i dan da'iyah**

Da'i atau da'yah merupakan salah komponen dakwah dari tiga komponen dakwah yang lain (pesan dan mad'u atau sering disebut *tri*

---

<sup>11</sup>Moh ali Aziz, *Ilmu Dakwah...* hal. 59.

*partiat*). Menurut bahasa, da'i berasal dari bahasa Arab yang berarti orang yang mengajak.<sup>12</sup> Secara khusus da'i dan da'iyah adalah orang yang mengajak kepada jalan Islam agar orang tersebut dapat menjalankan hidupnya sesuai dengan ajaran Islam. Menurut pengertian khusus ini, da'i dan da'iyah identik dengan orang yang melakukan amar ma'ruf nahi munkar. Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang berdakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang dakwah Islam.<sup>13</sup>

Dalam melakukan kegiatan dakwah, para da'i dan da'iyah harus mengikuti tuntunan dan cara Nabi Muhammad Saw. Dalam dakwahnya Nabi Muhammad senantiasa mengedepankan cara-cara lembut dan menolak kekerasan, cara halus dan bukan dengan *vulgarisme*.<sup>14</sup> Oleh sebab itu, seorang da'i harus meneladani Rasulullah yang menyampaikan dakwah dengan penuh kasih sayang keimanan dan keselamatan orang-orang mukmin semakin kokoh dan terjaga. Da'i dan da'iyah harus menjalankan dakwah yang memberikan

---

<sup>12</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta, : Hamzah 2009) hal. 68.

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 69.

<sup>14</sup> Allah berfirman: "Sesungguhnya telah datang kepadamu seorang Rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan, dan keselamatan) bagimu, amat belas kasihan lagi penyayang terhadap orang-orang mukmin."(QS At-Taubah: 128).<sup>14</sup>

kemudahan dan memberikan solusi bukan justru dakwah yang semakin memperumit keadaan dan menambah beban kepada mad'u.<sup>15</sup>

Seorang pelaku dakwah tidak sulit memperoleh kesuksesan dalam dakwahnya bila tidak mengenal secara tepat orang yang dia dakwahkan. Seorang da'i atau da'iyah harus paham benar metode atau cara berdakwah. Para da'i harus mengetahui apa dan mana yang harus diprioritaskan atau mana yang mesti dinomorduakan. Hal ini sesuai dengan peristiwa ketika Rasulullah Saw mengutus Muadz bin Jabal ke wilayah Yaman dia berkata:

“Sesungguhnya kamu mendatangi sebuah kaum dari Ahli Kitab maka hendaknya yang pertama kali kamu serukan adalah bersaksi bahwasannya tidak ada Tuhan selain Allah dan bahwasannya saya adalah utusan Allah. Jika mereka telah mematuhi hal ini maka ajaran lima waktu sehari semalam, jika mereka telah menaatimu dalam hal itu, maka beritahukanlah kepada mereka bahwasannya Allah telah mewajibkan atas mereka dan diberikan pada orang-orang fakir dari kalangan mereka.”<sup>16</sup>

Salah satu petunjuk Al-Qur'an bagi mereka yang menjalankan dakwah hendaknya para da'i dan da'iyah melakukan dakwah itu sesuaikan dengan kadar kemampuan akal orang yang didakwahkan (mad'u) dan sesuai dengan bahasa yang dipahami oleh mad'unya.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”.(QS Al-Baqarah: 185)

<sup>16</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Remaja Grafindo Persada, 2011), hal 273.

<sup>17</sup> “Kami tidak mengutus seorang Rasul pun melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang/jelas kepada mereka. Maka Allah menyesatkan kepada siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Dialah Tuhan yang Mahakuasa Mahabijaksana.” (QS. Ibrahim : 4)

Da'i dan da'iyah seyogyanya tidak menyamakan katagori setiap orang dalam dalam berdakwah. Dakwah kurang bijak dilakukan secara total tanpa membeda-bedakan tingkatan dari pihak mad'u secara tepat. Cara berdakwah kepada orang dewasa tidak disamakan dengan metode atau cara berdakwah kepada anak-anak atau remaja, walaupun pada dasarnya Islam menganggap semua orang sama di hadapan Allah kecuali nilai ketaqwaannya.<sup>18</sup>

### **Organisasi Da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh**

Organisasi da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh pertama sekali dibentuk pada tahun 2010, da'i dan da'iyah tersebut dari latar belakang yang berbeda-beda, seperti dari kalangan dayah, dosen, akademisi, aktivis sampai tokoh IT juga terdapat disana. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Ketua Bidang Dakwah.

Da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh terbentuk pada tahun 2010, Unsurnya ada dari berlatarbelakang dayah, akademisi, aktivis Islam, tokoh masyarakat, tokoh agama pakar IT dan ahli media".<sup>19</sup> Dalam sebuah organisasi pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, begitu juga dengan organisasi da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh. Tujuan mendasarnya yang pertama, mobilisasi dakwah begitu banyak begitu besar dan begitu gencar dilakukan oleh pemerintahan Iliza dan Mawardi, sehingga dirasa perlu untuk membentuk suatu komponen

---

<sup>18</sup>*Ibid*, hal. 279.

<sup>19</sup>Wawancara dengan Ustadz Ridwan Ibrahim sebagai Ketua Bidang Dakwah (Da'i Kota), Senin, 16 Juli 2018.

---

dan gerakan dakwah yang sistematis dan terkoordinir dengan baik. Komponen itu adalah da'i Kota yg merupakan kumpulan orang-orang yang bergerak dibidang dakwah islamiyah".<sup>20</sup>

Sasarannya adalah Masyarakat Kota Banda Aceh sesuai dengan segmentasi sasaran dakwah yang ada diantaranya :

1. Dakwah Minal Masjid Ilal Masjid, dengan sasaran dakwah untuk memakmurkan Masjid dan Meunasah yang di Kota Banda Aceh dengan amalan shalat berjamaah.
2. Dakwah Simpatik, berdakwah dengan simpatik kepada masyarakat umum di pasar lain sebagainya.
3. Dakwah Rumah Kost, khusus berdakwah remaja dan mahasiswa yang bertempat tinggal di rumah kost.
4. Dakwah sekolah yang sarannya khusus siswa-siswi yang ada di sekolah tersebut.
5. Dakwah Kajian Keilmuan, mengupas berbagai masalah kekinian seputar agama Islam yang dihadapi oleh masyarakat muslim.
6. Dakwah perkantoran, dimana para dai diarahkan juga setiap minggu ketiga berdakwah di setiap perkantoran yang ada dalam lingkup SKPK Kota Banda Aceh.
7. Dakwah Warung Kopi dilaksanakan di warung-warung kopi atau *caffee* yang ada di Kota Banda Aceh.

---

<sup>20</sup>Wawancara dengan Ustadz Ridwan Ibrahim sebagai Ketua Bidang Dakwah dan Da'i Kota Banda Aceh, Senin 16 Juli 2018.

8. Dakwah di penjara (LP) dilaksanakan di 2 tempat yaitu di LP Perempuan di Lhoknga dan LP Kajhu di Aceh Besar.
9. Dakwah Media, berdakwah di media khususnya di You Tube dan media lainnya, dimana hingga saat ini sudah lebih dari 60 Video dapat kita saksikan di *You Tube* cukup dengan hanya mengetik Bidang Dakwah Dina Syariat Islam Kota Banda Aceh.

### **Pola Komunikasi Da'i dan Da'iyah Kota Banda Aceh**

Dengan adanya pola komunikasi yang digunakan dalam dakwah maka pesan-pesan dakwahnya akan mudah disampaikan dan diterima oleh mad'u. Dakwah dengan segmentasi yang berbeda-beda maka berbeda pula pola komunikasinya oleh sebab itu para da'i dan da'iyah harus bisa memilih pola komunikasi yang sesuai dengan dakwah yang disampaikan.

#### **1. Pola komunikasi antarpribadi**

Dalam organisasi ini, da'i dan da'iyah menggunakan pola komunikasi antarpribadi ketika melakukan dakwah secara individu biasanya dakwah seperti ini terjadi pada kasus rehap mental, disini para da'i dan da'iyah terjun langsung untuk memberikan tausiah atau motivasi terhadap mad'u yang mempunyai masalah tertentu. Hal ini disampaikan oleh Ustadzah Ranian Dewi. "Saya sendiri dibidang rehap mental, yaitu orang-orang yang ditangkap WH atas kelainan seks, narkoba dan lain sebagainya, jadi kami memberikan dakwah kepada mereka secara langsung dan individu, dengan berbagai masalah yang



mereka hadapi, dengan begitu sangat membantu mereka untuk keluar dari permasalahannya, karena dakwah seperti ini jika kita sampaikan secara lemah lembut mudah meresap dalam diri mad'u".<sup>21</sup>

Selain itu juga pada masalah rehap mental ini diperlukan psikolog yang paham agama, karena ini menyangkut dengan permasalahan kejiwaan dan mental seseorang. Seperti halnya yang disampaikan oleh Ustadzah Regina. "Dengan permasalahan anak-anak yang dihadapi sekarang ini seperti anak-anak yang suka ugal-ugalan di jalanan tidak banyak yang main game gak mau shalat. Sehingga perlunya psikolog untuk menangani kasus seperti ini, tapi psikolog yang basicnya paham agama".<sup>22</sup>

## 2. Pola Komunikasi Kelompok

Dakwah kelompok juga dilakukan pada bidang kajian ilmiah, dengan memberikan pemahaman tentang permasalahan perbedaan pendapat, ajaran sesat dan lain sebagainya. Hal ini juga disampaikan oleh Ustadz Abizal. "Kami disini khusus dakwah kelompok dan komunikasi personal karena dakwah kami bagian kajian ilmiah, maka komunikasi kami kepada da'inya secara kelompok atau kepada ketua bidang secara individu dan termasuk juga kepada masyarakat".<sup>23</sup>

Selain itu juga dakwah kelompok berlangsung dari kalangan ibu-ibu, dakwah ini disampaikan langsung khusus oleh da'iyah Kota

---

<sup>21</sup>Wawancara dengan Ustadzah Rania Dewi (Da'iyah Kota Banda Aceh), Jumat 27 Juli 2018

<sup>22</sup>Wawancara dengan Ustadzah Regina (Da'iyah Kota Banda Aceh), Jumat 27 Juli 2018

<sup>23</sup>Wawancara dengan Ustadz Abizal (Da'i Kota), Kamis, 19 Juli 2018.

Banda Aceh dalam bidang Safari dakwah da'iyah. Hal ini diutarakan oleh Ustazah Cut Nurlelawati. "Kami mengadakan safari dakwah da'iyah dengan sasarannya adalah kalangan ibu-ibu dan khusus perempuan, kami menjalankan safari dakwah da'iyah ini setiap hari jumat di tempat yang berbeda setiap jumatnya yang dimulai setelah shalat jumat".<sup>24</sup>

### 3. Pola Komunikasi Publik

Dakwah juga banyak dilakukan secara umum, seperti dakwah dari masjid ke masjid, dakwah di sekolah, dakwah di pasar, dan tempat umum lainnya. Hal ini disampaikan oleh Ustadz Firdaus. "Banyak cara penyampaian dakwah sesuai dengan medan dakwah, khususnya kami dakwah lapangan lebih kepada masyarakat umum. Seperti di pasar-pasar, kafe, dan tempat umum lainnya".<sup>25</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ustadz Razali Juned. "Kami Dakwah Simpatik, yaitu berdakwah dengan simpatik kepada masyarakat umum di tempat publik atau umum seperti di pasar-pasar warung kopi, dan kafe".<sup>26</sup>

Dakwah secara umum juga dilakukan di sekolah-sekolah. Seperti yang disampaikan oleh Ustadz Amrul Amin. "Sasarannya di bidang PGMI (Penyelamatan Generasi Muda Islam) lebih banyak di sekolah, , kita punya metode terbaru, yang mampu mengangkat input

---

<sup>24</sup>Wawancara Dengan Ustazah Cut Nurlelawati (Da'iyah Kota Banda Aceh), Jumat 20 Juli 2018

<sup>25</sup>Wawancara dengan Ustadz Firdaus (Da'i Kota Banda Aceh), Senin 16 Juli 2018.

<sup>26</sup>Wawancara dengan Ustadz Razali Juned (Da'i Kota Banda Aceh), Senin 16 juli 2018.

sugesti yang positif dan membuang yang negatif kita juga punya metode muhasabah, jadi ketika kita ke sekolah bukan hanya dakwah yang kita lakukan tapi juga ada kegiatan positif lainnya".<sup>27</sup>

#### 4. Pola Komunikasi Massa

Da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh selain melakukan dakwah secara langsung juga menggunakan media seperti *You Tube*, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Hal ini juga disampaikan oleh Ustadz Ridwan. "Kami juga ada bidang dakwah media, itu menggunakan media *You Tube*, *WhatsApp* dan *Facebook*. Bisa dicari di *You Tube* dengan mengetik Bidang Dakwah Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh, disana ada puluhan vidio dakwah yang sudah dikirim. Tapi untuk sekarang ini dakwah di *You Tube* tidak berjalan dengan lancar karena ada kendala di peralatan, kita belum punya kamera atau hp yang bagus, kemarin ada cuma sekarang sudah rusak jadi tidak bisa digunakan lagi, selain itu juga kita punya *bulletin* tentang dakwah"

### **Analisis dan Pembahasan**

Adapun dari keseluruhan data yang peneliti dapat dilapangan, maka peneliti menyimpulkan bahwa ada empat pola komunikasi yang digunakan oleh da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh dalam menyampaikan dakwah.

*Pertama*, pola komunikasi antarpribadi adalah pola komunikasi yang melibatkan hanya dua orang dengan proses komunikasi secara

---

<sup>27</sup>Wawancara dengan Ustadz Amrul Amin (Da'i Kota Banda Aceh), Senin 16 Juli 2018.

verbal ataupun nonverbal. Pola komunikasi ini digunakan untuk penyampaian pesan dakwah secara langsung dan tatap muka antara da'i dan da'iyah dengan mad'unya. Pola ini digunakan oleh da'i dan da'iyah dalam menyampaikan dakwah yang bersifat personal atau perorangan. Dakwah dengan pola ini, menurut da'inya cukup efektif walaupun secara individu karena dengan begitu mad'unya bisa lebih cepat menerima dakwah yang disampaikan.

*Kedua*, pola komunikasi kelompok adalah pola komunikasi yang dilakukan secara kelompok yang bersifat tatap muka baik itu kelompok kecil ataupun kelompok besar. Dalam penyampaian dakwah oleh da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh pola komunikasi ini digunakan ketika dakwah tersebut bersifat kelompok, baik itu kelompok kecil ataupun besar.

*Ketiga*, pola komunikasi publik adalah pola komunikasi yang dilakukan oleh seorang pembicara dengan sejumlah besar orang atau masyarakat umum. Pada pola ini para da'i dan da'iyah menggunakannya ketika penyampaian pesan dakwah kepada khalayak ramai dan di tempat umum. Penggunaan pola ini sangat efektif karena dakwah yang disampaikan mencakup masyarakat luas, sehingga dapat dijangkau oleh siapa saja yang mendengarnya.

*Keempat*, pola komunikasi massa adalah pola komunikasi dengan menggunakan media massa baik itu media elektronik ataupun media cetak. Dalam dakwah ini media yang digunakan adalah *You Tube, Facebook, WhtasApp* dan ada juga media cetak seperti *bulletin* untuk menyampaikan pesan dakwah.

Adapun hambatan dalam penyampaian dakwah dengan menggunakan pola-pola komunikasi tersebut ada dua yaitu, hambatan dari segi internal yang terdapat pada da'i dan da'iyah baik itu dari segi materi, fisik dan waktu. Sedangkan dari segi eksternal lebih banyak terdapat hambatan seperti, tidak adanya motivasi atau kurangnya minat dari mad'u untuk menerima dakwah, adanya perbedaan pendapat atau pemahaman dari mad'u, sehingga dakwah yang disampaikan susah masuk dalam hati mad'udan tidak adanya pengkaderan.

## **Penutup**

Pola komunikasi yang digunakan oleh da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh dalam menyampaikan dakwah adalah pola komunikasi antarpribadi, pola komunikasi kelompok, pola komunikasi publik dan pola komunikasi massa. Pola komunikasi antarpribadi digunakan da'i dan da'iyah ketika dakwah tersebut disampaikan kepada mad'u secara individu untuk memberi motivasi atau memberikan solusi terhadap masalah yang dialami. Pola komunikasi kelompok digunakan oleh da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh ketika dakwah itu terjadi pada setiap kelompok seperti kelompok ibu-ibu, pelajar, mahasiswa, karyawan dan staf serta remaja mesjid. Yang tujuannya untuk memberikan pemahaman tentang ajaran Islam terhadap mereka. Pola komunikasi ini juga dilakukan pada kelompok diskusi yang membahas tentang segala persoalan tentang ajaran Islam. Pola komunikasi publik digunakan da'i dan da'iyah Kota Banda Aceh dalam penyampaian

dakwah yang bersifat umum yang sasarannya adalah masyarakat luas, pola komunikasi ini dilakukan ketika berdakwah di mesjid-mesjid, pasar, kafe-kafe dan tempat umum lainnya. Pola komunikasi massa pola ini digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan melalui media media seperti *You Tube, Facebook, WhatsApp, dan bulletin.*

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer Semarang*, PT. Pustaka Rizki Putra, 2006.
- Alwisral Imam Zaidallah, dan H. Khaidir Khatib Bandaro, *Strategi Dakwah Dalam Membentuk Da'idan Khatib Profesional*, Jakarta: Kalam Mulia, 2002.
- Daryanto dan Muljo Rahardjo, *Teori Komunikasi*, Yogyakarta: GavaMedia, 2016.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Fakhri, Yusri Daud, dan Syukri Syamaun, *Komunikasi Islam*, Yogyakarta: Ak Group, 2006
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership*, Bandung: Diponegoro, 1981.
- M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Mairul Hazami, dkk, *Syariat Islam dalam Angka Kota Banda Aceh 2013*, Banda Aceh: Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh, 2013.
- Moh ali Aziz, *Ilmu Dakwah cet 2*, Jakarta: Prenada Media Group, 2004.

- Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah*, Solo: Ramadhan, 1991
- Onong Uchana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung: Remaja Rosda karya, 2006.
- Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga*, Jakarta PT. Aneka Cipta, 2004.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Remaja Grafindo Persada, 2011.
- Widjaja, H.A.W., *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000.