

 — FAI UNISMUH MAKASSAR —	International Conference on Actual Islamic Studies		
	Vol. 2, No. 1	September 2023	e-ISSN: 2988-7925

Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Kh. Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah Karya Hanung Bramantyo

*The Strategy Of Introduction Da'i In Development Of Muallaf
Tribe Togutil In The DistrictMaba North
Districteast Halmahera*

Sri Damayanti Syam¹, Dahlan Lamabawa², Meisil B Wulur³

Unismuh Makassar 123 | sridamayantisya@gmail.com
| dahlan_lb@yahoo.co.id
| meisil@unismuh.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:

Dakwah;
Film Sang Pencerah;
Strategi Komunikasi.

Penelitian Ini Berjudul, Analisis Strategi Komunikasi Dakwah KH. Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah Karya Hanung Bramantyo. Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah KH. Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah Karya Hanung Bramantyo Serta Mengetahui Unsur dan Bentuk Komunikasi Dakwah di dalam Film Sang Pencerah. Penelitian Ini Menggunakan Jenis Penelitian Kualitatif Deskriptif, dan Dengan Teknik Pengumpulan Data Yang Dilakukan Dengan Cara Observasi, Dokumentasi, Dan Wawancara. Objek Penelitian Ini Adalah Film Sang Pencerah Karya Hanung Bramantyo. Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Strategi Komunikasi Dakwah Yang Dilakukan KH. Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah Antara Lain *Qaulan Sadida*, *Qaulan Baligho*, *Qaulan Karima*, *Qaulan Ma'rufa*, Dan *Qaulan Maisuro*. Adapun Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah Dalam Film Sang Pencerah Meliputi *Da'i* (Pelaku Dakwah/Komunikator), *Mad'u* (Penerima Dakwah/Audiens), *Maddah* (Materi

Dakwah/Pesan), *Wasilah* (Media Dakwah), Dan *Atsar* (Pengaruh Dakwah), Dan Bentuk-Bentuk Komunikasi Dakwah Yang Terdapat Dalam Film Sang Pencerah Adalah, Komunikasi Interpersonal (*Dakwah Fi Ghairihi*), Komunikasi Intrapersonal (*Dakwah Fi Nafsihi*), Komunikasi Sirkuler (Dua Arah), Komunikasi Linear (Satu Arah), Komunikasi Sekunder, Komunikasi Primer, Komunikasi Individu (*Dakwah Fardiyah*), Komunikasi Dakwah Internal, Komunikasi Dakwah Ke Samping, Komunikasi Dakwah Ke Bawah, *Dakwah Bil Hal*, Dan *Dakwah Bil Lisan* (Komunikasi Verbal).

Keywords:

Communication Strategy; Da'wah; The Enlightenment Film.

Abstract

This Study Entitled, *Analysis Of KH. Da'wah Communication Strategy. Ahmad Dahlan In The Film Sang Enlightenment By Hanung Bramantyo*. This Study Aims To Find Out How The Communication Strategy Of KH. Ahmad Dahlan In The Film Sang Pencerah By Hanung Bramantyo And Knows The Elements And Forms Of Da'wah Communication In The Film Sang Pencerah. This Research Uses A Type Of Descriptive Qualitative Research, And With Data Collection Techniques That Are Carried Out By Means Of Observation, Documentation, And Interviews. The Object Of This Research Is The Film Sang Pencerah By Hanung Bramantyo. The Results Of This Study Indicate That The Da'wah Communication Strategy Carried Out By KH. Ahmad Dahlan In The Film Sang Enlightenment Includes Qaulan Sadida, Qaulan Baligho, Qaulan Karima, Qaulan Ma'rufa, And Qaulan Maisuro. The Elements Of Da'wah Communication In The Film Sang Pencerah Include Preachers (Preachers/Communicators), Mad'u (Recipients Of Da'wah/Audience), Maddah (Dakwah Materials/Messages), Wasilah (Da'wah Media), And Atsar (Da'wah Influences).), And The Forms Of Da'wah Communication Contained In The Film Sang Pencerah Are, Interpersonal Communication (*Dakwah Fi Ghairihi*), Intrapersonal Communication (*Dakwah Fi Nafsihi*), Circular Communication (Two-Way), Linear Communication (One Way), Secondary

Communication, Communication Primary, Individual Communication (Fardiyah Da'wah), Internal Da'wah Communication, Sideways Da'wah Communication, Downward Da'wah Communication, Bil Hal Dakwah, And Oral Bil Da'wah (Verbal Communication).

PENDAHULUAN

Hubungan antara manusia yang satu dan lainnya dimulai sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini hingga manusia meninggal dunia. Hubungan ini dinamakan dengan komunikasi. Komunikasi memiliki peran yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia karena manusia merupakan makhluk sosial. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Ar-Rahman/55: 3-4.

خَلَقَ الْإِنْسَانَ ﴿٣﴾ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ﴿٤﴾

Terjemahnya:

“Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara.”

Selain itu, Allah memberikan kemampuan kepada Nabi Adam (manusia pertama) untuk mengetahui nama (simbol) dari setiap objek di alam semesta. Nabi Adam as juga diperintahkan untuk memberitahukan nama-nama dari setiap benda tersebut kepada malaikat. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah/2: 31-33.

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ قَالَ يَأْتِمِرُ بِكُمْ وَأُنْذِرُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾

Terjemahnya:

“Dan Dia ajarkan kepada Adam nama-nama (benda) semuanya kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat seraya berfirman, "Sebutkan kepadaku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar!." Mereka menjawab, "Mahasuci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami. Sungguh, Engkaulah Yang Maha Mengetahui, Mahabijaksana." Dia (Allah) berfirman, "Wahai Adam! Beritahukanlah kepada mereka nama-nama itu!" Setelah dia (Adam) menyebutkan nama-namanya, Dia berfirman, "Bukankah telah Aku katakan kepadamu bahwa Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan Aku mengetahui apa yang kamu nyatakan dan apa yang kamu sembunyikan"?.

Berdasarkan ayat di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi yang baik akan menghasilkan hubungan yang baik, dan komunikasi yang buruk akan menimbulkan miskomunikasi dan mempengaruhi seluruh aspek kehidupan, termasuk pendidikan, budaya, ekonomi, politik, dan agama.

Agama memiliki peran yang sangat penting dalam menata kehidupan manusia baik secara individu maupun kelompok. Agama yang dimaksud adalah agama islam yang diwahyukan Allah kepada para Rasul, sejak Nabi Adam, Nuh, Ibrahim, Musa, Isa, dan seterusnya sampai kepada Nabi penutup Muhammad Saw. sebagaimana yang tertulis dalam Matan Keyakinan dan Cita-cita Hidup Muhammadiyah (MKCHM).

Hal ini karena islam adalah agama yang Allah rahmati untuk kehidupan seluruh umat manusia. Islam juga disebut sebagai agama dakwah yaitu agama yang memerintahkan ummatnya untuk menyeru manusia kepada jalan kebaikan, mengerjakan yang diperintahkan Allah dan Rasulnya serta menjauhi segala larangannya. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Ali Imran/3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ
(١٠٤)

Terjemahan:

Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh berbuat yang makruf dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Ayat di atas juga merupakan landasan KH. Ahmad Dahlan dalam mendirikan organisasi Muhammadiyah yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya melalui dakwah amar ma'ruf nahi munkar, maka dari itu dakwah merupakan bagian penting dari Islam. Islam dapat dikenal, diterima dan dianut diberbagai bangsa dan negara karena ajaran Islam didakwahkan oleh para da'I yang tersebar dibeberapa negara sehingga Islam mengalami perkembangan yang sangat pesat dan dianut oleh milyaran manusia. Seorang da'I yang menyampaikan dakwahnya harus sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad saw. yaitu dakwah yang menggembirakan , sebagaimana firman Allah dalam Qs. Saba'/34: 28.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ (٢٨)

Terjemahnya:

Dan kami tidak mengutus engkau (Muhammad), melainkan kepada semua umat manusia sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.

Sejalan dengan perkembangan akselerasi dari teknologi komunikasi dan informasi sebagai bagian dari perkembangan kehidupan manusia, penggunaan media dakwah juga mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi tersebut menuntut semua pihak untuk senantiasa kreatif, inovatif, dan bijak dalam memanfaatkan teknologi guna kemaslahatan umat manusia. Media dakwah yang pada awalnya lebih banyak menggunakan media tradisional, berkembang menjadi lebih banyak variasinya dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi media massa modern. Baik media cetak yang variatif (buku, koran, majalah, tabloit, dan lain-lain) maupun media elektronik yang variatif (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis studi tokoh. Studi tokoh yaitu pengkajian secara sistematis terhadap pemikiran atau gagasan seorang pemikir muslim, keseluruhannya atau sebagiannya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian dan Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, dokumen-dokumen atau artikel-artikel di internet yang berkaitan dengan penelitian.

Ada beberapa jenis tehnik pengumpulan data yaitu: Observasi, artinya melakukan pengamatan atau menonton secara langsung film Sang Pencerah, serta menyimak dan mengamati kata demi kata pada setiap adegan maupun gerakan tubuh yang ada pada film Sang Pencerah, Wawancara, artinya percakapan yang terjadi antara dua orang atau lebih. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada para penonton untuk mengumpulkan serta memperkuat data tentang penelitian ini. Dokumen, artinya mengenai data yang berkaitan dengan film yang sudah di tonton serta berupa dokumen pendukung seperti buku, artikel maupun dari media lainnya yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data sampai diperoleh suatu kesimpulan, sehingga analisis

data tersebut dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan adalah Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian Teori

A. Pengertian Komunikasi Dakwah

1. Pengertian strategi

strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Marthin Anderson juga merumuskan strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

2. Pengertian Komunikasi

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

3. Pengertian Dakwah

Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata (*da'a*), (*yad'uw*), (*da'watan*). Kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani. Jadi, strategi komunikasi dakwah adalah proses komunikasi yang terstruktur dan melibatkan beberapa elemen komunikasi untuk menyampaikan pesan dakwah berdasarkan contoh-contoh komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an.

B. Strategi Komunikasi Islami

Strategi komunikasi Islami adalah strategi yang menerapkan semua prinsip dan etika komunikasi yang diajarkan Allah swt. dalam Al-Qur'an. Prinsip dan etika komunikasi tersebut ada 6, yaitu sebagai berikut:

1. *Qaulan sadidan*, yaitu seorang komunikator harus menyampaikan perkataan yang benar dan wajib menghindari dusta. Prinsip kepercayaan dapat membangun suasana komunikasi yang kondusif dalam mencapai komunikasi yang efektif dan efisien.
2. *Qaulan baligha* dimaknai dengan menjalankan komunikasi secara lugas, tepat, fasih, jelas dan tidak berbelit-belit sehingga dapat berbekas pada hati komunikan untuk pada akhirnya terpersuasi.
3. *Qaulan ma'rufa*, merupakan jalan tengah antara komunikasi dalam *high context culture* dan *low context culture*. *Qaulan ma'rufa* mempunyai arti sebagai perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan.
4. *Qaulan Karima*, Suatu komunikasi yang di dalamnya mengandung perkataan yang mulia dan disampaikan dengan penuh hormat agar dapat menjalin relasi dan hubungan baik.
5. *Qaulan Layyina*, Prinsip komunikasi ini memberi pelajaran kepada umat manusia untuk selalu respek kepada siapa pun lawan bicara kita, termasuk orang yang tela menzalimi kita.
6. *Qaulan Maysura*, Mengacu kepada sebuah perkataan yang mudah di cerna, mudah dimengerti, gampang, dan dipahami oleh khalayak.

C. Unsur-unsur Komunikasi Dakwah

Secara umum komunikasi dakwah bisa berjalan dengan baik, manakala lima unsur penting berikut difungsikan secara maksimal:

1. *Da'I* Dalam hal ini yang dimaksud dengan da'I pelaku dakwah adalah yang melaksanakan tugas-tugas dakwah, orang itu disebut *da'i* atau *muballigh*
2. *Mad'u* atau penerima dakwah adalah setiap orang atau sekelompok orang yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah.
3. *Maddah* atau materi dakwah adalah isi pesan yang di sampaikan oleh da'I kepada objek dakwah, yakni ajaran agama Islam sebagaimana tersebut dalam Al-Qur'an dan hadis.
4. *Wasilah* atau media dakwah ialah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dari pelaku dakwah kepada penerima.

5. *Atsar* atau pengaruh dakwah ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, di rasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

D. Bentuk-bentuk Komunikasi Dakwah

1. Dari Segi Penyampaian Pesan

Jika ditinjau dari segi cara menyampaikan pesan, komunikasi dakwah dibedakan kepada *dakwah bil-hal* (Komunikasi Non Verbal), *dakwah bil-lisan* (Komunikasi Verbal) dan *dakwah bil kitabah* (Komunikasi Tulis).

2. Dari Segi Alur Penyampaian Pesan

Komunikasi dakwah ditinjau dari segi jalan (alur) pesan yang disampaikan terdapat tiga bentuk, yaitu:

- a. Komunikasi dakwah ke atas, ialah dakwah yang terjadi antara da'i yang lebih rendah kepada *mad'u* yang lebih tinggi status sosialnya.
- b. Komunikasi dakwah ke bawah, ialah komunikasi seorang yang lebih tinggi kedudukannya kepada bawahan.
- c. Komunikasi dakwah ke samping. Maksud komunikasi ini adalah dakwah yang terjadi antara da'i dan *mad'u* yang sederajat.

3. Dari Segi Ruang Lingkupnya

Komunikasi menurut ruang lingkup sasaran (*mad'u*) terbagi kepada:

- d. Komunikasi dakwah Internal, yaitu dakwah yang ditujukan kepada *mad'u* yang sudah beragama Islam.
- e. Komunikasi dakwah Eksternal, yaitu dakwah yang ditujukan kepada *mad'u* non muslim.

4. Bentuk komunikasi dakwah dari segi personnya terbagi kepada :

- a. Komunikasi individu (*dakwah fardiyah*), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh pendakwah secara individu dan *mad'unya* juga satu orang.
- b. Komunikasi massa (*dakwah 'ammah*), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh satu orang da'i dengan komunikan (pendengar) yang jumlahnya banyak pada satu tempat tertentu, dakwah seperti ini disebut komunikasi publik.
- c. Komunikasi kelompok (*dakwah jama'ah*), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh pendakwah secara berjama'ah atau kelompok organisasi (lembaga) tertentu.

1. Dari Segi Penggunaan Media

Komunikasi dakwah ditinjau dari

5. segi penggunaan media, dapat dibedakan:

1. Komunikasi Primer, yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan secara langsung tatap muka, tanpa menggunakan media.
2. Komunikasi Sekunder, yaitu komunikasi dakwah yang menggunakan saluran media seperti TV, video, radio, telepon, HP dan sebagainya.

6. Dari Segi Aliran Informasi

Dari segi aliran informasi yang dipergunakan, komunikasi dakwah yang disampaikan terbagi kepada :

- a. Komunikasi Linear (satu arah), yaitu komunikasi dakwah yang menitik beratkan pada penyampaian pesan, tanpa mengharapkan umpan balik .
- b. Komunikasi Sirkuler (dua arah), yaitu bentuk komunikasi yang memberikan kesempatan umpan balik terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

7. Ditinjau dari Segi Penerima Pesan

Komunikasi dakwah yang terjadi antara da'I dengan *mad'u* dapat dibagi kepada:

- a. Komunikasi Intrapersonal (*dakwah fi nafsihi*), yaitu komunikasi dakwah yang melibatkan internal pribadi seseorang dalam proses menerima pesan dakwah.
- b. Komunikasi Interpersonal (*dakwah fi ghairihi*), yaitu komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung atau bermedia.
- c. Komunikasi transendental sebagai bentuk kekayaan Al-Qur'an, menghadirkan khazanah baru dalam dunia komunikasi.

KESIMPULAN

Mengenai strategi komunikasi dakwah yang dilakukan KH. Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah Karya Hanung Bramantyo adalah strategi komunikasi dakwah dengan menggunakan *Qaulan Sadidan*, *Qaulan Baligho*, *Qaulan Ma'rufa*, *Qaula Karima*, *Qaulan Maysura*.

Adapun unsur-unsur komunikasi dakwah yang terdapat dalam film Sang Pencerah yaitu *Da'i* (pelaku dakwah/komunikator), *Mad'u* (penerima dakwah/audiens), *Maddah* (materi dakwah/pesan), *Wasilah* (media dakwah), dan *Atsar* (Pengaruh dakwah). Dan adapun bentuk-bentuk komunikasi dakwah yang terdapat dalam film Sang Pencerah adalah Komunikasi Interpersonal (*dakwah fi ghairihi*), Komunikasi Intrapersonal (*dakwah fi nafsihi*), Komunikasi sirkuler (dua

arah), Komunikasi Linear (Satu Arah), Komunikasi Sekunder, Komunikasi Primer, Komunikasi Individu (*Dakwah Fardiyah*), Komunikasi Dakwah Internal, Komunikasi Dakwah ke Samping, Komunikasi Dakwah ke bawah, *Dakwah Bil Hal*, dan *Dakwah Bil lisan* (Komunikasi Verbal).

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Apistimologi, Aksiologi, dan Ilmu Dakwah*. (Cet.1). Depok: Rajawali Pers.

Ardial. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. (Cet.2). Jakarta: Bumi Aksara.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. (Cet.1). Jakarta: Rajawali Pers.

Kamaluddin. 2020. *Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam*, Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan, hal. 260-266, Tersedia di <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Tadbir>, diakses pada tanggal 21 Februari 2023

Kriyantono, Rachmat. 2019. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. (Cet.1). Jakarta: Kencana.

Maqdis. 2018. *Mushaf Al-Qur'an & terjemahan hadits*. Bandung: Cordoba.

Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. (Cet. 1). Yogyakarta: Deepublish. http://webadmin.ipusnas.id/ipusnas/publications/books/1354_40/ diakses pada, 5 Oktober 2022

Pongtiku, Arry dan Robby Kayame. 2019. *Metode Penelitian Tradisi Kualitatif*. (Cet.1). Bogor: In Media.

Ricky W. Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*, (Ed.1, Yogyakarta: Andi, 2021).

Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*. (Cet. 1). Malang: Akademia Pustaka. <https://id.b-ok.asia/book/18232157/96e845> diakses pada, 1 November 2022

Thaib, Erwin Jusuf. 2022. *Dakwah dan Pluralitas Menggagas Strategi Dakwah Melalui Analisis SWOT*. (Cet.1). Solok: Insan Cendekia Mandiri. <https://id.b-ok.asia/book/17566098/a8e941> diakses pada 4 Oktober 2022

Yazid Yasril, dan Nur Alhidayatillah. 2017. *Dakwah & Perubahan Sosial*. (Cet.1). Depok: Rajawali Pers. <https://id.b-ok.asia/book/7219320/0e1aff> diakses pada 24 Oktober 2022