

KOMUNIKASI DAKWAH DALAM TINJAUAN SOSIOLOGI KOMUNIKASI

BOB ANDRIAN®

Institut Agama Islam Negeri Pontianak-Indonesia
Email: bobandriansbs@gmail.com

Abstract: The scientific clusters in the field of communication studies and Da'wah experienced a significant development of scientific studies, especially in the study clusters of da'wah and practical communication. Many assumptions lead to scientific arguments, including how the two disciplines combine in the view of Sociology of Communication. Answering these questions, the discussion of this study with filed research, descriptively, through the sociology approach. According to the practice view of the sociology of communication, the scopes focus of study, namely, the interaction process, its objectives and functions, the object of study, and its role in the social sphere. Theoretically and the concept both have a basis point of view that seems to be in opposing directions, but when examined for the Sociology of Communication, they both have the same direction and goal, that is, both are a process of interaction between one party and another that takes place. The community, both formal and informal with a specific purpose.

Keywords: Communication, Da'wah, Sociology of Communication

Abstrak: Rumpun keilmuan dalam bidang kajian komunikasi dan Dakwah mengalami pengembangan kajian keilmuan yang cukup signifikan, terutama dalam rumpun kajian dakwah dan Komunikasi secara praktis. Banyak sekali asumsi yang berujung argumentasi keilmuan, di antaranya bagaimana perpaduan kedua disiplin ilmu tersebut dalam pandangan Sosiologi Komunikasi. Menjawab pertanyaan tersebut, pembahasan kajian ini dengan penelitian filed research, secara deskriptif, melalui pendekatan Sosiologi. Menurut pandangan praktis sosiologi komunikasi terdapat beberapa scop focus kajian, yaitu, dari Proses Interaksinya, Tujuan dan Fungsinya, Objek kajiannya, dan Perannya dalam lingkup sosial kemasyarakatan. Secara teoritis dan konsep keduanya memiliki dasar dan sudut pandang yang seolah-olah saling berlawanan arah, namun ketika

dikaji dari sudut pandang Sosiologi Komunikasi, keduanya justru memiliki arah dan tujuan yang sama, yaitu keduanya merupakan sebuah proses interaksi antara satu pihak dengan pihak lainnya yang berlangsung di lingkungan masyarakat baik itu formal maupun tidak formal dengan tujuan tertentu.

Kata Kunci: Komunikasi, Dakwah, Sosiologi Komunikasi

A. Pendahuluan

Dakwah dan komunikasi secara teoritis memiliki pengertian yang sederhana. Seseorang yang berkomunikasi berarti seseorang mengikuti, berpartisipasi atau tindakan seperti yang “diinginkan” atau harapkan, melalui pesan yang dikomunikasikan. Komunikasi berarti upaya untuk membangun persepsi yang sama dengan komunikan melalui cara menyampaikan keterangan, berupa suatu gagasan ataupun sikap.

Terkait dengan hal tersebut secara teoritis agama juga memiliki kaitan erat mempengaruhi kenyataan sosial. Maka, sangat memungkinkan bahwa agama mempunyai peran yang tinggi untuk menentukan pola perilaku manusia. Sehingga “agama” dipandang mampu mendorong, bahkan menekan proses perubahan pada tatanan sosial. Proses kegiatan seperti inilah yang sering diistilahkan oleh para ahli dengan istilah dakwah.

Dalam dunia akademisi sering kita mendengar istilah dakwah dan komunikasi. Tidak jarang kalangan akademisi yang menyebutkan bahwa dakwah dan komunikasi itu adalah hal yang sama, dengan alasan bahwa dalam prosesnya keduanya memiliki kesamaan. Dakwah dan komunikasi seringkali disempitkan maknanya sehingga sulit untuk membedakan antara dakwah dan komunikasi.

Untuk menjawab persoalan di atas, di lingkungan perguruan tinggi beberapa dekade belakangan ini mulai dikembangkan secara mendalam. Berharap memberikan kontribusi baru dalam dunia akademisi khususnya lagi bagi ilmu komunikasi. Sehingga melahirkan disiplin ilmu baru dalam dunia akademisi, yang dikenal dengan sebutan Sosiologi Komunikasi.

B. Konseptualisasi Komunikasi Dakwah

Komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang memiliki kesamaan namun tetap berbeda. Meskipun keduanya berbeda namun dalam aktivitas kehidupan masyarakat terlebih lagi masyarakat yang berada di lingkungan notabennya agama, seperti pesantren, pemukiman masyarakat muslim atau agama lain, dan lain-lain. Dakwah dan komunikasi terjadi dalam proses yang sama, sehingga terkadang sulit untuk dibedakan antara yang disebut dengan dakwah atau komunikasi.

Dahulu orang sering menyebutkan bahwa dakwah dan komunikasi adalah hal yang sama, yaitu satu kesatuan yang layaknya persis sama. Belakangan ini, para ahli komunikasi tidak sependapat dengan pernyataan tersebut. Menurut mereka dakwah dan komunikasi dalam disiplin keilmuan adalah ibarat dua mata uang yang berbeda yang tidak bisa menyatu antara satu sama lain.

Secara umum memang dakwah dan komunikasi memiliki proses yang sama, yaitu pada dasarnya sama-sama menyampaikan dan menerima informasi. Tetapi secara disiplin keilmuan keduanya memiliki konsep dasar yang berbeda-beda. Dakwah secara etimologi dipahami dengan mengajak, yaitu berupa seruan atau panggilan. Dakwah apabila dipahami lebih dalam lagi sangatlah beragam, di antaranya menurut Kamaruddin, dakwah adalah suatu ajakan, seruan, dan permohonan, yaitu dakwah berasal dari akar kata *da'wah* yang merupakan bentuk kata masdar dari "*da'a-yad'u-da'watan*" memiliki arti panggilan, seru-an, permohonan, aktivitas misionaris, dan propaganda¹. Adapun secara istilah pengertian dakwah juga dipahami sebagai ajakan, di antaranya menurut Sayyid Qutb menyebutkan bahwa dakwah adalah mengajak atau menyuruh orang lain kepada jalan (sabil) yang

¹ Kamaruddin dkk, *Dakwah Dan Konseling; Formulasi Teoritis Dakwah Islam Melalui Bimbingan Konseling* (Semarang: Pustaka Rizli Putra, 2008), 1.

difirmankan Allah-SWT dalam al-Qur'an dan yang telah diajarkan oleh Rasulullah-SAW melalui hadis-hadisnya².

Selanjutnya, dalam perkembangannya para ahli mendefinisikan dakwah dalam artian yang lebih luas lagi. Sukri Sambas misalnya, memahami dakwah merupakan sebuah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi intisari dari ajaran agama yaitu Islam. Proses tersebut menurutnya terjadi karena memiliki unsur-unsur, yaitu orang yang menyampaikan (da'i), pesan yang disampaikan, alat yang digunakan (media), cara yang digunakan agar pesan yang disampaikan dapat sesuai dengan yang diharapkan, orang menjadi penerima pesan (mad'u), tujuan, respon dan ruang dan waktu (dimensi) yang dapat menunjang terwujudnya tujuan dakwah, yaitu kehidupan yang bermartabat, selamat dan mendapat pencerahan di dunia dan di akhirat³.

Adapun dalam kajian disiplin keilmuan, dakwah mengandung beberapa esensi yang membedakan ilmu dakwah dengan ilmu lainnya. Esensi tersebut di antaranya: Pertama, adalah ilmu yang menjelaskan tentang proses penyampaian ajaran agama. Kedua, adalah ilmu yang mempelajari tentang gejala-gejala proses dakwah⁴. Selain itu ada dua sisi lain yang membedakan dakwah dengan ilmu lainnya, yaitu terdiri dari esensi pesan yang disampaikan dan esensi dari bentuk, forma, cara atau metode penyampaian.

Sedangkan, komunikasi sendiri secara bahasa menurut Wilbur Sechramm komunikasi itu berasal dari bahasa latin yaitu "Comunicatio", yang diterjemahkan dengan pemberitahuan, pemberi bagian, pertukaran, pergaulan, persatuan atau kerjasama yang dilakukan dengan berunding bermusyawarah yang bertujuan untuk mencapai suatu kesepakatan⁵. Dari proses tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses

² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 2 -14

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Bandung: Rajawali Pers, 2013), 45.

⁴ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah...*, 14.

⁵ Rosmawaty, *Mengenal Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Widya Padjadjaran, 2010), 14.

interaksi antara komunikator dan komunikan untuk memperoleh kesamaan makna dari apa yang telah disampaikan.

Secara istilah para ahli sangat beragam sekali memahami arti dari komunikasi. Di antaranya Charles Choley memahami komunikasi sebagai proses mekanisme yang terjadi antara hubungan manusia dengan manusia lainnya yang terjalin melalui simbol komunikasi⁶. Kemudian Claude Shannon dan Warren Weaver memaknai komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, ide, perasaan, dan keahlian melalui simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, bentuk, grafik dan simbol-simbol lainnya⁷. Sedangkan menurut Stuart dalam bukunya Dedy Mulyana, menyebutkan komunikasi sebagai kata benda yang memiliki empat pengertian, yaitu 1) sebagai Pertukaran simbol, pesan, dan informasi. 2) Proses pertukaran antar individu melalui sistem simbol yang sama. 3) Seni untuk mengekspresikan ide atau gagasan, dan 4) Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi⁸.

Berdasarkan pengertian dari para ahli di atas, komunikasi memiliki perbedaan mendasar dengan konsep dasar yang terjadi dalam proses dakwah, yaitu komunikasi adalah berkaitan dengan proses pertukaran informasi atau pesan yang terjadi antara setiap manusia dengan manusia lainnya⁹. Proses ini terjadi dalam konteks yang luas yaitu termasuk ke dalam tatanan-tatanan Sosiologi Komunikasi. Tatanan tersebut menurut Onong Uchjana Effendy terdiri dari, Komunikasi Pribadi, Komunikasi Kelompok dan Komunikasi Massa¹⁰. Komunikasi pribadi adalah proses interaksi yang terjadi dan berlangsung seputar diri seseorang, baik itu sebagai pengirim pesan

⁶ Muwafik Saleh, *Komunikasi dalam Kepemimpinan Organisasi* (Malang: UB Press, 2016), 3.

⁷ Muhammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi; Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 4.

⁸ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu*, (Jakarta: Kencana, 2018), 1st ed. p. <https://books.google.co.id/books?id=fDa2DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.

⁹ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah; Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 15.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 57-83.

(komunikator) atau sebagai penerima pesan (komunikan). Termasuk ke dalam komunikasi ini adalah komunikasi intrapribadi dan interpersonal. Komunikasi kelompok adalah komunikasi berlangsung dalam ruang lingkup antara komunikator dan komunikan yang berjumlah dua orang atau lebih. Komunikasi kelompok ini terdiri dari kelompok kecil dan kelompok besar. Sedangkan komunikasi massa adalah proses interaksi manusia yang terjadi dengan menggunakan media, yaitu termasuk media massa.

Berdasarkan uraian di atas, perbedaan mendasar dari dakwah dan komunikasi adalah terletak pada konsep dasar kedua disiplin ilmu tersebut, yaitu dakwah adalah interaksi atau hubungan yang berlangsung antara manusia dengan manusia lainnya cenderung kepada ajaran agama dan penyampaianya. Sedangkan komunikasi adalah cenderung kepada proses pertukaran informasi yang terkait dengan interaksi antara manusia dalam ruang lingkup secara umum. Namun, secara praktis sosial keagamaan di lapangan keduanya adalah satu kesatuan yang memiliki keterkaitan erat dalam mencapai tujuan berdakwah atau tujuan berkomunikasi.

C. Scop Focus Objek Kajian

Dakwah dan komunikasi telah dijelaskan di atas, bahwa keduanya pada dasarnya adalah berbeda. Perbedaan tersebut merupakan komponen penting untuk memilah bagaimana sebenarnya objek yang menjadi kajian antara dakwah dan komunikasi.

Dakwah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari hal yang berkaitan dengan manusia. Maka dari itu, objek secara materil yang menjadi kajian dalam bidang ilmu dakwah tidak terlepas dari empat bagian, di antaranya adalah berkaitan dengan Tuhan, manusia, lingkungan dan ajaran dari agama itu sendiri¹¹. Keempat bagian tersebut dalam proses berdakwah merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan. Apabila hilang salah satu bagian tersebut dakwah yang disampaikan tidak akan efektif dan bisa

¹¹ Ahmad Asmuni, "Filsafat dan Dakwah", dalam *Jurnal ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 8 No. 1 (June 9, 2017), 86–99. doi:10.24235/orasi.v8i1.2023.

menyimpang dari tujuan dakwah itu sendiri. Selain itu dakwah juga sesuai dengan hakikat dakwah itu sendiri, sebagaimana menurut Faizah dan Lalu Muchsin Effendi dakwah pada hakikatnya tidak terlepas dari dakwah sebagai tablig, dakwah sebagai ajakan, dakwah sebagai pekerjaan menanam, dakwah sebagai akulturasi nilai, dan yang paling penting adalah dakwah merupakan pekerjaan yang dapat memberikan sumbangan dalam pembangunan tatanan kehidupan¹².

Dilihat dari objek kajiannya dakwah merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan ajaran agama yang telah diajarkan oleh Tuhannya untuk membentuk sebuah keadaan yang berpengaruh positif kepada lingkungan masyarakat di sekitarnya. Demikian pula halnya dengan komunikasi. Pada prinsipnya ilmu komunikasi juga berkaitan dengan manusia atau sering disebut dengan istilah manusia adalah makhluk sosial. Sebagaimana menurut Suryanto manusia yang dimaksudkan bukanlah manusia dalam arti pribadi manusia itu sendiri atau individu, tetapi manusia dalam artian secara umum yang terkait dengan manusia dalam ruang lingkup kehidupan sosial kemasyarakatan¹³. Maka dari itu ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan ilmu-ilmu lain terutama ilmu sosiologi. Meskipun pada dasarnya ilmu komunikasi dan ilmu dakwah memiliki disiplin ilmunya sendiri.

Mengingat pentingnya ilmu sosiologi komunikasi, yaitu salah satu faktor penting dalam proses interaksi yang terjalin dalam kehidupan manusia. Sebelumnya perlu diketahui bahwa pada hakikatnya komunikasi merupakan proses pernyataan pesan yang terjadi antar manusia¹⁴. Pesan ini dapat terjadi dalam beberapa bentuk, di antaranya adalah dalam bentuk isi pikiran atau ide, gagasan, pendapat dan juga dalam bentuk perasaan yang disampaikan melalui media atau alat penyampai pesan, baik itu secara verbal maupun

¹² Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Agama* (Jakarta: Kencana, 2012), xii-xiii.

¹³ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 12.

¹⁴ Winda Kustiawan, "Perkembangan Teori Komunikasi Kontemporer," dalam *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, Vol. 6 No. 1 (August 1, 2019), 15–32. doi:10.37064/jki.v6i1.5517.

nonverbal. Maka dari itu objek kajian dalam sosiologi komunikasi ini tidak terlepas dari proses interaksi yang terjadi dalam kehidupan manusia itu sendiri¹⁵ yang meliputi kehidupan sosial, ekonomi, politik dan budaya. Selain itu, objek kajian ilmu sosiologi komunikasi tidaklah hanya berkaitan dengan proses dalam kehidupan manusia, namun lebih khususnya lagi terkait dengan proses penyampaian informasi, pembentukan pendapat umum dan pembentukan sikap publik yang terjadi dalam aspek kehidupan manusia.

Berdasarkan penjelasan di atas, jelas sekali bahwa objek kajian antara dakwah dan komunikasi itu juga berbeda, yaitu objek kajian dakwah adalah mencakup objek secara materilnya yaitu terdiri dari Tuhan, manusia, lingkungan dan ajaran dari agama itu sendiri. Sedangkan objek kajian dari komunikasi adalah terkait dengan aspek kehidupan yang berkaitan dengan interaksi yang terjalin antara sesama manusia itu sendiri.

D. Persentuhan antara Dakwah dan Komunikasi dalam Kajian Sosiologi Komunikasi

Masjid sudah ada sejak masa Rasulullah sawpada waktu hijrah dariMakkah ke Madinah denganditemani sahabat Abu Bakar,Rasulullah saw melewati daerah yang disebut denganQuba, dan akhirnya di sana Beliau mendirikan masjid pertamasejak masa kenabiannya,yaitu masjid Quba.¹⁶ Sebagaimanadisebutkan dalam Q.S. At-Taubah ayat 108 sebagaiberikut:

Dakwah dan komunikasi telah dijelaskan di atas, bahwa keduanya memiliki perbedaan yang mendasar meskipun dalam prosesnya memiliki persamaan, yaitu secara teknis sama-sama merupakan proses interaksi yang terjadi antara manusia dengan manusia. Selain itu, masing-masing dari keduanya juga memiliki bangunan disiplin ilmu yang sangat berbeda sekali. Perbedaan tersebut terlihat jelas dari konsep dasar dan objek kajian yang

¹⁵ Andi Eka Putra, "Membangun Komunikasi Sosial Antaretnik: Perspektif Sosiologi Komunikasi," dalam *Jurnal Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, Vol. 12 No. 1 (Agustust 25, 2017), 1–15. doi:10.24042/aqsla.v12i1.1441.

¹⁶Siswanto, *Panduan Praktis Organisasi Remaja Masjid*, 24.

berlaku antara dakwah dan komunikasi. Menurut Athik Hidayatul Ummah perbedaan mendasar dari dakwah dan komunikasi adalah terletak pada analisis kajiannya yaitu dakwah lebih cenderung memfokuskan pada aspek tujuannya yaitu “mengajak” atau “memanggil” untuk berubah¹⁷. Sedangkan Ashep saiful Muhtadi komunikasi terletak pada prosesnya yaitu “menyampaikan” pesan agar benar-benar bisa memberikan perubahan¹⁸. Dari kedua aspek tersebut memiliki hubungan yang saling keterkaitan. Apabila tujuannya berbeda maka akan mempengaruhi prosesnya. Kemudian prosesnya berbeda akan mengakibatkan efeknya yang berbeda pula.

Perbedaan tersebut dapat diidentifikasi, ketika keduanya saling bersentuhan maka melahirkan suatu disiplin ilmu baru dalam kajian keilmuan. Disiplin ilmu baru tersebut sering disebutkan oleh para ahli komunikasi dengan istilah komunikasi dakwah. Secara umumnya dakwah dan komunikasi merupakan bagian dari komunikasi dakwah. Hal tersebut dikarenakan kajian yang dibahas dalam komunikasi dakwah juga sama dengan proses komunikasi dan dakwah¹⁹. Namun untuk membedakan komunikasi dakwah dengan disiplin ilmu lainnya maka dapat dilihat dari dua aspek. Pertama dilihat dari aspek secara luas komunikasi dakwah meliputi peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Kedua dilihat dari aspek secara sempit bahwa komunikasi dakwah adalah merupakan segala upaya yang meliputi cara, metode, teknik penyampaian pesan dan keterampilan berdakwah untuk khalayak secara luas selaku komunikan²⁰.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa secara umum komunikasi dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan

¹⁷ Athik Hidayatul Ummah, “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara),” dalam *Jurnal TASÂMUH*, Vol. 18 No. 1 (June 30, 2020), 54–78. doi:10.20414/tasamuh.v18i1.2151.

¹⁸ Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah; Teori, Pendekatan, dan Aplikasi...*, 7.

¹⁹ Sudir Koadhi, Moh Natsir Mahmud, and Muliaty Amin, “Model Komunikasi Internasional Perjanjian Hudaibiyah Sebagai Metode Dakwah Era Masyarakat Ekonomi Asean (Mea),” dalam *Jurnal TASÂMUH*, Vol. 15 No. 2 (Juni 1, 2018), 1–24. doi:10.20414/tasamuh.v15i2.209.

²⁰ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah...*, 26.

dakwah yang dilakukan oleh komunikator atau dalam hal ini adalah da'i kepada Mad'u yang disebut dengan komunikan, sesuai dengan teori-teori komunikasi dan sesuai dengan tujuan dari dakwah itu sendiri.

Pada prinsipnya komunikasi dakwah merupakan pertemuan antara dakwah dan komunikasi. Karena merupakan perpaduan antara kedua disiplin ilmu tersebut, maka objek kajian dalam komunikasi dakwah juga tidak terlepas dari keduanya. Jadi objek yang menjadi kajian dalam disiplin ilmu komunikasi dakwah terdiri dari peran dan fungsinya. Objek tersebut terbagi menjadi dua. Pertama, objek materil yaitu manusia. Kedua, adalah objek formal yaitu dari pengertiannya, yang terdiri dari unsur-unsurnya, perannya, prinsip, proses dan nilai yang terkandung di dalamnya²¹.

Apabila di kaji satu persatu dakwah dan komunikasi dalam prosesnya masing-masing memiliki tujuan atau fungsi dan perannya tersendiri. Adapun tujuan yang dimaksudkan dalam proses dakwah dan komunikasi ini adalah terkait dengan arah atau harapan yang ingin dicapai dari keduanya. Karena tujuan yang jelas dari keduanya sama-sama sangat menentukan tingkat keberhasilan dari kedua proses interaksi tersebut. Demikian pula halnya dengan komunikasi dakwah.

Sebelum membahas tujuan dan peran komunikasi dakwah, terlebih dahulu diuraikan tujuan atau fungsi dari dakwah dan komunikasi. Secara umum dakwah adalah bertujuan untuk mengajak umat manusia secara keseluruhan. Menyangkut tingkat keberhasilan dalam proses mengajak atau menyeru ini, tujuan dari dakwah tersebut sangat ditentukan oleh objek dakwah itu sendiri. Menurut objeknya tujuan dakwah secara khususnya terbagi menjadi beberapa tingkatan (level)²², di antaranya sebagai berikut:

1. Pada tingkatan individu, tujuan dakwah meliputi; mengubah paradigma berfikir seseorang tentang arti kehidupan yaitu pentingnya hidup dan tujuan

²¹ Abdullah, Abdullah, "Paradigma dan Epistemologi Dakwah," dalam *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 7 No. 1 (Agustus 24, 2019), 19. doi:10.37064/jpm.v7i1.5609.

²² Basit, *Filsafat Dakwah...*, 51-55.

hidup yang sesungguhnya, merupakan proses internalisasi ajaran agama dalam kehidupan, dan merupakan proses mewujudkan aplikasi dari ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

2. Pada Tingkatan kelompok dan masyarakat, dakwah memiliki tujuan untuk meningkatkan rasa persaudaraan dan persatuan dalam beragama, mewujudkan keharmonisan beragama, penguat struktur sosial kelembagaan, dan membangun kepedulian dan tanggung jawab sosial.

Adapun komunikasi yang terjadi dalam interaksi sosial kehidupan masyarakat sehari-hari pada umumnya menyangkut hubungan saling keterkaitan antara memberi dan menerima informasi oleh dan dari manusia itu sendiri. Menurut Suryanto tujuan komunikasi itu adalah agar informasi yang disampaikan dipahami oleh orang lain, dapat memahami orang lain, agar gagasan yang disampaikan dimengerti orang lain, dan mampu menggerakkan orang lain²³. Sedangkan fungsi komunikasi bagi manusia baik itu secara individu maupun kelompok masyarakat secara umum menurut Onong Uchjana Effendy ada empat fungsi komunikasi, yaitu komunikasi berfungsi sebagai proses memberikan informasi, mendidik, menghibur dan fungsi komunikasi adalah untuk mempengaruhi²⁴.

Setelah membahas tujuan atau fungsi dakwah dan komunikasi, selanjutnya akan dijelaskan tujuan dan peran dari komunikasi dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat yang dikutip oleh Wahyu Ilaihi memaparkan bahwa tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi memiliki tiga tujuan utama, di antaranya bertujuan sebagai *informatif* (memberitahukan), sebagai *persuasif* (mempengaruhi), dan berfungsi sebagai *rekreatif* (menghibur)²⁵. Komunikasi dakwah sebagai informatif adalah menjelaskan bahwa proses penyampaian dan penerimaan informasi dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Adapun yang dimaksud dengan *persuasif* adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi yang dilakukan oleh *da'i* adalah untuk mempengaruhi

²³ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, 27.

²⁴ Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi...*, 55.

²⁵ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah...*, 39-40.

sikap dan tingkah laku manusia sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh da'i atau komunikator. Sedangkan kreatif adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh da'i selaku komunikator mampu memberikan ketenangan, kedamaian dapat menghibur mad'u selaku penerima informasi.

Adapun selanjutnya komunikasi dalam konteks dakwah memiliki perannya tersendiri. Peran tersebut diuraikan menjadi beberapa peran²⁶, antara lain adalah sebagai berikut, Sebagai proses memasukan nilai-nilai Islam yang mempengaruhi sikap mental, loyalitas dan perilaku keislaman. Bertindak untuk mengajarkan keterampilan dalam pendidikan Islam. Memberi pengaruh sehingga meningkatkan rangsangan untuk berpartisipasi di masyarakat. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang keislaman. Mampu mengubah struktur kekuasaan di masyarakat. Memberikan kemudahan dalam perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah. Membantu proses dakwah secara mandiri. Media komunikasi berperan sebagai pengganda sumber daya pengetahuan, dan transformasi pengalaman pribadi sehingga membentuk kepribadian Islami.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dan peran dari komunikasi dakwah adalah memberikan jaminan bagi manusia pada umumnya yang terdiri dari da'i selaku komunikator dan mad'u selaku komunikan yang terangkum dalam proses interaksi penyampaian dan penerimaan informasi guna untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan yang diharapkan dalam proses tersebut. Kemudian dari keduanya dalam konteks keagamaan yaitu untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

E. Kesimpulan

Melihat eksistensi dan keberfungsian masjid baik pada era Rasulullah dan era millennial tentunya kita menemukan fakta yang berbeda. Sejarah memperlihatkan bahwa di era Rasulullah, masjid bukan hanya sebagai tempat shalat saja, akan tetapi juga menjadi tempat berbagai keperluan seperti tempat belajar agama, silaturahmi antar umat, tawanan perang, mengatur

²⁶ *Ibid.*, 40-41.

strategi perang, tempat peristirahatan musafir dan lainnya. Menariknya, di era millenial sekarang ini, masjid lebih terfokus pada kegiatan keagamaan yang bersifat murni, seperti kajian keagamaan, mamperingati hari besar Islam dan para muslim millenial menjadi sebuah warna baru bagi masjid, tak jarang pengurus masjid beserta perangkat lainnya menghadirkan para ustaz-ustaz kondang untuk mengisi kegiatan keagamaan di berbagai masjid. Hal ini tentunya adalah sebuah pembaharuan yang ada di era millenial sekarang ini, dengan upaya ini menghadirkan umat yang mau bekerja sama demi memakmurkan rumah Allah.

Dakwah dan komunikasi adalah dua disiplin ilmu yang berbeda namun dalam praktiknya keduanya saling keterkaitan. Perbedaan mendasar antara dakwah dan komunikasi adalah konsep dasar yang meliputi pengertian dan unsur-unsur yang terkandung di dalam disiplin ilmu dakwah dan komunikasi. Kemudian perbedaannya juga terdapat pada objek kajian dari dakwah dan komunikasi, yaitu dakwah objek kajiannya meliputi Tuhan, manusia, lingkungan dan ajaran dari agama itu sendiri. Sedangkan komunikasi objek dakwahnya adalah yang berkaitan dengan manusia dalam arti yang luas termasuk beberapa disiplin ilmu lainnya. Komunikasi dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh komunikator atau dalam hal ini adalah da'i kepada komunikan yang disebut dengan komunikan yang sesuai dengan teori-teori ilmu komunikasi dan tidak menyimpang dari tujuan dakwah itu sendiri yaitu informatif, rekreatif, persuasif atau mengajak dan menyeru umat manusia menuju kebahagiaan dunia akhirat.

Kajian tentang dakwah dan komunikasi di dalam pembahasan ini telah memfokuskan pada aspek-aspek mendasar untuk membedakan antara dakwah dan komunikasi dalam bingkai Sosiologi Komunikasi. Adapun untuk selanjutnya penulis menyarankan agar pada penulis lainnya mengkaji dakwah dan komunikasi dalam konteks kekinian yang lebih detail lagi, karena untuk menjawab persoalan-persoalan yang terjadi sekarang ini dakwah dan komunikasi menurut penulis memiliki peran yang sangat besar dalam membangun suatu tatanan kehidupan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Abdullah, "Paradigma dan Epistemologi Dakwah," dalam *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 7 No. 1 (Agustus 24, 2019)
- Asmuni, Ahmad, "Filsafat dan Dakwah," dalam *Jurnal ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol 8 No. 1 (June 9, 2017)
- Basit, Abdul , *Filsafat Dakwah* (Bandung: Rajawali Pers, 2013)
- Eka Putra, Andi, "Membangun Komunikasi Sosial Antaretnik: Perspektif Sosiologi Komunikasi," dalam *Jurnal Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, Vol. 12 No. 1 (Agustus 25, 2017)
- Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Agama* (Jakarta: Kencana, 2012)
- Hidayatul Ummah, Athik, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisk Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)," dalam *Jurnal TASÂMUH*, Vol. 18 No. 1 (Juni 30, 2020)
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013)
- Kamaruddin dkk., *Dakwah dan Konseling; Formulasi Teoritis Dakwah Islam Melalui Bimbingan Konseling* (Semarang: Pustaka Rizli Putra, 2008)
- Koadhi, Sudir, dkk., "Model Komunikasi Internasional Perjanjian Hudaibiyah Sebagai Metode Dakwah Era Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)," dalam *Jurnal TASÂMUH*, Vol. 5 No. 2 (Juni 1, 2018)
- Kustiawan, Winda, "Perkembangan Teori Komunikasi Kontemporer," dalam *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, Vol. 6 No. 1 (Agustus 1, 2019)
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah; Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012)
- Panuju, Redi, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu* (Jakarta: Kencana, 2018)
- Rosmawaty, *Mengenal Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Widya Padjadjaran, 2010)
- Saleh, Muwafik, *Komunikasi Dalam Kepemimpinan Organisasi* (Malang: UB Press, 2016)
- Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015)
- Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003)
- Zamroni, Muhammad *Filsafat Komunikasi; Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)