



KOMUNIKASI DAKWAH ANTARA KYAI DAN SANTRI DALAM ANALISIS STRATEGI DAKWAH DI PESANTREN TAHFIDZUL QUR'AN AL-MUKHLISH KALIREJO LAMPUNG TENGAH

Devid Saputra¹, Abdul Syukur², Lutfi Muawanah³

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

E-mail: ¹devidsaputra@radenintan.ac.id, ²abdulsyukur@radenintan.ac.id
³lutfimuawanah@gmail.com

Abstract

Da'wah communication occurs between kyai (communicator) and santri (communicant) in the process of delivering da'wah messages which have the same meaning of da'wah messages. Communication strategies and da'wah strategies are integration in planning and management of message delivery to change opinions, attitudes, behaviors, and social to the target of da'wah (mad'u / santri) of da'wah actors (da'i / kyai) carried out by the Tahfidzul Qur Islamic Boarding School. 'an Al-Mukhlis Kalirejo, Central Lampung. Da'wah communication between kyai and santri is seen as urgent in various da'wah activities for the guidance of santri worship. So that it takes a variety of choices of da'wah communication strategies that can be explored and developed in order to develop a scientific theory of communication.

Keywords: *kyai, santri, da'wah communication strategy, and Islamic boarding schools*

Abstrak

Komunikasi dakwah yang terjadi antara kyai (komunikator) dan santri (komunikan) dalam proses penyampaian pesan dakwah memiliki kesamaan makna pesan dakwah. Strategi komunikasi dan strategi dakwah merupakan integrasi dalam perencanaan dan manajemen penyampaian pesan dakwah untuk mengubah opini, sikap, perilaku, dan sosial kepada sasaran dakwah (mad'u/santri) dari pelaku dakwah (da'i/kyai) yang dilakukan oleh Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo Lampung Tengah. Komunikasi dakwah antara kyai dan santri dipandang urgen dalam berbagai aktivitas dakwah untuk pembinaan ibadah santri. Sehingga dibutuhkan berbagai pilihan strategi komunikasi dakwah yang dapat digali dan dikembangkan dalam rangka mengemangkan teori keilmuan komunikasi.

Kata kunci: *kyai, santri, strategi komunikasi dakwah, dan pondok pesantren*

PENDAHULUAN

Komunikasi dakwah semakna dengan komunikasi Islam, diartikan sebagai proses komunikasi dalam penyampaian pesan Islam (pesan dakwah) dari *komunikator* yang bertindak sebagai *da'i (muballigh, ulama, atau kiyai)* kepada komunikan sebagai sasaran dakwah (*mad'u, jama'ah, khalayak* atau *santri*) dengan tujuan menyampaikan

pesan dakwah untuk mengubah pendapat, sikap, dan perilaku *mad'u*. Pengertian komunikasi dakwah tersebut juga sejalan dengan pendapat para ahli komunikasi dakwah, antara lain Toto Tasmara mendefinisikan komunikasi dakwah sebagai proses penyampaian pesan yang memiliki tujuan agar penerima pesan dapat memahami isi pesan sehingga menjadi dorongan untuk bersikap dan berperilaku baik & amal shaleh sesuai dengan apa yang telah menjadi petunjuk di kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah.¹

Untuk mencapai tujuan komunikasi dakwah memerlukan proses komunikasi yang efektif. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan disampaikan dengan tepat oleh orang yang tepat dengan media dan juga dapat diterima dengan baik bagi penerimanya. Berdasarkan hal tersebut, maka komunikasi dakwah dapat dikatakan efektif apabila terpenuhinya unsur-unsur berikut:

1. Siapa (*who*) dalam pengertian siapa yang menyampaikan pesan dakwah, dalam hal komunikasi dakwah adalah *da'i/kyai*.
2. Apa yang disampaikan (*say what*), adalah pesan dakwah yang bermakna pesan mengandung nilai-nilai Islam, atau materi dakwah yang bersumber dari agama Islam meliputi Al-Qur'an, Al-Hadits, Al-Ijma' dan Al-Qiyas. Pesan dakwah yang dimaksud juga dapat meliputi pesan-pesan Islam yang disampaikan oleh *kyai* dalam kegiatan majlis taklim, mengaji kitab kuning, dan aktivitas keagamaan di pondok pesantren.
3. Kepada siapa yang menjadi sasaran komunikasi dakwah (*to whom*) yaitu santri, jama'ah atau publik, atau penerima pesan Islam.
4. Media komunikasi (*channel*) dakwah, yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, seperti forum, podium, sound system, microphone, radio, televisi atau melalui jaringan internet seperti media sosial.
5. Efek komunikasi dakwah, adalah hasil dari proses komunikasi dakwah. Terdapat tiga efek komunikasi dakwah yaitu perubahan pemahaman yang meningkat bagi komunikan/*mad'u* (*cognitive effect*) meningkat pada perubahan sikap *mad'u* makin lebih baik (*affective effect*) dan selanjutnya meningkat perubahan perilaku *mad'u* berakhlak mulia (*behavioral effect*).

Proses komunikasi dakwah dapat terjadi di manapun, kapanpun, dan kepada siapapun selama memenuhi unsur-unsur komunikasi dakwah seperti disebutkan sebelumnya.

Pesantren merupakan lembaga pendidikan tradisional terdiri dari anak didik/murid (santri) yang tinggal dan belajar bersama dengan bimbingan guru yang lebih sering disebut dengan kiai. Pesantren memiliki asrama yang digunakan oleh santri untuk tinggal bersama dengan santri-santri lainnya. Santri berada pada satu lokasi dimana pada lokasi tersebut terdapat masjid untuk ibadah, ruang belajar,

¹ Lihat <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-dakwah>, diakses 3 Agustus 2020

maupun kegiatan keagamaan lainnya. Pesantren memiliki fungsi sebagai pusat dakwah, selain pusat pendidikan non formal Islam, dan fungsi-fungsi lainnya.

Latar Belakang

Dalam perspektif dakwah, pesantren berperan sebagai pusat aktivitas dakwah, yang memiliki unsur-unsur dalam proses komunikasi dakwah yaitu: komunikator (*kyai*), komunikan (*santri*), media komunikasi dakwah (pesantren/asrama santri, pusat ibadah/masjid, kitab kuning, majelis/forum/podium, dan lainnya). Materi komunikasi dakwah berupa pesan Islam yang didakwahkan/diajarkan, strategi komunikasi dakwah sebagai bagian dari metode dakwah, dan efek komunikasi dakwah sebagai bagian dari efek dakwah. Kelima unsur komunikasi dakwah tersebut merupakan unsur-unsur dakwah dalam proses komunikasi dakwah dalam rangka mencapai hasil dan tujuan dakwah.

Unsur dakwah dalam proses komunikasi dakwah, menunjukkan terdapat hubungan atau interaksi sosial antara komunikator (*da'i/kyai*) dan komunikan (*santri/mad'u*). Proses komunikasi dakwah antara kyai dan santri begitu urgen, tetapi dalam raelitas sosial di lingkungan pesantren masih lemah, kurang mendapatkan perhatian yang signifikan terutama terkait dengan aktivitas dakwah berupa kegiatan pengajian (*ta'lim*) dan pembelajaran (*tarbiyah*). Komunikasi yang seharusnya terjadi dua arah namun hanya satu arah, di mana kyai memposisikan dirinya lebih sebagai *patron* dan santri sebagai *client*. Hal demikian berdampak secara psikologis yang juga berpengaruh pada aspek pikiran dan perasaan santri dalam menerima pesan dakwah yang didapat dari kegiatan pengajian dan pengajaran.

Lokasi Penelitian

Peran pesantren memiliki fungsi sebagai pusat aktivitas dakwah dan pusat pendidikan non formal Islam yang dapat juga dinyatakan dalam perspektif dakwah termasuk bagian dari aktivitas dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses komunikasi dahwah di Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an Al-Mukhlis beralamat di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung.

Rumusan Masalah

Unsur dakwah dalam proses komunikasi dakwah, menunjukkan terdapat hubungan atau interaksi sosial antara komunikator (*da'i/kyai*) dan komunikan (*santri/mad'u*). Proses komunikasi dakwah antara kyai dan santri begitu urgen, tetapi dalam raelitas sosial di lingkungan pesantren masih lemah, kurang mendapatkan

perhatian yang signifikan terutama terkait dengan aktivitas dakwah berupa kegiatan pengajian (*ta'lim*) dan pembelajaran (*tarbiyah*). Komunikasi yang seharusnya terjadi dua arah namun hanya satu arah, di mana kyai memposisikan dirinya lebih sebagai *patron* dan santri sebagai *client*. Hal demikian berdampak secara psikologis yang juga berpengaruh pada aspek pikiran dan perasaan santri dalam menerima pesan dakwah yang didapat dari kegiatan pengajian dan pengajaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana proses komunikasi pada Podok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, apakah komunikasi yang ada di pesantren tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi dakwah.

Metodelogi Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif yang menggambarkan kondisi objek penelitian. Guna memperoleh informasi yang akan dipergunakan untuk penelitan makadiperlukan pengumpulan data. Data dikumpulkan peneliti melalui wawancara, observasi lapangan serta dokumentasi. Data yang telah diperoleh peneliti akan dipergunakan sebagai bahan analisis menggunakan metode deskriptif analitis.

Pembahasan

Pengertian dakwah secara etimologis, diungkapkan oleh Abdullah sebagai berikut: "Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yaitu dari kata دعا (*da'a*), يدعو (*yad'u*), دعوة (*da'watan*) yang artinya: menyeru, memanggil, dan mengajak."² Dakwah diartikan sebagai "mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam), termasuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat."³ Ajakan kepada Islam dapat berupa ucapan dan perbuatan. Dengan demikian, pengertian dakwah dalam perspektif komunikasi Islam, atau disebut juga komunikasi dakwah adalah proses penyamaian pesan oleh *da'i* menggunakan media dan metode tertentu yang berdampak pada perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku penerima dakwah (*mad'u*). Abu Al-Fattah Al-Bayanuni mengartikan "dakwah sebagai penyampaian pesan Islam kepada seluruh manusia pada umumnya yang disebut *tabligh*, pembinaan kepada umat Islam yang disebut taklim (*ta'lim*), dan penyesuain Islam dengan kehidupan (*tathbiq*)."⁴

Pengembangan media dakwah pada era *konvergensi* media, menjadi perhatian di kalangan pelaku dakwah (*da'i/muballigh/komunikator*) dalam merespon

²Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 4

³M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 13

⁴Abu al-Fattah al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila 'Ilmi al-Da'wah* (Madinah: Mu'assasat al-Risalah, tanpa tahun), h. 17

perkembangan media konvergensi sekaligus perubahan *mad'u* yang cenderung berpindah dari media mainstream (media massa) kepada media sosial. Oleh sebab itu, *da'i* sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan dakwah supaya mampu mengintegrasikan media massa dengan media online dakwah. Bagi kalangan *da'i/kyai/pengasuh pondok pesantren* juga dituntut untuk mampu menguasai media massa dan media sosial sekaligus mengintegrasikan kedua media tersebut dalam menginfirmasikan pesan dakwah kepada santri, di mana santri sebagai sasaran dakwah milenial di era konvergensi media.

Penggunaan media massa dan media sosial secara integratif pada era milenial atau era konvergensi media yang dilakukan oleh *da'i/kyai* pondok pedantren membutuhkan perhatian dan kehati-hatian agar pesan dakwah yang terkandung di media-media dakwah tersebut dapat memudahkan *mad'u/santri* atau khalayak dalam mengakses pesan dakwah menggunakan platform media yang dipilihnya. Dengan demikian, pengembangan dan pengintegrasian media dakwah pada era konvergensi media sangat membantu dan menjadi urgen bagi pengembangan komunikasi dakwah terutama dari unsur strategi komunikasi dakwah kepada sasaran dakwah dari kalangan santri dan khalayak.

Taklim merupakan proses penyampaian pesan dakwah secara langsung, disebut *primary communication*, di mana pesan dakwah langsung disampaikan oleh *da'i/mu'alim/penceramah* kepada *mad'u/khalayak* secara tatap muka, bahkan dialogis dan penuh keakraban di suatu forum (majelis taklim). Proses tersebut dapat terjadi secara perorangan maupun kelompok

Pesan dakwah meliputi pesan-pesan bertemakan keimanan (akidah Islam), ibadah dan *mu'amalah*, serta *akhlakul karimah*. Proses penyampaian pesan memerlukan strategi komunikasi dakwah yang tepat agar pesan dakwah memberikan efek dan feedback antara keduanya, yaitu komunikator dan komunikan atau kyai dan santri di pondok pesantren. Penyampaian pesan dakwah dalam bentuk *tabligh* bersifat umum sasarannya, baik kepada umat muslim maupun non muslim yang dapat disampaikan melalui media massa ataupun media sosial *Tabligh* lebih bersifat menginformasikan pesan Islam kepada khalayak melalui media massa ataupun media sosial. Berbeda dengan *taklim* di mana pesan dakwah khusus disampaikan kepada sasaran dakwah (*mad'u/santri*) sesama komunitas/umat Islam di suatu forum (majelis *taklim*). Sementara *taklim* lebih diarahkan pada pembinaan umat Islam dengan pesan dakwah yang disampaikan langsung di majelis.

Dakwah dalam pendekatan komunikasi Islam lebih difokuskan pada proses penyampaian pesan Islam dalam bentuk *taklim* di majelis taklim antara kyai dan santri. Strategi komunikasi dakwah dalam kegiatan majelis taklim di pondok pesantren lebih diarahkan pada komunikasi kyai dan santri dalam suatu majelis taklim dengan berbagai bentuk kegiatan seperti mengaji kitab kuning, bacaan dan hafalan Al-Qur'an, tadarusan Al-Qur'an, shalat wajib berjama'ah, shalat sunah dan zikir jama'i, setoran *nazham* dan pelatihan *muhadharah*, musyawarah, *bahtsul masail*, dan *bahtsul kutub*. Semua kegiatan tersebut dalam membutuhkan strategi dakwah komunikasi secara tepat, terarah, dan terkoneksi secara humanistik dan persuasif bagi *da'i* dan *mad'u*.

Profil Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo

Podok Pesantren berdiri pada tahun 1995 terletak di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah. Pondok Pesantren menempati tanah seluas kurang lebih 3 Ha ini didirikan oleh K.H Imam Mahfuzh Al-Hafizh, saat ini pondok pesantren tersebut dikelola oleh K.H Ahmad Rofi'uddin Mahfuzh Al-Hafizh merupakan putra dari pendiri pondok. Pondok pesantren terus mengalami peningkatan, berdasarkan data skunder yang diperoleh penulis terdapat 20 orang santri di tahun 2006, saat ini pada tahun 2020 jumlag santri di Pondok Pesantren tersebut berjumlah sebanyak 1.072 orang dengan jumlah pengasuh terdiri atas empat orang ustadz dan sembilan orang ustadzah dan didukung dengan pengajar sebanyak 23 orang tenaga pengajar.

Meskipun Pondok Pesantren telah mengembangka jenis pendidikan dan kelembagaannya namun tetap mempertahankan ciri utama pesantren sebagai majelis taklim. Tercatat adanya pendidikan formal pada psantren ini dimulai dari jenjang pendidikan RA hingga MA. Sebagian besar santri yang bermukim di pondok pesantren menempuh pendidikan formal tersebut sedangkan sejumlah santri lainnya memilih untuk menempuh pendidikan satri murni. Meskipun pondok pesantren telah mengembangkan kelembagaan dengan menghadirkan pendidikan formal naun pondok pesantren tidak mengesampingkan syiar islam sebagai pusat aktivitas dakwah.

Santri yang sekaligus berstatus sebagai siswa tetap aktif mengikuti pembelajaran dan pengajian, sehingga kurikulum yang diterapkan di pondok pesantren ini mengikuti kurikulum nasional dan kurikulum lokal sebagai kekhasannya. Seperti *active language* (Bahasa Arab dan Bahasa Inggris) dengan harapan santri mampu mengembangkan diri lebih optimal dan mampu mengikuti perkembangan zaman terutama ketika sudah terjun pada masyarakat, sesuai dengan visi, misi dan tujuan serta program kerjanya.⁵

⁵Ustadz Ahmad Muhlisin, Pengurus di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, Wawancara, tanggal 31 Maret 2020

Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an memiliki visi "*Bertekad mewujudkan insan yang beriman, bertaqwa, berakhlakul karimah, berilmu dan beramal sholeh; dan Mampu bersaing pada era globalisasi. Misinya adalah: (a) Mewujudkan lulusan yang taat beribadah, (b) Menciptakan pendidikan yang Islami, penuh ukhuwah sederhana, disiplin dan berkreasi, (c) Menjadikan Al-Qur'an sebagai Way Of Live dalam kehidupan sehari-hari, (d) Menjadikan Agama sebagai prioritas layanan pendidikan, dan (e) Menjadikan pesantren pilihan masyarakat.*" Adapun tujuan didirikan dan dikembangkan pondok pesantren ini untuk: Meningkatkan sikap akhlakul karimah, b) Menjadikan santri ahli ibadah, melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar*, c) Meningkatkan kemampuan berfikir logis, kritis dan kreatif, dan d) Menanamkan jiwa kepemimpinan yang amanah.⁶

Begitu pula program kerja, baik yang rutinitas ataupun pengembangan atau prioritas ditujukan pada peningkatan mutu pendidikan formal dan pendidikan non formal Islam yang diselenggarakan di pondok pesantren ini. Secara garis besar program kerja diarahkan pada peningkatan mutu pendidikan dan dakwah guna syiar Islam yang berpusat di pondok pesantren ini sehingga peningkatan mutu tenaga pengajar dan pengasuh (ustadz/kyai), sarana dan prasarana, materi pembelajaran dan materi dakwah juga mengarah pada mutu lulusan siswa dan santri secara terpadu dan integratif. Oleh sebab itu, pelaksanaan dan evaluasi mutu manajemen pondok pesantren terus dikembangkan oleh pengurus atau pimpinan pondok pesantren ini sehingga semakin dipercaya masyarakat.

Struktur Kepengurusan santri putra terus mengalami perubahan menuju perkembangannya. Secara hirarkis, tertinggi adalah pengasuh dan penasehat, di bawahnya ketua asrama dan pengawas. Di bawahnya lagi terdapat ketua, sekretaris, dan bendahara didukung dengan bidang-bidang yaitu: pendidikan, keamanan, kebersihan, persampaian, kesehatan, perlengkapan, koperasi, peternakan, dan perkebunan. Adapun struktur kepengurusan santri putrid secara hirarkis: tertinggi pengasuh, di bawahnya ketua dan wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan bidang-bidang yaitu: keamanan, pendidikan, kebersihan, perlengkapan, kesehatan, dan BUMP (Badan Usaha Milik Pondok Pesantren).⁷

⁶Dokumentasi Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, 8 Maret 2020

⁷Dokumentasi Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, 8 Maret 2020

Aktivitas Dakwah

Berbagai aktivitas dakwah merupakan saluran komunikasi dakwah, dakwah yang bersifat terjadwal yaitu: kegiatan harian santri dan kegiatan-kegiatan lainnya, baik jangka pendek maupun panjang. Berbagai aktivitas dakwah rutin dan temporal. Dakwah rutin seperti: membaca Al-Qur'an, Tahsin Al-Qur'an, Tahfidzul Qur'an, Pengajian Kitab Kuning, Pelatihan dan Praktik Muhadharah. Selain itu aktivitas yang mendukung kepribadian dan pengembangan karakter santri sebagai calon da'i adalah aktivitas ekstrakurikuler seperti seni, olah raga, dan keterampilan.⁸ Untuk menyampaikan pesan dakwah yang terkandung di dalam berbagai kegiatan dakwah tersebut, maka kyai/da'i melakukan komunikasi dengan berbagai strategi dan metode yang dapat mengantarkan pesan itu sampai kepada santri dan begitu juga sebaliknya mengenai umpan baliknya. Hal ini dapat disimak antara lain kegiatan dakwah berupa hafalan Al-Qur'an.

Hafalan/Tahfidzul Al-Qur'an, adalah suatu proses untuk mempelajari Al-Qur'an dengan cara menghafalkan ayat-ayat Qur'an hingga lancar dan baik sesuai kaidah-kaidah yang berlaku. terdapat berbagai metode digunakan dalam kegiatan ini, yaitu:

- 1) *Metode muraja'ah*, yakni santri mengulangi hafalannya. Santri menghalafal dengan mengulangi ayat-ayat hingga hafal, kemudian santri menyetorkannya kepada ustadz.
- 2) *Metode tasmi'*, yakni santri menyetorkan hafalannya kepada ustad. Hafalan yang baru dihafal disetorkan pada pagi hari kemudian agar hafalan tidak cepat hilang pada sore harinya santri harus menyetorkan hafalannya yang kemarin ataupun sebaliknya.
- 3) *Metode talqin*, yakni pembinaan dengan cara memperbaiki bacaan dan hafalan. Ustad mencontohkan bacaan kemudian santri mengikuti hingga menghasilkan bacaan dan halafan seperti yang dicontohkan. Jika ada santri yang belum lancar ataupun lupa dengan hafalannya maka santri harus menghafalnya hingga lancar dengan hafalannya sebelumnya sehingga bisa menambah hafalannya.⁹

Untuk memperlancar berbagai aktivitas dakwah dan keberhasilannya, maka pesantren mengeluarkan peraturan untuk dikomunikasikan kepada santri agar santri

⁸Ulfina Maimanah (santri), Siti Fatimah (Pembina), Fakri, Amroni, dan Dewi (Pengurus) Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, wawancara 30 Maret 2020

⁹Siti Fatimah, Pembina Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, Wawancara, tanggal 03 April 2020

menaati dan menjalankan aturan tersebut. Tujuannya untuk membentengi santri dari hal-hal buruk serta membina santri agar tercipta suasana pembelajaran yang kondusif. Untuk itu, diperlukan juga strategi komunikasi untuk mencapai tujuan dakwah. Bahkan, dengan masuknya paham radikal ke pesantren, maka aturan dibuat agar santri terhindar dari radikalisme.¹⁰ Dengan demikian, aktivitas-aktivitas dakwah dalam berbagai bentuk kegiatan merupakan proses komunikasi pesan dakwah yang dilakukan oleh kyai kepada santri membutuhkan aturan sehingga komunikasi formal merupakan bagian dari strategi komunikasi dakwah.

Urgensi Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari individu kepada kelompok atau sebaliknya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan bahasa verbal dan non verbal. Mereka memfokuskan pada komunikasi dakwah menggunakan media sosial instragram @caknunquotes merupakan *official* pengguna akun instragram Muhammad Ainun Nadjib, yang akrab disapa Cak Nun.¹¹ Cak Nun sebagai sosok seniman, budayawan, dan da'i intelektual mampu melakukan komunikasi secara langung kepada sasaran dakwah dengan menggunakan komunikasi non formal, santai dan menyenangkan di mana pesan komunikasi dakwah didekatkan dengan multi pendekatan yaitu memadukan dinamika sosial kesenian, agama, pendidikan, sinergi ekonomi dan politik guna menumbuhkan potensialitas rakyat.

Karina, dkk, menjelaskan komunikasi fatis menurut Malinowski bertujuan untuk menjaga keakraban dan kesantunan. Pesan dakwah atau tuturan pesan Islam yang mengandung unsur fatis merupakan konteks penjelasan mengenai tingkah laku yang komunikatif. Komunikasi fatis sangat umum dalam kehidupan sehari-hari karena membutuhkan pendekatan logis dari interaksi verbal dan mensyaratkan keterlibatan mental dan memakan waktu, tetapi juga bersifat santai dan menyenangkan, saling akrab bagi siapa yang terlibat dalam komunikasi fatis tersebut. Komunikasi fatis juga menekankan kontak langsung antara komunikator (penutur) dengan komunikan (mitra tutur) tentang pesan.¹²

¹⁰Lihat Imam Safi'i, "Strategi Komunikasi Yayasan Lingkar Perdamaian dalam Melaksanakan Deradikalisasi terhadap Mantan Narapidana Teroris", *Jurnal Dakwah*, Vol. 20, No. 1, 2019, h. 54

¹¹Karina Sofiananda Armaza Faraba, dkk., "Komunikasi Fatis Dakwah Caknunquotes dalam Media Sosial Instagram, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 01, Juni 2020, h. 91

¹²*Ibid.*, h. 93

Para pakar komunikasi mengartikan strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan dan manajemen dalam menyampaikan isi pesan sampai tujuan komunikasi. Aktivitas dakwah merupakan proses yang membutuhkan perencanaan dan pengelolaan pesan dakwah dari kyai/da'i kepada santri/*mad'u* (komunikator kepada komunikan) mengenai pesan Islam dalam rangka tukar pikiran dan memberikan pengetahuan dengan kesamaan makna sehingga timbul umpan balik dan komunikasi berhasil efektif.

Asmuni Syukir mendefinisikan komunikasi dakwah sebagai “metode, siasat, taktik atau maneuver yang dipergunakan dalam aktifitas dakwah.”¹³ “Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.”¹⁴ Dari penjelasan di atas, strategi komunikasi dan strategi dakwah terdapat kesamaan dalam proses perencanaan dan pelaksanaan penyampaian pesan dakwah secara bertahap, terarah, dan efektif guna pencapaian pesan dakwah kepada sasaran dakwah. Kegiatan dakwah yang dilakukan di pondok pesantren membutuhkan strategi untuk mencapai tujuan dakwah.

Strategi komunikasi dakwah diperlukan pada kegiatan dakwah dengan pendekatan tarekat oleh pengikut tarekat, dan pendekatan persuasif seperti di Pondok Pesantren. Misal, Tarekat Khalidiyah wa Naqsyabandiyah di Masjid Khwanaran Kudus yang dipandang tepat menggunakan tiga strategi yaitu: dialog, aplikatif dan keteladanan dalam menghadapi permasalahan di *jami'iyah* tarekat tersebut. Tampaknya, Bakhita Aida menyamakan arti strategi dakwah adalah metode dakwah. Menurutnya, metode dialog, berisi tanya jawab digunakan bersamaan dengan metode dakwah lain yaitu metode ceramah dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Metode tanya jawab digunakan sebagai menyelingi pembicaraan-pembicaraan (ceramah) untuk menyemangatkan *mad'u*. Metode dakwah ini terkait dengan masalah komunikasi satu arah pada dakwah pengajian dan kurangnya minat dalam mengikuti kajian kitab, santri putri Pondok Pesantren Yanbu'ul Qur'an, maka dibutuhkan metode aplikatif (keteladanan). Dengan metode ini, santri putri secara aktif terlibat dalam kegiatan suluk dan diharapkan mampu meningkatkan minat para anggota lanjut usia untuk mengikuti pondok tarekat atau suluk, meningkatkan kebersihan pondok tarekat, dan meningkatkan kesadaran akan beribadah.¹⁵

¹³Asmuni Syukir, *Dasar dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al Ikhlas, 1997), h. 32

¹⁴M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah...* h. 349

¹⁵Bakhita Aida, “Strategi Dakwah pada Pengikut Tarekat Khalidiyah wa Naqsyabandiyah di Masjid Khwanaran Kudus”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 40, No 1 (2020), h. 72-72

Muhamad Selpan Muharam Shidiq menjelaskan bahwa strategi komunikasi dakwah sudah menjadi kajian yang menarik bagi para pemerhati ilmu komunikasi dakwah atau penyiaran agama Islam. Strategi komunikasi dakwah ini digunakan untuk melihat berbagai pendekatan sasaran dakwah yaitu masyarakat Islam, di desa dan kota Solo, yaitu secara langsung, dan menggunakan media cetak dan elektronik dalam penyampaian pesan dakwah. Namun demikian, media dakwah berupa Whatsapp group juga begitu dibutuhkan untuk media dakwah pada era media sosial dengan mengedepankan strategi dakwah komunikasi dalam meningkatkan kualitas ilmu agama (pesan dakwah) yang terkandung di media sosial berupan Whatsapp.¹⁶ Pendapat di atas menunjukkan bahwa strategi komunikasi begitu urgen dalam mendukung strategi dakwah untuk melaksanakan aktivitas dakwah.

Diperlukan peningkatan strategi dakwah bagi kyai dalam menyampaikan pesan dakwah kepada santri. Berbagai macam dan bentuk strategi dakwah yang diterapkan di pondok pesantren untuk meningkatkan wawasan pengetahuan sekaligus implementasinya dalam aktivitas dakwah di pondok pesantren tersebut. Sebagaimana dikemukakan di atas oleh para pakar tentang strategi dakwah.

Guna mencapai tujuannya, maka perlu memperhatikan beberapa hal agar komunikasi dakwah dapat berjalan dengan baik:

1. Komunikasi dakwah memerlukan perencanaan sehingga perlu menyusun rencana kerja dan rencana tindakan yang akan dilakukan.
2. Perlu adanya strategi untuk mencapai kesuksesan dakwa, sehingga tujuan dari komunikasi dakwah dapat tercapai dengan tepat dan mampu diukur keberhasilannya.

Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 dijelaskan, Artinya: "*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)."¹⁷

Dalam ayat tersebut, ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah yaitu:

1. Hikmah, dakwah dilakukan dengan memperhatikan lingkungan, kondisi yang ada disekitar dan kondisi sasaran dakwah.

¹⁶Muhamad Selpan Muharam Shidiq, "Strategi Komunikasi Dakwah melalui Pesan *Whatsapp group* dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama", Jurnal Komunika, Vol.3 No. 1, Juni 2020, h. 31-32

¹⁷Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: CV Diponegoro. 2010), h. 282

2. Maudhah hasanah, dakwah dilakukan dengan cara memberikan nasehat-nasehat, menyampaikan ajaran-Nya dengan rasa kasih sayang dan kecintaan terhadap sesama.
3. Mujadalah, dakwah dilakukan dengan bertukar pikiran melihat berbagai persepsi yang ada, bertukar pikiran dilakukan dengan baik tanpa harus merendahkan atau menyudutkan pendapat lain namun dilakukan dengan bijak dan santun.

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai “ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah”.¹⁸ Ia juga membagi strategi dakwah tiga bentuk yaitu:

1. Strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*)

Strategi ini menitikberatkan pada aspek hati berupaya untuk menyentuh hati dan batin mitra dakwah. Sehingga untuk mencapai strategi ini maka dakwah dilakukan dengan kelembutan.

2. Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*)

Strategi ini memfokuskan pada penggunaan akal pikiran, mitra dakwah diajak untuk berfikir, merenungkan dan mengambil pelajaran dari suatu kejadian.

3. Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan eksperimen dan menekankan pada ilmiah. Strategi yang berorientasi padapanca indra.

Ketiga bentuk strategi dakwah yang diaplikasikan menjadi metode dakwah dalam proses komunikasi mengenai pesan dakwah antara kyai dan santri juga dengan menggunakan ketiga metode di atas yaitu: sentimental, rasional, dan indrawi dalam aktivitas dakwah di Pondok Pesantren Tahfizdul Qur'an. Strategi dakwah tersebut ditujukan pada pembinaan ibadah santri, baik ibadah mahdhah (shalat, zakat, puasa, dan haji) maupun ibadah ghairu mahdhah atau mu'amalah seperti gotong royong, kerja bakti, dan lainnya. Ini juga membutuhkan metode pembinaannya. Metode pembinaan ibadah bagi santri di Pondok Pesantren ini, yaitu metode ceramah, metode penugasan, metode demonstrasi, dan metode evaluasi dalam membina disiplin dan tanggung jawab santri.¹⁹

¹⁸ *Ibid.*, h. 351

¹⁹ Mangun Hardjana, *Pembinaan Arti dan Metodenya*....h. 21

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi dakwah sebagai proses penyampaian pesan Islam (pesan dakwah) antara kyai dan santri begitu urgen menggunakan metode komunikasi dakwah dalam berbagai aktivitas dakwah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo Lampung Tengah.
2. Peran kyai sebagai da'i/komunikator muslim dalam menerapkan strategi komunikasi dakwah berbagai macam bentuk strateginya dengan mempertimbangkan kondisi santri, materi dakwah, dan bentuk kegiatan dakwah serta efek dan tujuan dakwah yang dituju oleh kyai di Pondok Pesantren tersebut. Paling sering diterapkan adalah metode dakwah hikmah, mau'izhah hasanah, dan dialog (mjadalah), di samping itu juga metode dakwah sentimental, rasional, dan in-drawi dalam rangka pembinaan ibadah santri, baik ibadah mahdhah maupun ghairu mahdhah.
3. Pengintegrasian strategi komunikasi dengan metode atau strategi dakwah dalam proses penyampaian pesan dakwah sangat membutuhkan metode komunikasi dakwah sebagai bentuk metode baru yang perlu dikembangkan.

REFERENSI

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah*. Depok: Rajawali Pers
- Abu al-Fattah al-Bayanuni. *Al-Madkhal ila 'Ilmi al-Da'wah*. Madinah: Mu'assasat al-Risalah.
- Aida, Bakhita. Strategi Dakwah pada Pengikut Tarekat Khalidiyah wa Naqsyabandiyah di Masjid Khwanaran Kudus. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 40, No 1 (2020.)
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: CV Diponegoro. 2010.
- Efendi, Makhfudli Ferry Efendi. 2009. *Pesantren dari Masa ke Masa*. Jakarta: Selemba Medika.
- Faraba, Karina Sofiananda Armaza dkk. Komunikasi Fatis Dakwah Caknunquotes dalam Media Sosial Instagram, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 01, Juni 2020, h. 91
- Hardjana, Mangun. 1986. *Pembinaan Arti dan Metodenya*, Yogyakarta: Kanisius.
- Illahi, Wahyu Illahi. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- M. Ali Aziz. 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Pasaribu, Imanjuntak. 1990. *Membina dan Mengembangkan Generasi Muda*, Bandung: Tarasito.
- Safi'i, Imam. Strategi Komunikasi Yayasan Lingkar Perdamaian dalam Melaksanakan Deradikalisasi terhadap Mantan Narapidana Teroris. *Jurnal Dakwah*, Vol. 20, No. 1, 2019
- Shidiq, Muhamad Selpan Muharam. Strategi Komunikasi Dakwah melalui Pesan *Whatsapp group* dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama. *Jurnal Komunika*. Vol.3 No. 1, Juni 2020
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syukir, Asmunir. 1997. *Dasar dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al Ikhlas.

<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-dakwah>, diakses 3 Agustus 2020