

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam ajaran agama Islam dakwah merupakan suatu tindakan yang harus dilakukan umat manusia. Karena definisi dakwah sendiri adalah mengajak atau menyeru manusia kearah ketaatan dan berbuat ma'ruf serta mengajak manusia untuk meninggalkan kemaksiatan dan kemunkaran¹.

Dakwah merupakan salah satu implementasi dari proses komunikasi. Maksud dari komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang menimbulkan akibat tertentu.² Dakwah disebut sebagai salah satu proses komunikasi dikarenakan dalam dakwah ada pesan-pesan yang harus dikomunikasikan kepada komunikan dalam hal ini *mad'u* untuk mengajak kepada perubahan yang lebih baik.

Dalam ilmu komunikasi ada beberapa bentuk atau konteks komunikasi. Masing-masing bentuk atau konteks komunikasi diklasifikasikan berdasarkan jumlah peserta yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Selain itu cara paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi adalah mengacu pada alat atau media yang digunakan dalam proses komunikasi. Bentuk-bentuk tersebut adalah komunikasi *intrapersonal* atau komunikasi intrapribadi, yaitu komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau

¹ Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Da'wah*, (Solo:Citra Islami Press.1997). hlm. 23

² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2010). hlm. 4

tidak;³ komunikasi *interpersonal* atau komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi antara orang-orang yang bertatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal ataupun non verbal;⁴ komunikasi kelompok, yaitu sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut;⁵ komunikasi publik, yaitu komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu;⁶ komunikasi massa, yaitu komunikasi yang menggunakan media massal sebagai alat komunikasinya;⁷ dan komunikasi organisasi, yaitu komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal maupun non formal dan mempunyai cakupan yang lebih luas daripada komunikasi kelompok.⁸

Komunikasi yang dilakukan berulang-ulang oleh orang yang sama dan dengan tema yang sama akan menimbulkan kebosanan. Maksud dari kebosanan adalah kejenuhan untuk menerima dan menyampaikan informasi sehingga dalam prosesnya komunikasi tidak berjalan lancar dan tidak efektif. Misalnya; seorang da'I melakukan komunikasi dengan tema sholat dan dilakukan secara berulang-ulang kepada *mad'u* disuatu tempat. Tentu hal seperti ini akan menimbulkan kebosanan dan mengganggu kondisi psikologis komunikan pada saat terjadi proses komunikasi. Faktor psikologis ini biasanya menjadi salah satu penghambat dalam komunikasi. Komunikasi akan sulit

³ Dedddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2004) hlm. 72

⁴ *Ibid.* hlm. 73

⁵ Dedddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2004) hlm 73

⁶ *Ibid.* hlm.74

⁷ *Ibid.* hlm.75

⁸ *Ibid*

berhasil jika kondisi psikologis komunikan sedang sedih, bingung, marah kecewa, bosan, dan hal lainnya.⁹

Dalam dakwah Emha Ainun Nadjib sebenarnya sangat rentan terhadap hambatan yang terjadi akibat gangguan psikologis komunikan yang menjadi salah satu faktor penghambat komunikasi. Hal ini dikarenakan kegiatan dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib sekitar pukul 19.30 - 02.00.

Dengan begitu banyaknya potensi hambatan komunikasi dalam dakwah Emha Ainun Nadjib tentu akan membuat proses komunikasi tidak efektif. Namun hal yang disebutkan tidak terjadi dalam dakwah Islam yang dilakukan oleh Emha Ainun Nadjib. Emha Ainun Nadjib rutin mengadakan pengajian di daerah tempat tinggalnya dan beberapa kegiatan didaerah lain. Dengan *mad'u* yang banyak, dakwah yang dilakukan beliau terkesan tidak monoton dan masih menarik minat orang lain untuk mendengarkannya. Sebagai bukti adalah pengajian rutin “Mocopat Syafaat” yang diadakan Emha Aiunun Nadjib setiap bulan selalu mengundang antusiasme masyarakat untuk datang. Selain itu materi-materi dakwah yang disampaikan Emha Ainun Nadjib mengandung banyak pesan aspek-aspek kehidupan seperti, sosial, budaya, agama, sejarah bahkan membahas tentang negara. Pesan tersebut disampaikan tanpa meninggalkan esensi dakwah dalam setiap komunikasi.

Untuk itu menarik meneliti bagaimanakah strategi komunikasi yang dilakukan Emha Ainun Nadjib dalam melakukan dakwah Islam. Hal inilah yang akan dibahas dalam skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib”.

⁹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya.1992). hlm 12

B. POKOK DAN RUMUSAN MASALAH

1. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana karakteristik komunikasi dalam dakwah Emha Ainun Nadjib?
- b. Bagaimana strategi komunikasi dalam dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan karakteristik komunikasi dalam dakwah Emha Ainun Nadjib.
- b. Mendeskripsikan strategi komunikasi dalam dakwah Emha Ainun Nadjib.

2. Manfaat Penelitian

Secara teoritik penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan terkait dengan ilmu dakwah dan komunikasi.

Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai acuan para da'I untuk melakukan dakwah demi tercapainya dakwah yang efektif.

D. Sistematika Penulisan

Pembahasan skripsi ini dibagi dalam lima bab, dimana masing-masing bab memiliki keterkaitan satu sama lain. Pembagian bab dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut: Bab pertama adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam bab pendahuluan ini merupakan gambaran secara garis besar seluruh penelitian. Sedangkan pembahasan lebih rinci akan dibahas dalam bab-bab selanjutnya.

Bab kedua membahas membahas tentang tinjauan pustaka dan kerangka teori. Pada bab ini menjelaskan tentang penelitian-penelitian terkait dengan penulisan skripsi ini dan teori-teori berkaitan yang digunakan untuk skripsi ini.

Bab ketiga membahas tentang metodologi penelitian. Bab ini terdiri dari jenis penelitian. Sumber literatur, teknik pengumpulan data, kredibilitas data, teknik analisis data, subjek penelitian, objek penelitian.

Bab empat dalam penulisan skripsi ini membahas tentang hasil dan pembahasan. Dalam bab ini terdiri dari sub bab yang akan menjelaskan hasil penelitian ini. Sub bab tersebut adalah bigrafi/ profil Emha AinunNadjib, jenis komunikasi dalam dakwah Emha AinunNadjib, dan strategi komunikasi Emha Ainun Nadjib.

Bab kelima merupakan penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan dalam skripsi ini.