

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD

Tahun 2018

COMMUNICATION STRATEGY OF USTADZ ABDUL SOMAD DAKWAH

Year 2018

Nama: Fadhly Irhas Iskandar

Dosen Pembimbing Skripsi: Dr. Mahli Zainuddin, M.Si

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jl.Lingkar Selatan, Kasihan,
Bantul, DI. Yogyakarta 55184*

Email: Fadhlyiskandar@gmail.com

maztago@yahoo.com

ABSTRAK

ABSTRAK

Da'i merupakan unsur utama dalam proses pelaksanaan dakwah, karena dalam keberhasilan suatu dakwah itu tergantung pada da'inya, sebagai seorang da'i harus memiliki dalil yang kuat ketika menyampaikan sebuah dakwah. Dalil merupakan landasan bagi seorang *da'i* saat menyampaikan dakwah kepada masyarakat. Proses penyampaian pada pesan dakwah itu sendiri cenderung bersifat berat dan membosankan selain itu banyak pendakwah yang tidak menguasai ilmu agama. Jika tidak menguasai ilmu agama hal ini mengakibatkan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap *da'i* bahkan mengurangi kepercayaan terhadap agama itu sendiri hingga terjadinya perpecaha, berbeda pandangan dan berbeda mazahab lalu menjastifikasi suatu kaum sebagai kafir. Pentingnya strategi komunikasi agar tidak terjadi kesalahan atau kekeliruan saat proses dakwah berlangsung. Ustadz Abdul Somad menyampaikan pesan dakwah yang disampaikan dengan berbagai macam strategi komunikasi yang dapat menarik perhatian khalayak atau mad'u. hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengamati lebih jauh tentang strategi komunikasi dakwah yang dilakukan Ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dan strategi komunikasi dakwah yang di lakukan Ustad Abdul Somad. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, dan wawancara, penelitian ini meperoleh kesimpulan bahwasannya dalam proses penyampaiannya Ustadz Abdul Somad (1) Membangun kekuatan komunikator. (2) identifikasi target. (3) Pesan yang bersifat humoris, ringan dan santai. (4) menggunakan adaptasi *manhaj wasatyiah*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Dakwah

Da'wah Communication Strategy of Ustadz Abdul Somad

ABSTRACT

Da'i is the main element in the process of da'wah implementation. Therefore, a da'i must have a strong proposition when preaching. Dalil is the foundation for a da'i when delivering da'wah to the community. Unfortunately, many da'is who lack the knowledge of religion. This lack of mastery of religious knowledge can lead to a lack of public confidence in the da'i and even lessen the belief in religion itself. As a result, there was a split that affected the kafir justification of a particular group. Thereof, communication strategy becomes important in order to avoid mistakes during da'wah process. Ustadz Abdul Somad conveys the message of da'wa with various communication strategies that can attract the attention of audiences or mad'u. Hence, it is interesting to observe more about the communication strategy of da'wah from Ustadz Abdul Somad.

This study aims to describe the characteristics and strategy of dakwah communication that is done by Ustad Abdul Somad. This study uses descriptive qualitative research, with data collection techniques through documentation, and interviews, this study meperoleh conclusion bahwasannya in the process of delivery Ustadz Abdul Somad (1) Build communicator power. (2) identification of targets. (3) Messages that are humorous, light and relaxed. (4) using adaptation of manhaj wasatyiah.

Keywords: Communication Strategy, Communication of Da'wah

PENDAHULUAN

Sebagai seorang *da'i* harus memiliki dalil yang kuat ketika menyampaikan sebuah dakwah. Dalil merupakan landasan bagi seorang *da'i* saat menyampaikan dakwah kepada masyarakat. Dengan adanya dalil segala sesuatu mengenai persoalan agama memiliki tolak ukur antara hal yang baik ataupun yang buruk berdasarkan ketentuan pada dalil tersebut.

Dakwah seringkali dimaknai dalam pengertian sempit. Maksud dari hal ini adalah artian dari dakwah dalam masyarakat awam lebih condong kepada proses berbicara di atas mimbar yang berupa nasehat dan pesan kebaikan¹. Selain daripada itu sebagian masyarakat terlebih lagi anak muda menganggap bahwa kegiatan dakwah ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh buya, kiyai, Ustadz, dan lain sebagainya. Ini disebabkan proses penyampaian pada pesan dakwah itu sendiri cenderung bersifat berat dan membosankan.

Dewasa ini berdakwah di media masa merupakan sebuah keniscayaan. Sebagai alat komunikasi massa, media masa merupakan media alternatif dalam berdakwah di zaman digital seperti saat ini. Terjadinya peristiwa ini mengakibatkan proses dakwah tersebut menjadi lebih efisien dan praktis karena kita bisa mengakses ilmu agama kapanpun dan dimanapun. Seperti halnya pada tayangan televisi pada sinetron, dimana terdapat kekuatan dramatik dan hubungan logis dalam alur ceritanya, hal tersebut diterima oleh mad'u secara penghayatan, sedangkan hubungan logis diterima secara pengetahuan.²

Da'i adalah orang yang melakukan atau seseorang yang mencoba untuk menyampaikan tentag ajaran (*mubaligh*). Dalam hal ini subjek dakwah sangatlah penting dalam proses penyampaian yang dilakukan oleh da'i karena da'i akan menjadi panutan atau pemandu yang membawa risalah untuk di sampaikan atau diserukan kepada sasaran atau objek dakwah dengan referensi yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya seperti dalil baik *aqli* ataupun *naqli*³.

¹ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), Hlm 68-69

²Muhyidin. Asep dan Syafei, Ahmad, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002).

³ Aris risdiana, *Transformasi Peran Da'i dalam Menjawab Peluang dan Tantangan*, (Jurnal Dakwah, Vol. XV, No. 2) Tahun 2014, hal.438, jurnal di akses dari <https://media.neliti.com/media/publications/77426-ID-transformasi-peran-dai-dalam-menjawab-pe.pdf> pada 29 april 2018

Banyak Ustadz yang hanya mengandalkan popularitas bukan kualitas. Maksud dari hal ini bahwa kualitas yang berdasarkan ilmu menjadi amunisi bagi para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwahnya, tidak hanya sekedar popularitas. Hal ini disebabkan karna adanya bentuk profesi yang menjanjikan pada kehidupan didunia dalam berdakwah seperti menjadi Ustadz kondang di beberapa stasiun televisi. Kejadian ini akan berdampak pada tujuan dakwah itu sendiri, bahwasannya berdakwah merupakan kewajiban bagi umat muslim dan popularitas adalah hadiah dari Allah.

Banyak pendakwah di media masa yang tidak menguasai ilmu agama. Menguasai ilmu agama merupakan hal yang mutlak bagi para *da'i* karena akan menentukan profesionalisme dan kredibelnya seorang *da'i* sebagai panutan di masyarakat. Jika tidak menguasai ilmu agama hal ini mengakibatkan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap *da'i* bahkan mengurangi kepercayaan terhadap agama itu sendiri hingga terjadinya perpecahan.

Seperti halnya yang terjadi beberapa waktu lalu ketika Ustadz Maulana membahas tentang kepemimpinan, bahwasannya dalam kepemimpinan tidak perlu mempersoalkan agama dalam acara religi di salah satu stasiun televisi, ustadz Maulana mengatakan bahwa "*gak usah berbicara agama, berkepemimpinan itu tidak berbicara masalah agama, jadi kau tidak mau naik pesawat kalau pilotnya agama lain?*"⁴. hal ini membuktikan bahwasannya kurangnya pemahaman ustadz maulana terhadap kepemimpinan. Selain itu

Pentingnya strategi komunikasi agar tidak terjadi kesalahan atau kekeliruan. Hal ini disebabkan oleh beberapa factor seperti pemahaman tentang komunikasi oleh para *da'i*. Hal ini akan berakibat pada pemahaman masyarakat itu sendiri dengan dampak seperti tidak efektifnya

⁴ Ustadz Maulana , *Ustadz maulana berulah: "umat islam yang menolak pemimpin non islam adalah sedang kampanye hitam"*, diakses tanggal 03 Mei 2018.

proses dakwah tersebut karena kurang menarik, ditandai dengan ngantuknya masyarakat ketika mendengarkan pesan dakwah tersebut. Komunikasi efektif dalam dakwah tersebut erat kaitannya dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *da'i* dalam proses penyampaian pesan dakwah, seperti peninjauan lokasi atau observasi.

Da'i yang berbeda dengan *da'i* pada umumnya adalah Ustadz Abdul Somad. Dia mengaplikasikan pesan dakwah dengan metode lisan dengan bahasa yang ringan dan penyampaian pesan dakwah dengan sedikit candaan dan hiburan. Dalam setiap proses dakwahnya, Ustadz Abdul Somad juga memperhatikan strategi yang digunakannya sebelum melakukan dakwah dengan cara mencari tahu latar belakang masyarakat dalam target dakwahnya agar dapat tercapainya tujuan dakwah tersebut⁵. Seperti yang terjadi beberapa waktu lalu di Bali, saat tour dakwahnya ke beberapa kota besar di Indonesia. Selain itu juga Ustadz Abdul Somad juga menguasai ilmu agama seperti fiqh dengan berbagai macam mazhab saat beliau berdakwah, hal ini disebabkan karena pembelajaran beliau terhadap ilmu agama yang dipelajari dari timur tengah dan saat ini bergelar L.c,(Licence) di al-Azhar dan MA di Maroko⁶.

Penelitian ini bertujuan untuk Menggambarkan bagaimana karakteristik komunikasi dalam dakwah Ustadz Abdul Somad, dan Menggambarkan strategi komunikasi Ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya.

Secara teoritik hasil penelitian ini bermanfaat Sebagai pengembangan terkait ilmu dakwah dalam cara berdakwah dan komunikasi. Adapun secara praktis Dan juga sebagai acuan bagi para *da'i* untuk tercapainya dakwah efektif.

⁵ Ustadz Abdul Somad, *geram!!Ust.abdul somad akhirnya angkat bicara soal persekusi dibali*, durasi 02.30, diakses tanggal 03 Mei 2018.

⁶ Ustadz Abdul Somad, *kisah dan perjalanan pendidikan ustadz abdul somad, lc. Ma [part 2/3]*, diakses 03 mei 2018.

Ringkasan Tinjauan Pustaka⁷

NO	Skripsi	Perbandingan dengan Peneliti
1	Aditia Kurniawan, KOMUNIKASI DAKWAH EMHA AINUN NAJIB DALAM ACARA <i>MOCOPAT SYAFAAT DI ADI TV</i> . ⁸	Persamaan: Dalam penentuan objek yaitu Komunikasi Dakwah. Perbedaan: Dalam penentuan subjek yaitu Emha Ainun Najib.
2	Salsabila Khoirun Nisa, STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZZ RESTU SUGIHARTO MELALUI PESANTREN USTADZZ CINTA. 2014. ⁹	Persamaan: Dalam hal penentuan objek yaitu strategi komunikasi dakwah. Perbedaan: Dalam hal penentuan subjek yaitu Ustadzz Restu Sugiharto, dan rumusan masalah hanya bagaimana strategi komunikasi dakwah.
3	Iklan Beri, STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PWNU PROVINSI SUMATERA SELATAN (STUDY PADA PWNU PROVINSI SUMATRA SELATAN). 2016. ¹⁰	Persamaan: Dalam hal penentuan objek yaitu Strategi komunikasi dakwah. Perbedaan: Dalam hal penentuan subjek yaitu PWNU Provinsi Sumatera Selatan, dan Rumusan masalah yaitu factor pendukung dan penghambat strategi komunikasi dakwah.
4	Rasdiana, STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DI RADIO SUARA AS'ADYAH FM SENGKANG (TELAH FORMAT SIARAN PROGRAM RELIGI MIMBAR AGAMA ISLAM). 2014. ¹¹	Persamaan: Dalam hal penentuan objek yaitu strategi komunikasi dakwah. Perbedaan: Dalam hal rumusan masalah yaitu deskripsi format siaran program religi Mimbar Agama Islam, dan metode penelitian yaitu <i>canalizing</i> dengan pendekatan persuasive, dan informatif dengan subjek penelitian yaitu Radio Suara As'adiyah FM Sengkang.
5	Restiawan Permana, STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH BAND WALI DALAM LAGU CARI BERKAH. 2013. ¹²	Persamaan: Dalam hal penentuan objek yaitu strategi komunikasi dakwah.

⁷ Tabel 1 Perbandingan Skripsi lain dengan Proposal ini

⁸ Kurniawan. Aditia, *Komunikasi Dakwah Emha Ainun Najib dalam AcaraMocopat Syafaat di Adi Tv*, 2014. Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Diambil dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/13786/>.

⁹ Nisa, Khirun, Salsabila. *Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Restu Sugiharto Melalui Pesantren Ustadz Cinta*, 2016. Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Diambil dari http://digilib.uin-suka.ac.id/22125/2/12210108_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf.

¹⁰ Beri. Iklan, 2016, *Strategi Komunikasi Dakwah PWNU Provinsi Sumatera Selatan (Study pada PWNU Provinsi Sumatra Selatan)*, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Diambil dari <http://eprints.radenfatah.ac.id/1425/>.

¹¹ Rasdiana, *Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Suara As'adiyah Fm Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)*, 2014, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, diambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/1482/1/RASDIANA.pdf>.

¹² Permana. Restiawan, *Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah*, 2013, skripsi, UIN Sunan Ampel. Diambil dari <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/17/14>.

		Perbedaan: Dalam hal penentuan subjek yaitu band wali dalam lagu cari berkah, dengan model analisis mengalir (<i>flow model analysis</i>).
NO	Skripsi	Perbandingan dengan Peneliti
6	Thatiltha Sacharissa Rosyidiani, APLIKASI STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH TERHADAP JAMA'AH IKATAN <i>DA'I</i> INDONESIA (IKADI) JEMBER JAWA TIMUR, 2014. ¹³	Persamaan: Dalam hal penentuan objek yaitu strategi komunikasi dakwah. Perbedaan: dalam hal penentuan subjek yaitu Jemaah IKADI, dan rumusan masalah yaitu gambaran tingkat partisipasi Jemaah IKADI dan deskripsi tentang aplikasi strategi komunikasi, metode penelitian dengan mengukur variable penelitian sesuai dengan perspektif etik.
7	Addin, WALISONGO DALAM STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH, 2014. ¹⁴	Persamaan: Dalam hal penentuan objek strategi komunikasi dakwah. Perbedaan: Dalam hal penentuan subjek yaitu Walisongo dan menggunakan psikosufistik sebagai kerangka berpikir.
8	Siska Fitriah, STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO 95,5 RAS FM JAKARTA PADA PROGRAM CAHAYA SORE PESANTREN ONAIR, 2014. ¹⁵	Persamaan: Dalam hal penentuan objek strategi komunikasi dakwah. Perbedaan: dalam hal penentuan subjek yaitu Radio 96,5 RAS Fm pada program Cahaya Sore Pesantren dengan rumusan masalah yaitu bagaimana konsep dakwah Radio 95,5 RAS Fm pada program Cahaya Sore Pesantren.

Penelitian ini berbeda dengan Aditia Kurniawan Salsabila Khoirun Nisa, Iklan Beri, Rasdiana, Restiawan Permana, Thatiltha Sacharissa Rosyidiani, Addin, dan Siska Fitriah. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad

STRATEGI KOMUNIKASI

Maksud dari strategi komunikasi ini merupakan sebuah perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam pencapaian suatu tujuan penghubungnya yaitu dengan menggunakan Bahasa sebagai media dalam proses komunikasi karena berhasil tidaknya sebuah komunikasi secara efektif pada umumnya ditentukan oleh

¹³ Sacharissa. Thatiltha, *Aplikasi Strategi Komunikasi Dakwah Terhadap Tingkat Partisipasi Jama'ah Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) Jember Jawa Timur*, 2014, Skripsi, Universitas Syarif Hidayatullah. Diambil dari <https://bit.ly/2HNOpi8>

¹⁴ Tajuddin. Yuliatun, *Walisongo dalam Strategi Komunikasi Dakwah*, 2014, Skripsi, STAIN Kudus. Diambil dari <https://bit.ly/2rf9zzp>

¹⁵ Fitriah. Siska, "*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RAS Fm Jakarta pada Program Cahaya Sore Pesantren On Air*", Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Diambil dari <https://bit.ly/2Fz2pup>

strategi komunikasi itu sendiri. Dalam hal ini strategi komunikasi harus didasarkan pada tujuan sentralnya, yaitu Dapat dimengerti, dapat dibina, dan dapat dimotivasi.

Strategi komunikasi perlu disusun secara luwes, sehingga proses komunikasi tersebut dapat didasarkan atau ditinjau dari factor yang mempengaruhi seperti halnya teori dalam berkomunikasi. Defleur. L. Melvin, *Theories of Mass Communication*, yaitu *Individual differences theory, Social categories theory, Social relationship theory, Cultural norms theory*.

Dalam sebuah proses komunikasi dibutuhkan strategi dalam merancang sebuah pesan agar dapat tersampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, dalam hal ini penyusunan strategi komunikasi merupakan suatu hal utama yang harus diperhatikan pada proses berkomunikasi. kemudian akan menghasilkan suatu proses komunikasi efektif.

Berikut ini adalah komponen utama komunikasi dalam strategi komunikasi:

- (1) Khalayak (identifikasi target)
- (2) Komunikator
- (3) Media Komunikasi
- (4) Pesan
- (5) Keberhasilan yang dicapai

DAKWAH

Dakwah secara etimologi yaitu bentuk *Masdar* dari kata *yad'u* (*fi'il mudhari'*) dan *da'a* (*fi'il adli*) yang artinya memanggil, mengundang, mengajak, menyeru. Selain itu dakwah juga disebutkan dalam alquran sebagai tabligh yang berarti penyampaian dan bayan yaitu penjelasan. Seperti halnya dalam surat fussilat yang dapat kita jumpai pada ayat 33

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي

مِنَ الْمُسْلِمِينَ

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?” (QS.Fussilat:33).

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ

عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ

خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik” (QS.Aliimran: 110)

Dakwah Islam merupakan kegiatan mengajak untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islami yang diyakini oleh pendakwah agar memperoleh jalan hidup yang baik dan diridhoi oleh Allah.

Berikut ini merupakan beberapa unsur dakwah, diantaranya:

1) *Da'i*

Da'i berasal dari bahasa Arab dalam bentuk *isim fa'il* dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yaitu memanggil. Dalam istilah, *da'i* merupakan seseorang yang menyeru kepada kebenaran dalam agama Islam yang telah dituntun oleh Allah SWT dan Rasulnya.¹⁶

2) *Mad'u*

¹⁶ Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 70.

Mad'u merupakan objek dakwah yang ditujukan pada siapa saja melalui diri pribadi, keluarga, kelompok, baik menganut ajaran Islam ataupun tidak dalam artian keseluruhan seperti yang dikatakan dalam *al-Qur'an* surat Saba' 28.

3) Materi pesan dakwah

Materi dalam proses dakwah berupa pesan yang dibawakan oleh *da'i* yang akan diberikan atau disampaikan kepada sasaran dakwah yang bersumber dari *al-Qur'an* dan *Al-Sunah*¹⁷.

4) Media dakwah

Media dakwah merupakan alat dalam proses dakwah tersebut berlangsung, dalam hal ini media dakwah yang tepat merupakan hal pendukung dalam pencapaian komunikasi yang efektif. Hamzah Ya'qub membagi wasilah yang dapat digunakan dalam dakwah menjadi lima macam, yaitu¹⁸: Lisan, Tulisan, dan Akhlak.

Dakwah pun memiliki tujuan umum yaitu Menyelamatkan umat manusia dari kebodohan, menuju kepada tauhid, iman kepada Allah. Dan tujuan khusus itu terlaksananya ajaran Islam dengan cara yang benar sesuai perintah Allah dan rosulnya berdasarkan keimanan. Kemudian terwujudnya masyarakat muslim dalam tatanan kehidupan berbangsa yang adil, makmur, damai, sejahtera di bawah rahmat Allah SWT.

METODE PENELITIAN

¹⁷ *Ibid.*, Hal 7-8.

¹⁸Tri Ajeng, *Majalah Pendidikan: Definisi, Macam-Macam dan Contoh Dakwah*, (2017,)Diakses 2-3-2018.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian dengan hasil data deskriptif. Pada penelitian ini subjek penelitiannya yaitu Ustadz Abdul Somad.

Objek penelitian pada dasarnya merupakan apa yang ingin diteliti dalam proses penelitian berlangsung.¹⁹ Dan kemudia yang menjadi objek penelitian penulis berfokus pada strategi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad.

Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari Sumber data premiere yaitu dokumentasi video ceramah Ustadz Abdul Somad. Adapun data pendukung yaitu profil Ustadz Abdul Somad dan literature atau buku yang berkaitan dengan penelitian ini, dengan Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi dan wawancara. Model penelitian kuitatif yang digunakan oleh peneliti yaitu model Miles dan Huberman yaitu proses analisis data kualitatif yang digunakan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas dengan melalui atau terdiri dari 3 tahap yaitu: *data reduction, data display, conclusion drawing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Biografi Ustadz Abdul Somad

Ustadz Abdul Somad Batubara lebih dikenal dengan sebutan Ustadz Abdul Somad lahir di desa Silo Lama di wilayah Asahan, Sumatera Utara pada tanggal 18 Mei 1977.²⁰

Ustadz Abdul Somad memulai sekolah di SD Al-Washliyah Medan dan tamat pada tahun 1990. Kemudian melanjutkan sekolah di MTS Mu'alimin dan pesantren Darularafah di wilayah Deliserdang, Sumatera Utara. Kemudian pindah ke Madrasah Aliyah Nurul Falah Indragiri Hulu, Riau pada tahun 1994. dan tamat pada tahun 1996.²¹

¹⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).

²⁰ Yusuf Asyari, *Profil Ustadz Abdul Somad, Pernah Kalahkan 900 Pelajar*, (Jawa pos, selasa, 26 Desember 2017 06:08). Diakses pada Selasa, 20 Maret, 2018 <https://bit.ly/2I8dl7p>

²¹ *Ibid.*.

Ustadz Abdul Somad kemudian melanjutkan perguruan tinggi selama dua tahun di UIN Sultan Syarif Kasim Riau hingga tahun 1998. Kemudian melanjutkan Pendidikan di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir. Ustadz Abdul Somad menyelesaikan kuliahnya dalam waktu 3 tahun 10 bulan dan berhasil mendapat gelar Lc (*License*).²²

Ustadz Abdul Somad melanjutkan Pendidikan S2 di Moroko pada tahun 2004 di Institut Dar Al-Hadis Al-Hassania melalui beasiswa kerajaan Maroko dan merai gelar D.E.S.A (*Diplôme d'Etudes Supérieures Approfondies*).²³

Ustadz Abdul Somad bekerja sebagai seorang dosen bahasa arab dan tafsir di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau dari tahun 2009. Dia juga mengajar sebagai Dosen Agama Islam di Sekolah Tinggi Agama Al-Azhar Yayasan Masmur, Riau. Beliau juga aktif sebagai Anggota MUI Provinsi Riau dan Sekretatis Lembaga Bahtsul Masa'i Nahdlatul Ulama dan anggota Badan Amil Zakat Riau dari tahun 2009 hingga 2014.²⁴

Kini Ustadz Abdul Somad aktif dalam memberikan ceramah agama Islam di berbagai pelosok di Indonesia melalui Youtube, Ustadz Abdul Somad semakin dikenal di masyarakat setelah video ceramahnya menjadi viral di internet.

Selain itu juga Ustadz Abdul Somad menulis sebuah buku yang berjudul “37 Masalah Populer” dengan tujuan tidak ingin menambah kebingungan dalam masyarakat

Buku kedua Ustadz Abdul Somad yaitu “99 Pertanyaan Seputar Sholat”. Buku ketiga “33 Tanya Jawab Seputar Qurban” membahas tentang persoalan penting bagi penyelenggara ibadah qurban, mulai dasar hukum syar’i dan hal hal praktis yang menjadi pertanyaan.²⁵

²² *Ibid.*,

²³ *Ibid.*,

²⁴ *Ibid.*,

²⁵ <http://www.tbtafaqquh.com/33-tanya-jawab-seputar-qurban.html>. Abdul Somad, *33 Tanya jawab Seputar Qurban*, (Tafaquh: 2015), Diakses pada 20 Maret 2018.

B. Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad

Penyusunan Strategi komunikasi

Dalam penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad memiliki beberapa strategi yaitu:

a. **Membangun Kekuatan Komunikator**

kekuatan daya tarik atau karakteristik adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan dalam proses komunikasi. Kredibilitas ini akan menimbulkan kekuatan dan kekuatan yang ada ini akan berpengaruh pada daya tarik dalam proses komunikasi tersebut.

b. **Identifikasi target**

Dalam hal penyampaian pesan dalam proses komunikasi, perlu adanya identifikasi target, kepada siapa sasaran kita akan berbicara, hal ini berkaitan dengan tingkat pemahaman yang akan di peroleh oleh khalayak saat mengikuti ceramah yang Ustadz Abdul Somad lakukan. Dalam kaitannya dengan teori strategi komunikasi, membangun kepekaan merupakan suatu cara mengidentifikasi target khalayak. Identifikasi target ini harus memperhitungkan faktor yang mempengaruhi khalayak dalam penerimaan informasi. Faktor tersebut bisa berasal dari luar Pendidikan dan juga masalah Pendidikan. Proses komunikasi yang dilakukan Ustadz Abdul Somad berasal dari masalah apa yang di temukan pada khalayak, identifikasi khalayak ini terjadi setelah melihat dan mendengar dari khalayak itu sendiri.

c. **Pesan yang bersifat humoris, ringan, dan sederhana**

Pada komunikasi dakwah yang dilakukan Ustadz Abdul Somad selalu memuat pesan yang bersifat ringan dan humoris. Tujuan yang ingin dicapai dari pemuatan pesan ini agar dapat merangsang ketertarikan khalayak pada isi pesan dakwah yang disampaikan

d. Menggunakan Adaptasi Manhaj Waatyiah

Ustadz Abdul Somad menggunakan strategi dalam berdakwah yang didapati dan diperoleh selama belajar di Al-Azhar yaitu *Manhaj wasatiyyah*. Yang dimaksud *wasatiyyah* yaitu berdakwah yang tidak terlalu ketimuran dan tidak pula terlalu kebarat baratan atau di tengah diantara keduanya agar seimbang. Kemudian setelah itu tidak *tasyaddud* yaitu asal mengharamkan, membid'ahkan, dan mengkafirkan agar umat tidak takut cemas, dan terbebani terhadap persoalan agama. Dan tidak *tasayyur* yaitu menghalalkan apa saja tanpa *hujjah* dan *dalil* yang jelas, lebih jelasnya terdapat dalam kitab "إعلام الموقعين" yang ditulis oleh Imam Ibnu Al-Qoyyim A-Jauzi.

e. Pemilihan Media

Media yang digunakan Ustadz Abdul Somad untuk menginformasikan kepada khalayak adalah jenis media baru yaitu internet. Pemilihan internet sebagai saluran dalam menginformasikan dakwah Ustadz Abdul Somad dapat dilihat dengan adanya platform Youtube dengan nama chanel "Tafaqquh" dan pada Instagram dan facebook dengan nama akun "Ustadz Abdul Somad" dalam platform tersebut berisi tentang informasi kegiatan yang dilakukan Ustadz Abdul Somad, Jadwal, video dokumentasi kegiatan dakwah Ustadz Abdul Somad.

C. Karakteristik Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad

1. Fungsi Komunikasi dalam Dakwah Ustadz Abdul Somad.

berdasarkan hasil video dokumentasi yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa pesan pesan dakwah yang dilakukan Ustadz Abdul Somad adalah fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental Yaitu meliputi 3 hal sebagai berikut:

- a) Menginformasikan
- b) Mengajar

c) Mendorong atau Menggerakkan

2. Model Komunikasi dalam Dakwah Ustadz Abdul Somad

Dalam proses dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad ini menggunakan model komunikasi Aristoteles, hal ini dikarenakan individu terlibat dalam prosesnya. Selain daripada itu juga dapat dilihat dari tujuan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad.

Dalam model komunikasi Aristoteles ini memiliki beberapa unsur yaitu pembicara, pesan dan pendengar. Jika di Analisa dengan komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad, posisi Ustadz Abdul Somad itu sendiri sebagai pembicara, kemudian jama'ahnya sebagai pendengar, dan ada pesan dakwah yang disampaikan.

Model komunikasi Aristoteles ini terjadi demi upaya untuk mengubah sikap yang dilakukan oleh pembicara kepada pendengar dalam proses penyampaian pesan atau pembicaraan. Pada prosesnya, komunikasi yang terjadi pada model Aristoteles ini sama halnya dengan tujuan dakwah yaitu memberi petunjuk, menyampaikan hal hal kebaikan dan larangan.

Pada proses dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dapat disimpulkan bahwa model komunikasi yang digunakan adalah model komunikasi Aristoteles, hal tersebut dapat ditinjau dari posisi individu pada proses ceramahnya, selain itu model Aristoteles ini juga dapat ditinjau dari pesan bersifat persuasive yang disampaikan oleh Ustadz Abdul Somad pada pendengar atau mad'u.

Model komunikasi Aristoteles dalam komunikasi dakwah Ustadz Abdul Somad dapat ditinjau dari pesan persuasive yang dilakukan dalam setiap komunikasi dakwah

Ustadz Abdul Somad. Persuasi ini berlangsung melalui khalayak ketika diarahkan oleh pidato itu kedalam suatu keadaan emosi.²⁶

3. Tatanan Komunikasi dakwah Ustadz Abdul Somad

Ustadz Abdul Somad dalam setiap kegiatan dakwahnya memiliki jumlah partisipan yang sangat banyak sehingga bisa dikatakan tidak mendapatkan kesempatan untuk memberi tanggapan secara verbal. Dengan artian, kecil kemungkinan komunikator untuk dapat berdialog, berinteraksi dan bertatap muka kepada komunikan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa mengenai tatanan komunikasi dalam komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad adalah komunikasi kelompok besar (*large group communication*).

KESIMPULAN

Setelah menganalisis dan meneliti strategi komunikasi dakwah Ustadz Abdul Somad maka dapat disimpulkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan Ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya diantaranya yaitu: (1) Membangun kekuatan komunikator. Dalam membangun kekuatan komunikator terdapat tiga hal yang harus dimiliki seorang komunikator diantaranya, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Ketiga hal itu merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kaitan komunikasi. Kredibilitas akan memunculkan kekuatan, kekuatan akan menimbulkan daya tarik dalam proses komunikasi. (2) identifikasi target. Dalam identifikasi target ini perlu mempertimbangkan faktor faktor yang bisa mempengaruhi khalayak dalam penerimaan pesan. (3) Pesan yang bersifat

²⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010) hal 146

humoris, ringan dan santai. Salah satu hal penting dalam strategi komunikasi adalah pemuatan pesan. Pada kondisi yang dilakukan Ustadz Abdul Somad selalu memuat pesan yang bersifat ringan dan humoris. Tujuan yang ingin dicapai dari pemuatan pesan ini agar dapat merangsang ketertarikan khalayak pada isi pesan dakwah yang disampaikan. (4) menggunakan adaptasi *manhaj wasatyiah*. Yang dimaksud *wasatiyyah* yaitu berdakwah yang tidak terlalu ketimuran dan tidak pula terlalu kebaratan atau di tengah diantara keduanya agar seimbang. Kemudian setelah itu tidak *tasyaddud* yaitu asal mengharamkan, membid'ahkan, dan mengkafirkan agar umat tidak takut cemas, dan terbebani terhadap persoalan agama. Dan tidak *tasayyur* yaitu menghalalkan apa saja tanpa *hujjah* dan *dalil* yang jelas. Dan (5) Pemilihan media. Media yang digunakan Ustadz Abdul Somad untuk menginformasikan kepada khalayak adalah jenis media baru yaitu internet. Pemilihan internet sebagai saluran dalam menginformasikan dakwah Ustadz Abdul Somad dapat dilihat dengan adanya platform Youtube dengan nama chanel "Tafaqquh" dan pada Instagram dan facebook dengan nama akun "Ustadz Abdul Somad" dalam platform tersebut berisi tentang informasi kegiatan yang dilakukan Ustadz Abdul Somad, Jadwal, video dokumentasi kegiatan dakwah Ustadz Abdul Somad.

2. Karakteristik komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya meliputi 3 hal diantaranya: *Pertama*, berdasarkan cuplikan dokumentasi video ceramah Ustadz Abdul Somad, peneliti mendapatkan beberapa muatan pesan yang bertujuan sebagai informasi, mengajar, mendorong atau menggerakkan komunikan atau pendengar. Hal ini berarti fungsi komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya bersifat instrumental. *Kedua*, pada proses dakwahnya

Ustadz Abdul Somad menggunakan model komunikasi Aristoteles. Hal ini dikarenakan individu terlibat dalam prosesnya. Selain daripada itu juga dapat dilihat dari tujuan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad yang memiliki tujuan yang sama dengan tujuan dakwah, begitu pula dalam model Aristoteles. *Ketiga*, tatanan komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Abdul Somad adalah komunikasi kelompok besar dimana prosesnya berlangsung linear.

SARAN

Secara garis besar proses komunikasi yang dilakukan Ustadz Abdul Somad dapat menjadi acuan bagi komunikator dakwah yang ingin menyampaikan pesan dakwah atau pesan komunikasi agar dapat menarik khalayak. Selain itu juga setiap da'i itu harus menjadi penengah dalam setiap pendapat, bukan merasa dirinya benar diatas semua pendapat dan menjustifikasi tanpa pengetahuan yang cukup akan suatu hal.

Peneliti melihat kepada para da'i agar perlu adanya pemahaman ilmu agama yang lebih dari cukup agar dapat menyelesaikan persoalan persoalan bagi masyarakat yang awam terhadap hal tersebut. Selain itu pembahasan mengenai ilmu agama harus di bahas melalui berbagai aspek keilmuan dan pendapat sesuai tingkatan kevaliditan atau kesohihannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*
- Effendy Uchjana Onong. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*
- Effendy Uchjana Onong, 1993, *dinamika komunikasi*
- Zikri fachrul nurhadi. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok
- Deddy Mulyana. 2004. *Ilmu Komunikasi*. Bandung.
- W.A.Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta.

Siti Rahma. 2014. *Analisis Faktor Faktor Hambatan Komunikasi dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana pada Masyarakat Kebon Agung-Smarinda*. Skripsi. ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id
[http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahma%20new_word%20\(05-19-14-05-58-25\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahma%20new_word%20(05-19-14-05-58-25).pdf)

Hafied Cangara. 2013. *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta

Effendy Uchjana Onong. 1993. *dinamika komunikasi*

Faizah, Lalu Muchsin Effendi. 2006. *Psikologi Dakwah*. Jakarta

Aripudin Acep. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakaerta

Najamuddin. 2008. *Metode Dakwah Menurut al-Quran*. Yogyakarta

Lexy j. Maleong. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandungng

Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta

Arikunti, Suharsimi. 2001. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta

Nawari Ismail. 2015. *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam*. Yogyakarta

Felix, MT Makalah. 1998. *metode kualitatif di Pusat Penelitian Sosial Ekonomi*.

Yusuf Asyari. 2017. *Profil Ustadz Abdul Somad, Pernah Kalahkan 900 Pelajar*, (Jawa pos, selasa, 26 Desember 06:08). Diakses pada Selasa, 20 Maret, 2018 <https://www.jawapos.com/read/2017/12/26/177422/profil-ustad-abdul-somad-pernah-kalahkan-900-pelajar>.

Abdullah, 2009, *Retorika dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Dosen Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)

Novita Andria Safitri, 2017 *Implementasi Nilai At-Tawasuth (Moderat) Ahlusunnah Wal Jama'ah Pendidikan Karakter di Ma Aswaja Ngunut Tulungagung*, (Tulungagung: Jurusan Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Negri Tulungagung,)

Zikri fachrul nurhadi, 2017, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Depok: kencana,)