

Ujang Saepuloh

Dosen UIN SGD Bandung

MODEL KOMUNIKASI DAKWAH JAMAAH TABLIGH

Abstract

Jama'ah Tabligh constitutes one of da'wah organizations in Indonesian that has many unique characteristics. Besides its da'wah movement that different of organisational da'wah in a general way, this organisation also has typical symbols of its fellow men. Aspects that can be recognized from this jama'ah at least cover three: (1) da'wah movement pattern named khuruj, which is sticking out, far from home, (2) configurational figures that do ever pet beard, putting on elongated cloth, bounding up head with cloth and always use pants upon ankle, (3) da'wah communication models that by large develop: da'watul-ifrodi communication model, da'watul-ijtima'i communication model, da'watul khusus wal-umumi communication model.

خلاصة

هي واحدة من المنظمات الدعوة في اندونيسيا التي كانت جماعة التبليغ الخصائص الفريدة. بالإضافة الى حركة دعوتها المختلفة لديها بعض فإن هذه المنظمة لها أيضا رموزا مميزة عن المنظمات الدعوة الأخرى، تشمل ما لا الجماعة هذه عند أتباعه. والجوانب التي يمكن التعرف من بالخروج للدعوة، وهي يقل عن جوانب وهي: (1) أنماط الحركة تسمى الخروج عن المنزل بعيدا لأجل الدعوة، (2) شخصية خاصة لديهم بلحية وقميص طويل وعمامة برأسهم وسراويل فوق الكعبين، (3) واما نموذج للدعوة الاتصالية المتقدمة عندهم وهي ما يلي: الدعوة الاتصالية الإنفرادية و الإجتماعية و الخصوصية والعمومية.

Kata Kunci:

Model Komunikasi Dakwah, Dinamika Grakan Dakwah, Model Komunikasi Dakwah Ifrodi, Model Komunikasi Dakwah Ijtima'i, Model Komunikasi Dakwah Khusus

Pendahuluan

Jama'ah Tabligh yang muncul di awal tahun 1980-an merupakan salah satu kelompok keagamaan yang berorientasi menjalankan misi dakwahnya. Kelompok ini memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri dibandingkan dengan aliran-aliran lain yang lebih dulu muncul di Indonesia. Keunikan dan kekhasan Jama'ah Tabligh terlihat pada gerakan dakwahnya yang keluar meninggalkan rumah dan keluarganya dalam waktu tertentu menuju satu perkampungan atau daerah secara berpindah-pindah dari satu kampung ke kampung yang lain, dari satu tempat ke tempat yang lain, dari satu masjid ke masjid yang lain. Kegiatan ini disebut dengan *khuruj*¹ atau keluar berjauhan dari rumah. Kekhasan lain dari Jama'ah Tabligh adalah mereka selalu memelihara jenggot dan mengenakan baju panjang, membalut kepala dengan kain serta memakai celana panjang di atas mata kaki. Oleh karena itu keunikan ini sebagai representasi Jama'ah Tabligh yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan organisasi-organisasi dakwah Islam lainnya. Perbedaan itu disebabkan karena dasar filosofinya, latarbelakang dan tujuan gerakannya, faham keagamaan dan kerangka berfikir para pendahulunya.

Kelompok Jamaah Tabligh yang didirikan Maulana Muhammad Ilyas² ini, memiliki prinsip, sebagai falsafahnya, untuk selalu taat dan patuh kepada segala perintah Allah yang mesti dilakukan dan sebaliknya menghindari segala larangannya, dengan merujukkan semua amalannya kepada sikap dan perilaku Rasulullah saw. Gagasan utama Maulana Muhammad Ilyas tersebut

¹ Berasal dari Bahasa Arab dari kata "kharaja" – yakhruju – khurujan artinya keluar. Keluar meninggalkan rumah untuk berjuang di jalan Allah – fisabilillah dengan cara berdakwah.

² Ia seorang ulama besar dari India, lahir pada tahun 1886 M/1303 H di desa Kandhala wilayah Muzhafar Nagar distrik Utarpradesh., India. Beliau sejak kecil ia belajar membaca dan menghafal al-Quran, melanjutkan ke ibtidaiyah, kemudian belajar sastra Arab kepada Maulana Muhammad Yahya. Kemudian ia belajar Ilmu Hadits kepada Syaikh Mahmud Hasan seorang pengajar di Dar al-'Ulum Deoband, dan belajar lagi lebih jauh hadits kepada Syaikh Rasyid Ahmad Ganghi.

benar-benar diwujudkan dalam kehidupannya sehari-hari pada semua persoalan, baik menyangkut ibadah *mahdlah*³ maupun *ghairu mahdlah*.⁴ Untuk ibadah *mahdlah* sudah jelas diupayakan untuk sesuai dengan syari'at yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan sunah Rasul. Lebih dari itu mengenai ibadah *mahdlah*, bahkan diluar hal tersebut, selalu diusahakan untuk sama persis sebagaimana yang dilakukan oleh Rasulullah.

Pemikiran ini didasarkan pada alasan bahwa dengan cara demikian Islam bisa terjaga secara baik dalam diri setiap Muslim. Sebaliknya, dengan tanpa meniru sikap dan perilaku Nabi, Islam akan hancur dan musnah ditelan waktu. Gagasan ini tampaknya sesuai dengan hadis Nabi yang menyebutkan bahwa suatu saat nanti Islam tidak akan tinggal kecuali hanya simbol-simbolnya saja.

Pemikiran utama beliau lainnya, sebagai bentuk kecintaan dan ketaatannya terhadap Rasul ialah hidup zuhud, suka berkhawatir, dan berdzikir. Sebagaimana disinggung di awal, hal ini mengarah kearah kesufian. Menanggapi hal tersebut, ditegaskan oleh Ghulam Mustafa Hasan, corak sufi ini sama sekali tidak dicampur adukkan dengan usaha dakwahnya. Bagi Muhammad Ilyas usaha da'wah yang terbina dalam Jama'ah Tabligh bukan ditujukan untuk membentuk suatu kelompok tertentu, apalagi tarekat tertentu, melainkan suatu wadah dan cara yang universal dan komprehensif guna menghimpun umat Islam dalam suatu ikatan yang kokoh. Bila sudah terjalin ikatan tersebut, maka Islam menjadi tidak tertandingi, dan secara mudah bisa membina umatnya menuju kepada hidup yang lebih diridhai Nya. Maka dari itu, sebenarnya Jama'ah Tabligh mampu menampung serta menghimpun seluruh kekuatan Islam yang terkotak-kotak dalam kelompok-kelompok tertentu. Oleh karena itu pula jika dijumpai adanya usaha dari beberapa da'i Jama'ah

³ Ibadah pokok seperti shalat, puasa, zakat dan haji.

⁴ Ibadah sunat seperti berdzikir, berdo'a, berkhawatir, 'tikap di masjid dan sebagainya.

Tabligh untuk mengarahkan kepada kelompok/tarekat tertentu, maka hal itu semata-mata merupakan cerminan pribadi mereka sendiri, bukan mewakili jama'ah.

Di samping itu, kelompok ini juga memandang perlunya kembali kepada ajaran serta tuntutan Rasulullah Muhammad secara utuh dan apa adanya (*salaf*), di samping juga karena melihat kelemahan-kelemahan yang terjadi pada masyarakat muslim dalam melakukan da'wah. Selanjutnya Ali Nadwi (1997) menjelaskan bahwa:

Jama'ah Tabligh menilai bahwa umat muslim selama ini kurang tepat dalam melakukan da'wah, seperti melalui jalur pendidikan. Mereka beralasan bahwa madrasah-madrasah ternyata tidak mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat muslim, di samping jalur tersebut sesungguhnya hanya diperuntukkan bagi mereka yang hendak menempuh bidang spesialis serta pendalaman dan bertujuan meneruskan pada pendidikan tinggi. Padahal, mayoritas masyarakat muslim di berbagai tempat, nasibnya kurang beruntung, khususnya dalam bidang ekonomi. Keadaan ini menyebabkan mereka tidak memperhatikan kualitas keberagamannya, yang pada akhirnya dapat meminimalkan bahkan menghilangkan jati diri mereka sebagai muslim (murtad). Oleh karena itu perlu dilakukan suatu kerja untuk menumbuhkan kembali (baik yang baru tertanam maupun yang hampir hilang) ruh agama di kalangan umat Islam secara menyeluruh.

Untuk itu diperlukan kerja secara khusus, yaitu berupa *usaha perorangan* dan *usaha bersama*. Secara umum langkah yang di tempuh menurut Ali Nadwi (1997) ialah dengan *khuruj* dan *berjaulah*, yaitu keluar rumah untuk bertabligh kepada umat Islam guna melaksanakan agama secara sungguh-sungguh dan juga melakukan *ta'lim* dan selanjutnya kelompok yang diseru itupun kemudian berjaulah pula.

Pendapat Ali Nadwi di atas, dapat dipahami bahwa model da'wah yang mereka lakukan cukup menarik,

yaitu adanya koordinasi mulai dari tingkat lokal-individual sampai kepada tingkat nasional, bahkan internasional. Di pihak lain, para anggotanya memiliki semangat kemandirian untuk berda'wah dengan mengandalkan pada biaya sendiri, tanpa mau dibantu oleh pihak lain walau sekecil apapun. Dengan bekal yang sedikit (uang hasil menabung serta pakaian yang sederhana) mereka sangat bersemangat bertabligh ke desa-desa, kota-kota dan bahkan negara-negara lain. Semua itu dilakukan dengan penuh keikhlasan serta kesungguhan yang luar biasa.

Kemudian pendekatan dakwah Jama'ah Tabligh dilakukan melalui jalur sosial-keagamaan dan pendidikan, sebagaimana yang dilakukan oleh organisasi Islam lainnya di Indonesia. Tetapi kelompok ini menggunakan metode dan teknik yang berbeda dalam pelaksanaan da'wahnya. Kalau organisasi dakwah yang lain, seperti NU, Muhammadiyah dan Persis melakukan dakwahnya berada di satu tempat secara menetap. Sedangkan Jamaah Tabligh mengirimkan orang-orang secara bergelombang dan bergantian ke kampung-kampung dan ke daerah-daerah tertentu secara *nomaden* atau berpindah-pindah. Begitu pula metode dan teknik dakwah yang diterapkan tidak hanya dengan ceramah-ceramah umum tetapi lebih spesipik bersilaturahmi mendatangi rumah-rumah penduduk untuk mengajak kebaikan, shalat berjamaah dan mencegah kemunkaran. Model dakwah ini sebuah model alternatif dari gerakan-gerakan dakwah yang ada selama ini. Sebab gerakan dakwah yang ada dipandang tidak efektif dan belum menghasilkan sesuatu yang luar biasa.

Dengan demikian, diperlukan gerakan dakwah yang berkesinambungan untuk menjangkau wilayah dakwah yang lebih luas yang dijadikan sasaran gerakan dakwah Jama'ah Tabligh, mulai dari lingkup perkampungan, desa, kota kecamatan, kabupaten-kota, profinsi sampai ke tingkat nasional, bahkan internasional. Secara nasional, gerakan dakwah mereka menyebar ke seluruh propinsi, kabupaten dan kota di Indonesia. Kabupaten dan kota, sebagai tempat transit para juru dakwah yang datang dari berbagai daerah di

Indonesia. Di samping itu, kabupaten dan kota termasuk Kota Bandung Jawa Barat, merupakan ujung tombak dalam merencanakan dan mengatur strategi gerakan dakwahnya. Siapa yang akan diturunkan, berapa orang disebarkan, ke daerah mana mereka ditugaskan, dan strategi apa yang diterapkan.

Pusat gerakan dakwah Jama'ah Tabligh di kota Bandung berada di Masjid al-Madinah daerah Antapani. Masjid ini sebagai pusat pengembangan dakwah Islam lintas daerah, lintas kabupaten bahkan lintas provinsi. Di tempat inilah mereka berkoordinasi dengan para juru dakwah yang datang dari berbagai daerah. Di tempat ini pula mereka membangun kebersamaan, menyusun rencana kegiatan dan mengatur strategi berdakwah. Kapan mereka akan berangkat *khuruj* untuk berdakwah, siapa saja yang akan diberangkatkan, daerah-daerah mana saja yang dikunjungi, dan berapa lama mereka berada di daerah tujuan. Kemudian setelah mereka datang di suatu daerah tujuan, mereka berkoordinasi dan bersilaturahmi dengan tokoh-tokoh masyarakat setempat, mulai dari RT, RW, pengurus Dewan Keluarga Masjid, dan tokoh-tokoh setempat lainnya.

Dengan demikian, pola dakwah yang dilakukan Jama'ah Tabligh tersebut menarik untuk dikaji secara mendalam dan komprehensif. Karena pola ini memberikan alternatif dakwah yang lebih substantif dibandingkan dengan pola dakwah/tabligh yang dilakukan oleh organisasi-organisasi dakwah lainnya. Sehingga pada gilirannya akan memberikan inspirasi dan pencerahan bagi para juru dakwah secara personal maupun secara kolektif organisasi. Masalahnya adalah bagaimana dinamika gerakan dakwah Jama'ah Tabligh? Model komunikasi dakwah yang dilakukan dan simbol-simbol komunikasi keagamaan apa saja yang digunakan oleh Jama'ah Tabligh, serta hambatan-hambatan apa saja yang mereka hadapi? Secara lebih rinci lagi permasalahan dijabarkan menjadi (1) bagaimana dinamika gerakan dakwah Jama'ah Tabligh dalam menegakkan dakwah Islam kepada masyarakat? (2) Bagaimana kemudahan dan kesulitan yang dirasakan oleh Jama'ah ketika berada pada masyarakat bina?

(3) Bagaimana komunikasi nonverbal yang digunakan Jama'ah Tabligh dalam melakukan komunikasi dakwah, dan apa makna di balik simbol-simbol nonverbal tersebut? (4) Pesan-pesan dakwah apa saja yang disampaikan Jama'ah Tabligh dalam melakukan komunikasi dakwah kepada umat? (5) Bagaimana pula cara-cara menerapkan pesan-pesan tersebut, sehingga umat dapat mengikuti jejak langkahnya? (6) Bagaimana model komunikasi dakwah Jama'ah Tabligh yang diterapkan, hambatan-hambatan apa saja yang menyertainya dan bagaimana pula cara-cara mengatasi hambatan-hambatan tersebut, sehingga tingkat keberhasilannya dapat dicapai dengan baik?

Model-model Komunikasi

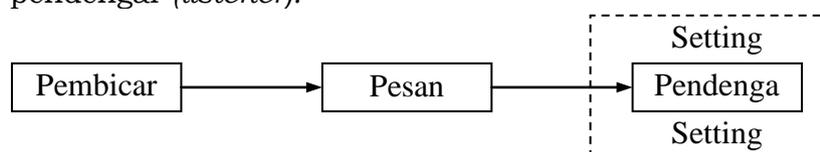
Secara spesifik, maksud penelitian ini adalah untuk mengungkapkan dan menganalisis konsepsi dan hakekat gerakan dakwah Jama'ah Tabligh sebagai upaya menginternalisasikan ajaran Islam kepada masyarakat, dan menganalisis pesan-pesan dakwah yang disampaikan Jama'ah Tabligh. Di samping itu, penelitian ini juga bermaksud mengungkapkan dan menganalisis fenomena-fenomena model komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Jama'ah Tabligh, simbol-simbol komunikasi keagamaan yang digunakan serta menganalisis cara-cara mengatasi hambatan-hambatan komunikasi tersebut, sehingga tingkat keberhasilan dakwah tercapai dengan baik.

Paradigma yang dibangun dari konsep-konsep tersebut, diasumsikan bahwa konsep-konsep tersebut merupakan konsep yang selalu berhubungan dengan model komunikasi dakwah. Untuk mengkaji model komunikasi dakwah yang diterapkan Jama'ah Tabligh di Bandung Jawa Barat, dapat dijelaskan melalui pendekatan teori sebagai berikut:

1. Model Retoris (Rhetorical modle)

Model retoris adalah model yang dicetuskan oleh Aristoteles, seorang filosof Yunani terkemuka yang hidup pada tahun (340-335 SM). Model ini intinya adalah komunikasi melalui pendekatan persuasi. Ia berjasa

dalam merumuskan model komunikasi verbal pertama. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap dan perilaku mereka. Tepatnya, ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).



FIGUR 1.1 Model Aristoteles

Sumber. Michael Burgoon. *Approaching Speech/Communication*. New York: Holt, Rmehart & Winston, 1974, hlm. 10.

Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik, yang kini lebih dikenal dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato. Pada masa itu, seni berpidato memang merupakan suatu keterampilan penting yang digunakan di pengadilan dan di majlis legislator dan pertemuan-pertemuan masyarakat. Oleh karena semua bentuk komunikasi publik melibatkan persuasi, Aristoteles tertarik menelaah sarana persuasi yang paling efektif dalam pidato.

Menurut Aristoteles (dalam, Mulyana, 2002:135) persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (*etos*—keterpercayaan anda), argumen anda (*logos*—logika dalam pendapat anda), dan dengan memainkan emosi khalayak (*pathos*— emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu ke dalam suatu keadaan emosi.

Seperti model S - R, model komunikasi Aristoteles jelas sangat sederhana, malah terlalu sederhana dipandang dari perspektif sekarang, karena tidak memuat unsur-unsur lainnya yang dikenal dalam model

komunikasi, seperti saluran, umpan balik, efek, dan kendala atau gangguan komunikasi. Meskipun demikian, model yang sangat sederhana ini dapat merangsang beberapa pertanyaan, misalnya: unsur-unsur apa yang harus ada dalam pidato agar persuasif bagi khalayak? Apakah bentuk susunan pidato tertentu lebih baik daripada bentuk lainnya? Apakah gaya bahasa dalam suatu pidato mempengaruhi derajat persuasinya? Apakah reputasi pembicara yang ada sebelumnya meningkatkan daya persuasinya?

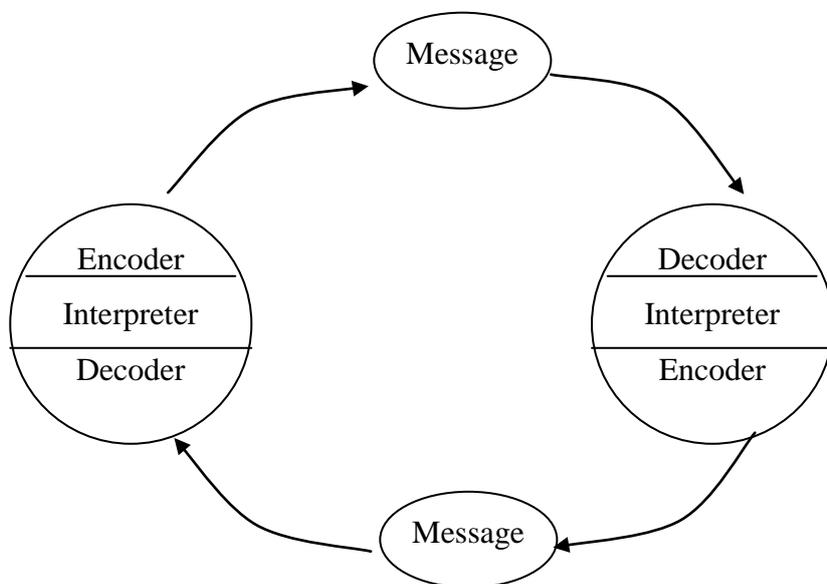
Salah satu kelemahan model ini adalah bahwa komunikasi dianggap sebagai fenomena yang statis. Seseorang berbicara, pesannya berjalan kepada khalayak, dan khalayak mendengarkan. Tahap-tahap dalam peristiwa itu berurutan alih-alih terjadi secara simultan. Di samping itu, model ini juga berfokus pada komunikasi yang bertujuan (disengaja) yang terjadi ketika seseorang berusaha membujuk orang lain untuk menerima pendapatnya.

Kelemahan lain model retorik ini adalah tidak dibahasnya aspek-aspek nonverbal dalam persuasi. Meskipun demikian, kita harus bersikap adil untuk tidak menilai suatu model komunikasi dengan perspektif kekinian. Jelas bahwa model Aristoteles ini telah mengilhami para pakar komunikasi lainnya untuk merancang model-model komunikasi yang lebih baru. Kebanyakan model komunikasi lebih baru yang dikembangkan para ahli sejak zaman Aristoteles tetap mengandung tiga unsur yang sama: yakni sumber yang mengirimkan pesan, pesan yang dikirimkan, dan penerima pesan tersebut (dalam, Mulyana, 2002:136).

2. Model Komunikasi Antarpribadi –Wilbur Schramm

Model Schramm yang satu ini, berkenaan dengan model komunikasi antarpersonal – antara seseorang dengan orang lain. Schramm (dalam Mulyana, 2002:140) menganggap bahwa komunikasi sebagai interaksi dengan kedua belah pihak yang menyandi, menafsirkan, menyandi balik, menstranmisikan, dan menerima sinyal. Di sini kita melihat umpan balik dan lingkaran yang

berkelanjutan untuk berbagi informasi. Model ini dapat dilihat sebagai berikut:

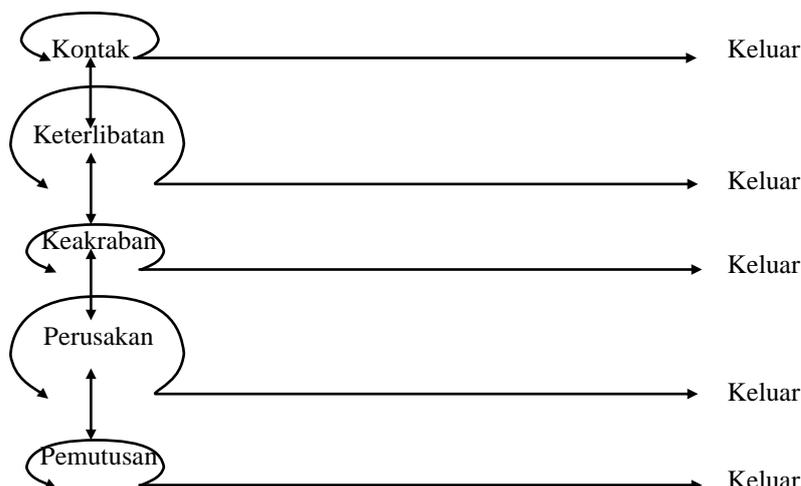


Dari model di atas, menunjukkan bahwa setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut bertindak sebagai encoder dan decoder. Encoder (pembicara) pertama sekaligus menjadi decoder (penerima) kedua, dan decoder pertama sekaligus menjadi encoder kedua. Kedua orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut, saling menyampaikan pendapat, saling menafsirkan simbol-simbol yang diterima, dan saling meresponn satu sama lian. Simbol-simbol itu bisa berupa kata-kata, seperti, apa akabar...? Bagaimana...? Kapan anda datang...? Menurut saya...! Sebaiknya...! Kita menginginkan... dan sebagainya. Bisa juga simbol itu berbentuk gestur tubuh, seperti anggukan kepala, gelengan kepala, mengkerutkan kening, dan sebagainya.

Simbol-simbol tersebut, memainkan peran penting dalam proses komunikasi, karena hal itu memberi tahu kita bagaimana pesan itu disampaikan, dimaknai dan ditafsirkan. Kita akan saling mengetahui dan memahami apa yang dimaksud dengan pesan itu, untuk apa, dan apa tujuannya. Pesan itu bisa bermakna positif, bila

pesan itu membicarakan kepentingan bersama, memberikan solusi, tujuan bersama, dan disampaikan dengan cara yang baik dan santun. Sebaliknya pesan itu, bisa bermakna negatif bila pesan itu hanya menyangkut kepentingan diri sendiri dan disampaikan dengan cara-cara yang tidak etis.

Dalam komunikasi antarpribadi terdapat dua karakteristik penting, yakni: pertama, hubungan antarpribadi berlangsung melalui beberapa tahapan, mulai dari tahap interaksi awal sampai ke pemutusan (*dissolution*). Kedua hubungan antarpribadi berbeda-beda dalam hal keluasan (*breadth*) dan kedalamannya (*depth*) (Devito, 1997:232-233). Kebanyakan hubungan, mungkin semua, berkembang melalui tahap-tahap (Kanpp, 1984; Wood, 1982). Kita tidak menjadi kawan akrab segera setelah pertemuan terjadi. Kita menumbuhkan keakraban secara bertahap, melalui serangkaian langkah atau tahap. Devito, dalam hal ini, menawarkan tahap-tahap hubungan yang bersifat standar, sebagaimana gambar berikut:



3. Model Komunikasi Dua Tahap (Two Step flow Modle)

Model komunikasi dua tahap (*two steps flow of communication*) pertama kali dikemukakan oleh Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz. Model komunikasi ini dimulai

dengan tahap pertama sebagai proses komunikasi massa dan tahap berikutnya atau kedua sebagai proses komunikasi antarpersona (dalam, Elvinaro Ardianto, dkk. 2007:69).

Model ini pada awalnya merupakan model komunikasi yang berhubungan dengan komunikasi massa, karena komunikator pertama menyampaikan pesan lewat media massa, baik cetak maupun elektronika kepada komunikan pertama. Komunikan pertama sekaligus menjadi komunikator kedua menyampaikannya kembali pesan tersebut kepada khalayak melalui komunikasi antarpersona secara tatap muka. Bisa juga model tersebut pada tahap awal tidak melalui komunikasi massa, tetapi sumber pertama menyampaikan pesannya kepada beberapa orang melalui komunikasi antarpersona atau kelompok. Kemudian masing-masing anggota kelompok menyampaikannya kembali kepada orang lain dalam berbagai kesempatan dan tempat secara tatap muka.

Model ini menggambarkan bahwa pesan lewat media massa diterima oleh individu-individu yang menaruh perhatian lebih pada media massa, sehingga mereka menjadi orang yang terinformasi (*well informed*). Mereka itu adalah para *opinion leader*, yang akan menginterpretasikan setiap pesan yang diterimanya sesuai dengan *frame of reference* dan *field of experience*. Selanjutnya para *opinion leader* akan menyampaikan pesan yang telah ia interpretasikan itu kepada individu-individu lainnya secara antarpersona, mungkin menggunakan bahasa daerah setempat disertai contoh-contoh yang sesuai dengan kondisi setempat pula.

Sebagaimana dipahami bersama bahwa media massa kurang efektif di dalam mengubah perilaku khalayaknya, karena media massa hanya akan membuat khalayak sadar (*aware*) akan suatu masalah. Itulah sebabnya mengapa dalam program-program pemerintah seperti misalnya masalah Keluarga Berencana, seringkali departemennya menggunakan para penyuluh KB. Begitu juga dengan para, perusahaan, misalnya Unilever. Selama memasang iklan di media massa, mereka juga dibantu oleh para SPG (*Sales Promotion Girl*) yang

mempromosikan produk-produk tersebut di mall atau di supermarket. Salah satu kekurangan dari proses ini adalah pada proses transmisi mungkin saja pesan terdistorsi bila *opinion leader* kurang tepat dalam menginterpretasi pesan atau bila *opinion leader* punya kepentingan lain.

Begitupula model ini dikembangkan dalam kegiatan dakwah atau tabligh al-Islam oleh para juru dakwah dari berbagai organisasi keagamaan. Misalnya, seorang Kyai sepuh menyampaikan tabligh kepada beberapa orang ustadz, kemudian para ustadz menyampaikannya kembali kepada para santrinya atau kepada masyarakat luas. Demikian pula, hal ini sering dilakukan oleh organisasi Jama'ah Tabligh dalam menginternalisasikan ajaran Islam kepada umat melalui tahapan-tahapan tertentu, baik dua tahap atau lebih.

Berikut ini adalah gambaran model komunikasi dua tahap menurut pemahaman penulis :

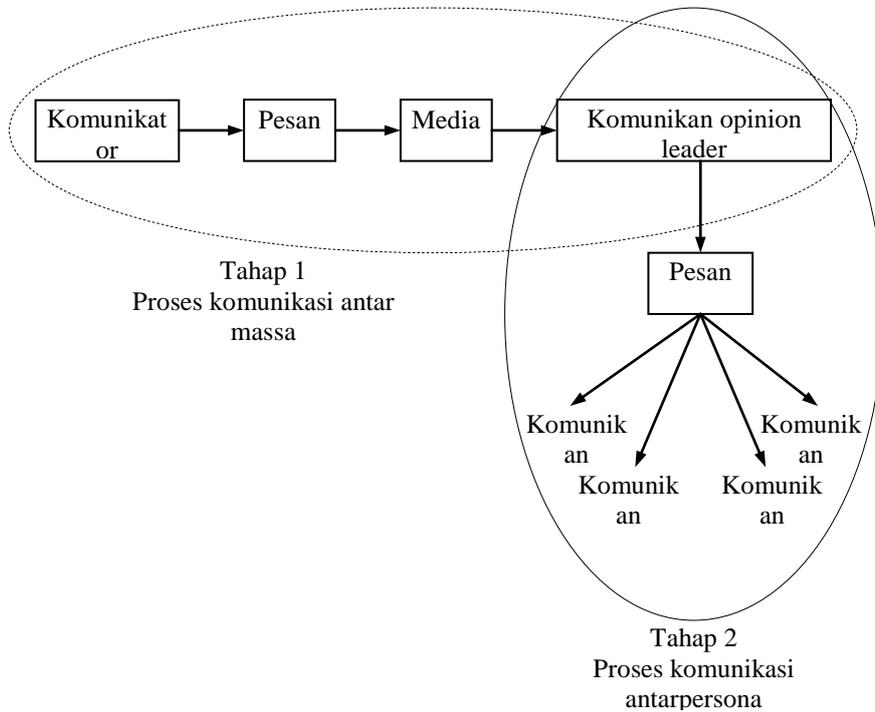


FIGURE : 1.2 Model Komunikasi Dua Tahap

Sumber, Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz, dalam Elvinaro dkk, (2002:69)

Opinion leader di Indonesia nampaknya masih amat diperlukan karena kondisi masyarakat Indonesia relatif banyak yang belum diterpa media massa. Penyebabnya mungkin karena kurangnya daya beli masyarakat, dapat juga karena pendidikan yang belum memadai sehingga mereka tidak dapat menangkap pesan secara utuh (terutama untuk media cetak), atau karena tingkat kepatuhan kepada tokoh panutan tertentu.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat digambarkan sebagai berikut:

Dinamika Gerakan Dakwah Jamaah Tabligh

Perkembangan dakwah Jamaah Tabligh mengalami *fluktuatif* - pasang susut dari masa ke masa. Ada masa di mana gerakan dakwah berjalan madeg atau jalan di tempat, dan ada masa-masa tertentu mengalami peningkatan signifikan. Misalnya, pada awal tahun 1980-an sampai awal tahun 1990-an, kelompok Jamaah Tabligh menghadapi masa-masa suram. Mengapa? Karena pada saat itu, gerakan Jamaah Tabligh relatif masih baru, dengan kebaruannya itu, banyak orang belum kenal Jamaah Tabligh. Dengan tidak mengenalnya, maka banyak orang yang curiga, baik masyarakat umum, organisasi-organisasi Islam yang lain maupun pemerintah sendiri. Tidak sedikit pemerintah melalui intelegennya untuk memata-matai gerakan ini. Begitu pula banyak organisasi-organisasi Islam di Indonesia yang kurang *well come* terhadap gerakan ini. Bahkan masyarakat umum pun merasa takut dengan gerakan dakwah ini, takut menyesatkan. Oleh karena itu, walaupun gerakan dakwah ini berjalan terus, tetapi mereka sangat hati-hati.

Namun lama kelamaan, banyak masyarakat yang mulai kenal dengan Jamaah tabligh, Apa yang salah dengan Jamaah tabligh? Bila ditelaah, dipelajari dan terjun ke dalamnya, tidak ada yang salah, yang salah adalah banyak orang curiga sebelum mengenalnya. Bila orang sudah mengenal Jamaah Tabligh, ia akan simpatik dan tertarik mengikuti Jamaah tabligh. Walaupun tidak mengikuti Jamaah untuk khuruj berdakwah, paling tidak ia akan salut dengan perjuangan dakwah Jamaah

tabligh. Betapa tidak, dengan berbagai kesibukannya di sela-sela mencari nafkah, di saat bersenang-senang berkumpul dengan keluarga, di saat-saat enaknnya waktu beristirahat, dan di saat beban psikologis menghimpit diri, di situlah mereka berani dan ikhlas meninggalkan semua yang disenanginya, untuk keluar (khuruj) berjuang fisabilillah – menegakkan dakwah Islam. Sehingga pada paruh tahun 1990-an sampai 2000-an mulai meraih hasilnya yaitu gerakan dakwah Jamaah Tabligh relatif berjalan lancar, bahkan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Baik dari segi jumlah jamaah yang mengikuti khuruj fisabilillah maupun wilayah dakwahnya. Wilayah dakwah Jamaah Tabligh sampai sekarang tahun 2009 di Bandung dan sekitarnya sudah mencapai 72 halaqah⁵ atau 72 kecamatan. Dari 72 halaqah itu terdiri dari 350 mahalalah⁶ sebagai tempat pembinaan dakwah, dan jumlah jamaah diperkirakan kurang lebih sudah mencapai 3500 orang.

Semulya-mulyanya berjuang di jalan Allah SWT. pasti selalu ada hambatan-hambatan yang menerpanya. Baik hambatan yang bersifat internal, maupun hambatan yang bersifat eksternal. Hambatan internal yaitu hambatan yang muncul dari dalam diri sendiri, terdiri atas: (1) hambatan lahir, dan (2) hambatan bathin. Hambatan lahir diakibatkan karena beberapa hal, yakni: (a) karena kesibukan dengan urusan duniawi, (b) adanya pengaruh dari luar, baik secara individu atau kelompok tertentu, dan (c) dukungan keluarga yang belum sejalan. Sedangkan hambatan bathin adalah paling tidak disebabkan karena tidak menjaga dan mengamalkan amalan infirodi yang disingkat “5 T” yakni: (1) Tidak melaksanakan takbiratul ula (shalat tepat waktu), (2) Tidak melaksanakan shalat tahajud, (3)

⁵ Halaqah adalah sebutan untuk pertemuan Jamaah Tabligh yang ditetapkan di sebuah masjid tertentu sebagai sentral tetap yang berada di tingkat kecamatan. Setiap halaqah terdiri dari beberapa mahalalah.

⁶ Mahalah adalah masjid yang dijadikan tempat untuk melakukan pembinaan rohani, melakukan fikir umat dan berdzikir dan bermunajat kepada Allah SWT. Setiap masjid dibentuk satu mahalalah.

Tidak mendawamkan tilawatil quran, (4) Tidak melaksanakan tasbihat dzikir di pagi hari, siang dan malam hari, dan (5) Tidak menundukan pandangan dari perbuatan maksiat.⁷

Di balik hambatan selalu ada faktor pendukungnya. Faktor-faktor itu terdiri internal dan eksternal. pendukungnya meliputi dukungan lahir dan bathin. Dukungan lahir adalah tersedianya logistik yang cukup untuk melakukan perjalanan keluar. Sedangkan dukungan bathin adalah: (1) keyakinan akan janji Allah, (2) dukungan dan izin keluarga, (3) selalu menjaga amalan yang lima (takbiratul ula, tahajud, tilawah al-quran, tasbihat dzikir pagi, siang dan malam, dan tundukkan pandangan), (4) mengadakan wirid harian, (5) melaksanakan shalat-shalat sunat terutama tahajud, dan (6) melaksanakan talim di rumah.⁸

1. Komunikasi Dakwah Nonverbal Jama'ah Tabligh

Komunikasi nonverbal yang selalu digunakan kelompok Jamaah Tabligh meliputi dua hal, yakni simbol yang tumbuh dan menempel dalam tubuh seseorang seperti memelihara *jenggot*, dan simbol yang berbetuk asesoris seorang muslim, seperti *peci*, *pakaian gamis*, dan *parfum*, serta simbol yang menunjukkan keakraban dan kebersamaan, seperti *duduk bersimpuh merapatkan barisan* dan *makan bersama dalam satu nampan dan berjabat tangan*.⁹

Kebiasaan memelihara Jenggot bagi kelompok Jamaah Tabligh merupakan implementasi kecintaannya kepada Rasulullah saw. karena rasulullah juga memeliharanya. Jenggot sebagai simbol atau identitas seorang muslim. Dengan jenggot, diharapkan sikap dan perbuatan kita terjaga dari perbuatan maksiat. Karena orang yang berjenggot akan sangat malu kalau berbuat jahat. Menurut salah seorang anggota Jamaah Tabligh, jenggot menjadi kontrol diri buat seorang muslim untuk

⁷ Hasil Wawancara, dengan Ustadz Mustofa, tanggal 27 Juli 2009.

⁸ Hasil Wawancara, dengan Ustadz Mustofa, tanggal 27 Juli 2009.

⁹ Hasil wawancara dengan Ustadz Bukhori, tanggal 30 Juli 2009.

tidak melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar syariat agama.

Kemudian simbol non-verbal yang berbentuk asesoris adalah peci, pakaian gamis, dan parfum. Peci yang biasa dipakai Jamaah Tabligh adalah berbentuk bulat dan lonjong. Sedangkan baju gamis adalah pakaian jubah panjang berlengan panjang biasanya berwarna putih. Pakaian ini dipakai bersama selanan panjang di atas mata kaki. Pakaian ini diyakini oleh anggota Jamaah Tabligh dapat mendukung kebersihan dan keberhasilan dakwah. Peci dan baju jubah ini, sama halnya dengan jenggot sebagai identitas muslim yang bermakna sebagai kontrol diri. Dengan memakai Peci dan baju gamis diharapkan dapat memelihara sikap dan perilakunya sesuai dengan syariat Islam. Jika, sikap dan perbuatan selaras dengan ajaran Islam, maka dakwah yang diperjuangkannya akan berjalan dengan baik. Karena dakwah tidak hanya disampaikan dengan bentuk *tabligh bi al-lisan* tetapi juga dengan sikap dan perbuatan yang baik *dakwah bi al-amal*. Jadi pakaian yang dipakai kelompok Jamaah Tabligh sebagai bentuk komunikasi dakwah non-verbal atau dakwah bi al-amal.

Sedangkan memakai parfum sebagai simbol keindahan yang dapat menyegarkan tubuh dan menambah kepercayaan diri. Parfum yang digunakan kelompok Jamaah Tabligh adalah parfum tanpa alkohol. Karena parfum tanpa alkohol diharapkan suci dari segala najis yang diharamkan Allah, sebab akan dipakai untuk pakaian suci, di tempat suci masjid dan perjuangan suci yaitu berdakwah. Bahkan memakai wewangian ini pun sebagai bagian dari sunnah Rasulullah. Oleh karena itu dianjurkan bagi kaum muslimin untuk memakai parfuum terutama ketika hendak shalat di masjid.

Kemudian simbol nonverbal yang lain yang biasa diperlihatkan oleh Jamaah Tabligh adalah kebiasaan makan bersama dalam satu nampan dan jabatan tangan yang erat. Makan bersama dalam satu nampan sebagai tradisi kelompok jamaah untuk menunjukkan kesederhanaan, kebersamaan dan keakraban. Mereka selalu makan dengan penuh khidmat, tertib, tenang dan

teratur. Di samping makan dalam satu nampan sebagai simbol kesederhanaan dan keakraban. Tetapi juga lebih ekonomis dan ngirit serta tidak perlu membutuhkan alat makan yang banyak. Menurut pandangan seorang Jamaah bernama *Bukhori*. Kalau makan dalam satu napan rame-rame banyak keuntungan dan hikmah yang dapat kita ambil, yakni dapat memunculkan ikatan batin diantara sesama jamaah, menunjukkan sikap tawadhu (rendah hati) dan tidak sombong.¹⁰ Selain itu, menurut pengakuan Munawar makan bersama seperti itu sebagai media untuk menumbuhkan kasih sayang diantara jamaah dan anggota keluarga, dan meningkatkan hubungan baik dan persaudaraan

Terakhir, simbol nonverbal yang ditampilkan kelompok Jamaah Tabligh, ketika bersalaman dengan orang lain, selalu menggenggam erat-erat tangan yang disalami, sambil mengumbarkan senyum seadanya. Jabat tangan ala Jamaah Tabligh tersebut sebagai simbol *ikramul muslim* – memulyakan sesama muslim. Menurut pendapat salah seorang anggota jamaah, jabat tangan model ini merupakan media untuk saling mendoakan diantara sesama muslim, dan meningkatkan persaudaraan.¹¹

Di dalam Islam jabatan tangan tangan itu tidak hanya tradisi, tetapi memiliki makna religius yang bernilai ibadah, sebagaimana sabda Rasul: “*Tidaklah dua orang yang berjumpa lalu berjabat tangan, kecuali dosa keduanya diampuni oleh Allah swt. sebelum keduanya berpisah.*”¹² Berdasarkan hadits tersebut, bahwa jabatan tangan disertai hati yang tulus dan ikhlas, maka Allah akan menghapus dosa kedua orang tersebut. Oleh karena itu, kelompok Jamaah Tabligh mentradisikan berjabat tangan seperti, karena itu disunnahkan oleh Rasul. Karena sunnah Rasul, maka berjabat tangan itu suatu kebaikan, dan kebaikan bernilai ibadah.

2. Pesan-pesan Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh

¹⁰ Hasil wawancara dengan ustadz Bukhori, tanggal 30 Juli 2009.

¹¹ Hasil wawancara dengan ustadz Munawar, tanggal 31 Juli 2009.

¹² HR. Ahmad, At-Tairmidzi, Abu Dawud dan Ibnu Majah.

Pesan dakwah yang selalu disampaikan oleh kelompok Jamaah Tabligh, terdiri atas tiga materi pokok, yakni: "*wahdaniyat, akhirat dan risalah.*"¹³

Pertama, wahdaniyat diartikan sebagai pengakuan akan eksistensi Ke-Esaan dan Kebesaran Allah SWT. Allah adalah satu-satunya Tuhan yang kita sembah, tempat kita memohon dan bergantung kepada-Nya, "*Iyyakana budu waiyya kanastain.*"¹⁴ Tiada Tuhan selain Allah, "*Lailaha Illallah.*" Berkenaan dengan konteks ini, Allah berfirman: "*Qul huwallahu ahad, Allaahu shamad, lam yalid walan yuulad, walam yakun lahuu kufuwan ahad.*"¹⁵ "*Katakanlah, Dialah Allah, Yang Maha Esa, Allah tempat meminta segala sesuatu, Dia tidak beranak dan diperanakan, dan tidak ada sesuatu pun yang setara dengan Dia.*" Ayat ini mempertegas kepada kita bahwa Allah-lah Tuhan Yang Maha Esa. Esa dalam zat-Nya, dan Esa dalam sifat-Nya. Dengan mengakui ke-Esaan, dan kebesaran Allah SWT, maka orang merasa bahwa kita itu kecil di hadapan Allah SWT. Dan dengan mengakui kehebatan dan kekuasaan Allah, maka kita merasa hidup ini selalu diawasi Allah. Karena merasa diawasi Allah, maka hidup kita selalu berhati-hati untuk tidak melakukan perbuatan maksiat, serta berupaya meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah SWT.

Pesan kedua, yang sering disampaikan oleh Jamaah Tabligh ialah mengingatkan akhirat dan kematian. Karena dua term ini, menurut pandangannya adalah harus terus diingatkan kepada seluruh umat, dengan sering diingatkan, orang akan selalu mengingat akhirat dan kematian. Sebab kematian dan akhirat adalah pasti. Pasti semua insan di muka bumi ini akan melaluinya. "*Kullu nafsinn daaikatul maut*" – "setiap yang bernyawa pasti akan mati." Tidak ada seorang pun yang dapat menghindar dari kematian. Kematian pasti tiba, kematian sedang menunggu kita, kapan datangnya, di mana tempatnya, dalam kondisi apa? Tidak ada seorang pun yang mengetahuinya. Sebab, kematian adalah

¹³ Hasil wawancara dengan Ustadz Mustofa, tanggal 27 Juli 2009.

¹⁴ QS. Al-Fatihah (1) : 5.

¹⁵ QS Al-Ikhlâs (112) : 1-4.

rahasia Allah. Oleh karena itu pesan dakwah ini mengajak kita sadar, bahwa kematian sedang mengintai kita. Untuk itu jangan kita lengah sedikit pun untuk tidak mengingat kematian. Dengan mengingat kematian, kita akan berusaha keras untuk mempersiapkan diri menghadapi kematian. Persiapan yang mulia menghadapi kematian yaitu meningkatkan iman dan taqwa serta memperbanyak amal shaleh. Sebab, hanya iman dan amal shaleh yang setia menemani kita menghadap sang Khalik Allah SWT. yang lainnya akan kita tinggalkan, seperti harta, tahta, jabatan, anak, istri dan sebagainya.

Ketiga, materi lain yang selalu didengungkan Jamaah Tabligh ke semua lapisan umat adalah mengajak orang untuk mengambil bagian khuruj berdakwah karena Allah. Sebab tugas berdakwah atau bertabligh itu kewajiban semua muslim dan muslimah yang sudah balligh. Sebagaimana Firman-Nya, berbunyi: *“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”*¹⁶ Berdasarkan ayat ini, muncul pertanyaan, apakah kewajiban berdakwah itu untuk seluruh umat atau sebagian saja. Dalam Ensiklopedi Islam (1999:280-281) dijelaskan bahwa, *“Para ulama berlainan pendapat dalam menetapkan hukum menyampaikan dakwah Islam itu. Ada yang menetapkan sebagai kifayah (kewajiban kolektif) dan ada pula yang menetapkannya sebagai fardu ain. Mereka sama-sama mendasarkan pendapat mereka pada suarah Ali Imran ayat 104. Kata *minkum* dalam ayat ini ada yang menganggap mengandung pengertian *tab'id* (bagian), sehingga hukum dakwah menjadi fardu kifayah. Ada pula yang menganggapnya sebagai *za'idah* (tambahan), sehingga hukumnya menjadi fardu ain.”* Lalu sabda Nabi SAW, mengingatkan: *“Sampaikanlah dari-Ku walaupun satu ayat...”*¹⁷

¹⁶ QS. Ali Imran (3) : 104.

¹⁷ HR. Turmidzi, Bukhari dan Muslim.

3. Model Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh

Untuk pencapaian hasil dakwah yang maksimal, diterapkan model komunikasi dakwah yang khas. Model-model itu, terdiri atas: (a) *komunikasi dakwah ifrodi*, (b) *komunikasi dakwah ijtimai*, (c) *komunikasi dakwah khusus*, dan (d) *komunikasi dakwah umum*.¹⁸

4.1 Model Komunikasi Dakwah Ifrodi

Model dakwah ifrodi ini merupakan model komunikasi dakwah antarpribadi yaitu penyampaian pesan moral antara seorang muballigh/da'i dengan seorang muballag/mad'u. Model ini dilakukan ketika bertemu dengan seseorang, baik di rumah, di jalan, di masjid atau pun di mana saja. Oleh karena itu sifatnya rilek, santai, dan tidak formal. Karena sifatnya non-formal, maka komunikasinya berjalan apa adanya tidak, tidak didesain secara terstruktur. Tetapi pesan dakwah yang disampaikan oleh para muballigh/da'i relatif sama dengan model dakwah yang lain, yaitu sekitar masalah-masalah aqidah, ibadah, akhlak, dan mengajak tabligh atau berdakwah keluar.

Komunikasi dakwah ifrodi, memiliki karakteristik tersendiri, yakni: (a) suasananya berlangsung secara *bermuawajahah* (bertatap muka), (b) proses komunikasinya bersifat langsung tanpa perantara, (c) dai/muballighnya bersifat pribadi, dan (e) pesannya meliputi wahdaniyat, kematian dan akhirat serta risalat, dan (f) responnya dapat diketahui langsung pada saat itu juga, apakah menerima, menolak atau ragu-ragu. Karakteristik ifrodi ini, membawa konsekuensi logis bagi para dai/muballigh untuk menyiapkan pesan yang akan disampaikan, metode yang akan digunakan, menganalisis sasaran dakwah yang akan dituju, dan memperhatikan respon yang diterima. Karena hal ini akan menentukan berhasil tidaknya dakwah yang dilakukan.

Komunikasi dakwah ifrodi yang dipraktikkan oleh kelompok Jamaah Tabligh, selalu mencontoh kepada sunnah Rasulullah saw. tempo dulu yaitu tidak hanya

¹⁸ Hasil wawancara dengan ustadz Mustofa, tanggal 27 Juli 2009.

memberikan nasihat-nasihat keagamaan secara bijak (*mauidzhah hasanah*) atau *Dakwah bi-Ahsan al-Qawl*, tetapi juga dengan memberikan suri tauladan yang baik melalui sikap dan perbuatan (*uswatun hasanah*) yang disebut *Dakwah bi-Ahsan al-Amal*. Dengan nasihat dan contoh yang baik, maka akan menjadi kekuatan dalam meneggakan dakwah kepada umat. Sebagaimana, dakwah yang dilakukan Nabi kepada Abu Bakar Asyidik, Siti Khadijah, Ali Ibn Abu Thalib, termasuk kepada penentang-penentang Islam, seperti Umar Ibn Khathab dan Abu Sofyan dan lain-lain, yang akhirnya mereka mengucapkan dua kalimah syahadat, masuk ke dalam Islam. Inilah teladan yang diberikan Rasul kepada umatnya. Oleh karena itu, sikap dan perilaku Rasul ini menjadi standar bagi kelompok Jamaah Tabligh untuk melakukan tugas dakwah. Karena hanya Rasulullah-lah yang menjadi rujukan berdakwah, sebagaimana Firman Allah SWT, berbunyi: "*Lakod kaana lakum fi Rasulillahi uswatun hasanah.*"¹⁹

4.2 Model Komunikasi dakwah Ijtimai

Model komunikasi dakwah ini disampaikan kepada kaum muslimin yang berada di sekitar tempat tinggal kita. Berdakwah di lingkungan tempat tinggal memiliki kemudahan dan kesulitan tersendiri. Kemudahannya, antara *da'i* dengan *mad'u* (yang didatangi dan dinasihati) sudah saling mengenal, sehingga tidak asing lagi buat keduanya. Sedangkan susahannya, kalau kekurangan kita sudah diketahui masyarakat luas, maka akan memperlemah posisi dakwah kita. Oleh karena itu dakwah di sekitar tempat tinggal jamaah, hendaklah menyusun strategi dakwah yang handal. Strategi yang disiapkan dengan mendawamkan lima startegi pokok, yaitu: (1) mengadakan musyawarah harian, (2) talim masjid harian, (3) silaturrahi harian, (4) silaturamni

¹⁹ QS. Al-Ahjab (33) : 21.

mingguan, dan (5) silaturahmi mingguan antara tetangga halaqah atau masjid.²⁰

Pertama, musyawarah harian bertujuan untuk membahas tentang kondisi jamaah masjid. Apakah keadaan jamaah baik-baik saja, atau ada sebagian jamaah yang mendapat musibah, misalnya, sakit, meninggal, atau musibah lainnya. Dalam musyawarah itu dibicarakan, bagaimana membantu saudara/jamaah yang mendapatkan kesulitan. Apakah dengan cara menengok berjamaah ke rumahnya atau ke rumah sakit, membantu biaya pengobatan, dan yang tidak kalah pentingnya adalah mendoakannya secara ikhlas agar ia cepat sembuh. Dalam konteks Islam musyawarah ini sangat dianjurkan, sebagaimana Firman Allah SWT. berbunyi: "Karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu."²¹

Kedua, ta'lim masjid harian maksudnya mengadakan ta'lim atau pengajian setiap hari di masjid tempat kita shalat berjamaah. Ta'lim harian ini sebagai upaya menjaga kesinambungan pesan dakwah dari hari ke hari. Sebab menjaga kesinambungan ini adalah penting, agar umat tidak lupa apa yang telah diterimanya sebelumnya. Begitupula setiap saat umat akan mendapat tambahan ilmu pengetahuan, terutama ilmu-ilmu ke-Islaman. Karena orang yang gemar menuntut ilmu akan dimulyakan oleh Allah SWT. dalam firman-Nya, "Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman diantara kamu, dan orang-orang yang berilmu pengetahuan dengan beberapa derajat"²² Dengan memiliki iman yang kuat dan ilmu yang hebat, maka umat Islam akan meraih kesuksesan dan kemenangan, baik di dunia maupun di kahirat kelak.

Ketiga, silaturrahmi harian yaitu silaturahmi yang biasa dilaksanakan oleh kelompok Jamaah Tabligh dilakukan melalui *door to door* dari rumah ke rumah. Silaturahmi ini memerlukan kesiapan mental yang kuat,

²⁰ Hasil wawancara dengan ustadz Mustofa, tanggal 27 Juli 2009.

²¹ QS. Ali Imran (3) :159.

²² QS. Al Mujadalah (58) : 11.

niat yang ikhlas dan akhlak yang mulia. Mengapa demikian? Karena silaturahmi harian akan menyita waktu yang realtif lama dan perjuangan yang tinggi, belum lagi resiko yang akan diterima bila dibenci orang. Tanpa memiliki ketiga persyaratan tersebut, tidak mungkin silaturahmi berjalan dengan lancar. Untuk itu kelompok Jamaah tabligh selalu memupuk jamaahnya dengan pembinaan yang intensif, mengenai rohaninya, mental dan pengetahuannya. Hal ini penting dilakukan agar jamaah memiliki keteguhan iman, kekuatan mental, kemulyaan akhlak dan keikhlasan beramal.

Keempat, silaturahmi mingguan dimaksudkan dalam rangka mempertajam silaturahmi harian. Kalau dalam silaturahmi harian isfatnya lebih indivisual, sedangkan silaturahmi mingguan bisa secara individual, dan bisa pula secara berkelompok. Secara individual dengan cara mendatangi rumah tetangga seorang-seorang secara bergiliran, sedangkan secara kelompok mendatangi rumah warga dengan ditemani beberapa orang atau dapat pula mengundang warga untuk datang ke suatu tempat, masjid atau salah satu rumah warga. Dalam siturahmi mingguan masalah yang disampaikan tidak hanya mengajak orang datang ke masjid, untuk shalat berjamaah, berdzikir dan beri'tikaf. Tetapi lebih dari itu, ingin mempererat persaudaraan sesama warga, membangun *ukhwah Islamiyah* sesama muslim dan melakukan masail (membahas) tentang tata cara ibadah.

Kelima. silaturrahi dengan masjid tetangga. Silaturahmi model ini dilakukan dengan cara saling mengunjungi. Misalnya, para jamaah yang berada dalam satu masjid tertentu, mengunjungi ke jamaah masjid yang lain, bisa dalam satu lingkungan Rt, Rw, bahkan ke tingkat desa, kecamatan dan seterusnya. Tujuan kunjungan itu dalam rangka mempererat ukhwah sesama jamaah masjid dan melakukan ta'lim bersama-sama. Dalam konteks yang lebih luas silaturahmi antar tetangga masjid, akan mampu mengaktualisasikan nilai-nilai Islam, etika bertetangga secara Islami dan menjaga ketertiban dan keamanan bersama. Nabi bersabda, "*Demi Allah, tidak beriman (sempurna). Demi Allah, tidak beriman, Demi Allah, tidak beriman.*" "*Siapa wahai*

*Rasulullah?" tanya salah seorang shahabat. Yaitu orang yang tidak membuat tetangganya aman dari malapetaka (yang diderita)nya, jawab Rasulullah."*²³

4.3 Model Komunikasi Dakwah Khusus

Komunikasi dakwah khusus sebagai bentuk dakwah yang dikhususkan kepada kelompok atau orang-orang tertentu seperti keluarga, saudara, teman dekat dan tokoh masyarakat. Model komunikasi dakwah ini dimulai dari lingkungan keluarga terdekat, anak, istri, pembantu rumah tangga, karib terdekat sampai kepada tokoh masyarakat. Dakwah kepada keluarga dilakukan dengan cara mengajak anggota keluarga untuk melaksanakan shalat, berpuasa, mengajari membaca al-Quran, mengikuti pengajian dan sebagainya. Sebab menurut pandangan kelompok Jamaah Tabligh pertama kali yang harus didakwahi adalah anggota keluarga terlebih dulu, setelah itu baru ke teman dekat, masyarakat umum dan seterusnya. Di dalam al-Quran Allah berfirman: "*Wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu dan keluargamu dari sengatan api neraka...*"²⁴

Selanjutnya, komunikasi dakwah khusus ini disampaikan kepada umara (pemimpin pemerintahan – mulai dari yang paling bawah ketua RT sampai kepala negara), ulama, ustadz, mualim, DKM (tokoh-tokoh agama), ju'amma (tokoh masyarakat), dan khudama (orang yang pernah khuruj) dan sebagainya. Dakwah model ini telah dicontohkan oleh Rasulullah, ketika beliau mendakwahi pembesar-pembesar negeri di dunia untuk menyeru masuk Islam, melalui pengiriman surat kepada raja-raja, seperti kepada Heraklius pembesar Rumawi, raja Kisra di penguasa Persia, dan kepada Muqauqis pembesar Kopti Mesir. Masalahnya, di mana perbedaan dakwah nabi dengan kelompok Jamaah Tbaligh? Bedanya, kalau dakwah Rasulullah saw. kepada orang-orang yang belum menganut Islam, sedangkan kelompok Jamaah Tabligh yang didakwahi itu orang-

²³ HR. Bukhari.

²⁴ QS At Thahrim (66) : 6.

orang yang telah beragama Islam. Jadi mengajak orang Islam untuk menjaga ke-Islamannya, meluruskan tauhidnya, menguatkan iman dan taqwa kepada Allah dengan amalan-amalan ibadah tertentu. Dan yang paling penting mengajak kepada para umaro, ulama, ju'ama dan khudama untuk meluangkan waktu barang beberapa hari melakukan perjalanan khuruj (keluar) *fisabilillah*.

4.4 Model Komunikasi Dakwah Umum

Komunikasi dakwah umum yaitu dakwah yang disampaikan kepada masyarakat umum yang memiliki latar belakang berbeda-beda, berbeda karena status sosial, profesi pendidikan, etnis, usia dan sebagainya. Model dakwah ini sesungguhnya lebih heterogen karena sasaran dakwahnya heterogen. Heterogenitas sasaran dakwah sangat alamiah, dan dakwah berlaku secara universal. Dalam kontes ini, Ismail Al-Faruqi dan Lamy Al-Faruqi (2001:221) mengungkapkan:

Semua manusia merupakan objek dakwah Islam. Eksistensi, transendensi, dan keesaan Allah, relevansi-Nya dengan dunia dan kehidupan ini, perintah-Nya, menjadi perhatian setiap orang. Tak ada orang yang dikecualikan dari debat mengenai masalah agama. Allah menyeru semua manusia kepada-Nya dan Dialah pencipta dan Tuhan mereka. Membatasi seruan-Nya berarti juga membatasi Diri-Nya dan kuasa-Nya, atau berarti kesewenangan yang bertentangan dengan keadilan-Nya.

Jadi, ungkapan Al-Faruqi dan Lamy tersebut, memperjelaskan seruan dakwah itu berlaku untuk semua manusia, baik yang sudah Islam maupun yang belum menyatakan diri masuk Islam. Namun masalahnya, apakah kelompok Jamaah Tabligh melakukan dakwah kepada orang-orang di luar Islam? Berdasarkan pengakuannya, mereka baru mengajak kepada kaum muslimin untuk meluruskan aqidah mereka, menjaga amalan-amalan lahir maupun bathin agar mereka selamat dunia dan akhirat. Jadi, secara

aqidah sasaran dakwah Jamaah Tabligh adalah sama yaitu kaum muslimin. Namun secara kultural, struktural dan sosial, mereka berbeda-beda. Dengan perbedaan latar belakang tersebut, maka strategi dakwah yang mereka lakukan adalah dengan cara menerapkan tahapan-tahapan dakwah, yakni: (1) tahap ta'aruf, (2) tahap ta'aluf, (3) tahap tarqib, dan (4) tahap tasykil.²⁵

Pertama, tahap ta'aruf adalah tahap perkenalan. Perkenalan dilakukan di saat jamaah *berjauhlah* mendatangi rumah-rumah kaum muslimin. Mereka bersilaturahmi dan memperkenalkan diri satu persatu, menjelaskan kedatangan mereka dan berdialog. Perkenalan ini dimasukkan agar warga setempat mengetahui kehadiran mereka di kampung halamannya. Bahwa kehadiran mereka bukan untuk apa-apa, tetapi hanya mengajak kaum muslimin untuk datang ke masjid memperbanyak ibadah. Setelah warga mengetahui maksud kedatangan mereka, warga tidak akan bertanya-tanya apalagi curiga. Kalau warga simpatik dengan ajakan jamaah dan mempunyai waktu luang, maka mereka akan mengikutinya. Walau kebanyakan warga setempat tidak mengikuti seruan jamaah, paling tidak mereka tidak menghalangi gerakan dakwah Jamaah Tabligh. Para Da'i leluasa untuk mengajak kaum muslimin beribadah di masjid dan mereka aman dalam berdakwah. Persoalan umat mau mengikuti atau tidak, itu persoalan lain dan resiko dari sebuah perjuangan.

Kedua, tahap ta'aluf yakni tahap sambung hati, sambung hati ini dapat dilakukan di rumah warga atau di masjid. Sambung hati menurut pemahaman jamaah adalah silah al-fikri dan silah al-qalbi. Silah al-fikri yaitu berdiskusi dengan seseorang tentang agama dengan cara yang baik, halus, santun dan lemah lembut (*almaidzhah hasanah*). Sedang silah al-qalbi maksudnya dari silah al-fikri tadi tidak hanya menyentuh pikiran tetapi harus menyentuh hati. Hati seseorang menjadi damai, tentram dan sejuk ketika didatangi oleh kelompok jamaah. Firman Allah SWT. "*Yaitu orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi*

²⁵ Hasil Wawancara dengan Ustad Mustopa, tanggal 27 Juli 2009.

tentram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi tentram."²⁶ Inilah tujuan ta'aluf kelompok jamaah agar orang-orang yang dikunjungi merasa tenang dan tentram, sehingga hatinya semakin terbuka dan sadar untuk meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah.

*Ketiga, tahap tarqib yaitu tahap menyampaikan janji Allah. Tahap ini disampaikan ketika ta'lim di masjid. Para jamaah masjid diingatkan bahwa Allah berjanji akan memberikan pahala, ampunan dan surga kepada kepada orang-orang yang beriman dan bertaqwa kepada Allah. Sebagaimana Firman-Nya, berbunyi: "Sesungguhnya orang-orang yang takut kepada Tuhannya yang tidak tampak oleh mereka, mereka akan memperoleh ampunan dan pahala yang besar."*²⁷ Lalu dalam ayat lain Allah berfirman,, "*Untuk orang-orang yang bertaqwa (kepada Allah), pada sisi Tuhan mereka ada surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya. Dan (mereka dikaruniawi) istri-istri yang disucikan serta keridhaan Allah; dan Allah Maha melihat akan hamba-hamba-Nya.*"²⁸ Masalahnya, apakah janji Allah itu benar atau tidak, akan terjadi atau tidak. Jawabannya adalah, "*Sesungguhnya apa yang dijanjikan kepadamu itu pasti terjadi.*"²⁹ Allah tidak akan mengingkari janjinya, karena Allah adalah Maha benar. "*Kebenaran itu itu datangnya dari Tuhanmu Allah, dan tidak ada yang meragukan kebenaran itu..*"³⁰ Karena Allah Benar, maka janji Allah pun pasti benar. Firman Allah, "*Hai manusia, sesungguhnya janji Allah adalah benar, maka sekali-kali janganlah kehidupan dunia memperdayakan kamu dan sekali-kali janganlah setan yang pandai menipu, memperdayakan kamu tentang Allah.*"

Kesimpulan

²⁶ QS. Ar-Rad (13) : 28.

²⁷ QS. Al-Mulk (67) : 12.

²⁸ QS. Ali Imran (3) : 15.

²⁹ QS. Al-Mursalat (77) : 7.

³⁰ QS. Al-Baqarah (2) : 147.

Berdasarkan uraian di atas, maka intisarinya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gerakan dakwah Jamaah Tabligh fluktuatif dari satu masa ke masa yang lain. Pada awal tahun 1980-an Gerakan Jamaah Tabligh mengalami masa-masa suram. Sedangkan pada tahun 1990 sampai sekarang sudah mulai memetik hasilnya, artinya gerakan dakwah Jamaah Tabligh sudah diterima oleh masyarakat luas. Bahkan di Bandung dan sekitarnya sampai tahun 2009, telah memiliki 76 halaqah, setiap halaqah terdiri atas 10 mahalah, dan setiap mahalah rata-rata memiliki 20 jamaah. Berarti 76 halaqah terdiri atas 760 mahalah, berjumlah 15.200 jamaah.

2. Simbol-simbol komunikasi nonverbal Jamaah Tabligh, meliputi: jenggot, peci lonjong, dan pakaian gamis/jubah sebagai simbol identitas muslim yang berfungsi sebagai kontrol diri agar tidak melakukan perbuatan maksiat. Kemudian makan dalam satu nampat sebagai simbol kesederhanaan, keakraban dan kebersamaan, sedangkan berjabat tangan erat-erat dengan mengumbar senyum sebagai simbol memulyakan sesama muslim, kecintaan dan mendoakan satu sama lain.

3. Pesan-pesan dakwah yang kerap disampaikan, meliputi tiga hal pokok, yakni: (a) wahdaniyat artinya mengajak umat untuk mempertebal aqidah, mengakui keesaan dan kebesaran serta kekuasaan Allah, (b) akhirat dan kematian yaitu mengingatkan tentang negeri akhirat dan kematian, agar menyiapkan diri untuk menghadapi kematian dan akhirat tersebut dengan cara meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah swt. melalui amalan-amalan shalat berjamaah, berdzikir, berdoa, tilawah al-Quran dan sebagainya, dan (c) risalah dakwah artinya mengajak semua kaum muslimin untuk mengambil bagian dalam kegiatan dakwah *khuruj* dan *berjaulah fisbilillah*.

4. Model komunikasi dakwah Jamaah Tabligh terdiri atas; (a) Komunikasi dakwah infirodi atau dakwah antarpribadi, (b) komunikasi dakwah ijtimai yaitu berdakwah kepada kaum muslimin yang berada di kampung sendiri, (c) komunikasi dakwah khusus yaitu

berdakwah kepada keluarga, saudara, sahabat terdekat dan kepada umara (pemerintah), juamma (tokoh masyarakat) dan khudama (orang yang pernah ikut khuruj), dan (c) komunikasi dakwah umum yaitu berdakwah kepada masyarakat umum yang memiliki latar belakang berbeda-beda.

Daftar Pustaka

- Abdullah Haidir, *Tauhid dan Makna Syahadataen*. Islamichouse -com., Indonesia, 1426H.
- Abdurrahman Lubis dan Hasanuddin Sutan Bagindo, *Globalisasi Dakwah Nubuwwah – Penting Iman dan Amal Shaleh*, Pusram, Bandung, 2007.
- Abdurrazaq bin Khalifah Asy-Syayaji, *Al-Jamaah Menurut Ulama Salaf dan Khalaf*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta Timur, 1995.
- Ahmad Subandi, *Ilmu Dakwah - Pengantar kearah Metodologi*, Syahida, Bandung, 1994.
- Al Munawwir, *Kamus Arab Indoenesia*, Pustaka Progresif, Yogyakarta, 1984.
- Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Deddy Mulyana dan Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007.
- Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi Antarbudaya*, Rosdakarya, Bandung, 1993.
- Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.
- Deddy Mulyana, *Nuansa-nuansa Komunikasi*, Rosdakarya, Bandung, 1999.
- Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi, menjadi Reporter Profesional*, Rosdakarya, Bandung, 2003.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1999.

- Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah – Pendekatan Filosofis dan Praktis*, Widya Padjadjaran, 2009.
- EM Griffin, *A First Look At Cmmunication Theoriy*. Mc Graw Hill, Nort America, 2006.
- Fathurrahman, *Al-Haditsun Nabawi*, Menara Kudus, Yogyakarta, tt.
- Fred E. Jandt, *Intercultural Communication An Introduction*, Sage Publication, California USA, 1998.
- George Ritzer, *Sociological Theory*, International Edition, 1992.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers, Jakarta, 2002.
- Imran Rosyidi, Tesis – *Komunkasi Nonverbal Kelompok Jamaah Tabligh*, Universitas Padjadjaran, Bandung, 2005.
- Ismail R Al-Faruqi dan Lois Lanya Al-Faruqi, *Atlas Budaya Islam – Menjelajah Khazanah Peradaban Gemilang*, Mizan, Bandung, 2001.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1997.
- Jalaluddin Aburrahman, *Al-Jamiul Shagir*, Thaba'a Bi-Muthbaah, Bandung- Indonesia, 911 H.
- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, Profesional Books, Jakarta- Indonesia, 1997.
- Jurnal Penelitian Agama – Media Komunikasi, Penelitian dan Pengembangan Ilmu-ilmu Agama No. 25, Th. IX Mei-Agustus, Pusat Penelitian IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2000.
- Kafrawi Ridwan, *Ensiklopedi Islam*, Jilid 1, Icchtiar Baru Van Hoeve, Jakarta, 1997.
- Mariasusai Dhavamony, *Fenomenologi Agama*, Kanisius, Yogyakarta, 1995.
- Maulana Sayyid Muhammad Syahid, *Menjawab Kritikan atas Kitab Fadhail Amal*, Pustaka Da'i, Bandung, tt.
- Muhammad Ahmad Ar-Rasyid, *Hambatan-hambatan Dakwah*, Robbani Press, Jakarta, 2002.
- Muhammad Husen Muhammad Haekal, *Sejarah Hidup Muhammad*, Litera AntarNusa, Jakarta, 1992.

- Nadhya Ana Abrar, *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat dan Praktek*, Gayamedia, Yogyakarta, 2008.
- Patricia Aburdene dan John Naisbitt, *Sepuluh Arah Baru Untuk Tahun 1990-an (Megatrends 2000)*, Bina Rupa Aksara, Jakarta, 1990.
- Quraisy Shihab, *Wawasan al-Quran*, Mizan, Bandung, 1996.
- Rosy Yusuf dan Sukmadjaya, *Indeks Al-Quran*, Pustaka, Bandung, 2006.
- Sayid Qutb, *Fiqh Dakwah*, Pustaka Amani, Jakarta, 1995.
- Sukmadjaya Asyarie dan Rosy Yusuf, *Indeks Al-Quran*. Pustaka Bandung, 2006.
- Syaikh Abdul Aziz bin Abdullah bin Baz, *Menyingkap Tabir Kesalah Fahaman Terhadap Jamaah Tabligh*, Hagatama Ihsani Press, Jakarta, 1416 H/1996 M.
- Syukriadi Sambas, *Risalah Pohon Ilmu Dakwah Islam – Reformulasi Disiplin dan Subdisiplin Bidang Ilmu Dakwah*, KP-Hadid dan MPN-APDI, Bandung, 2004.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indoensia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1994.
- Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi – Pendekatan Budaya dan Agama*. Sembiosa, Bandung, 2007.
- Yusuf Qaradhawi, *Merasakan Kehadiran Tuhan*, Mitra Pustaka, Yogyakarta, 2001.
- Yusuf Qaradhawi, *Retorika Islam*, Khalifa, Jakarta Timur, 2004.