

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Efektivitas

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai. Pengertian efektivitas ini lebih berorientasi kepada keluaran sedangkan masalah penggunaan masukan kurang menjadi perhatian utama. Apabila efisiensi dikaitkan dengan efektivitas maka walaupun terjadi peningkatan efektivitas belum tentu efisiensi meningkat.

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif, di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) efektif berarti “dapat membawa hasil atau berhasil guna”.¹ Dapat dikatakan bahwa secara bahasa efektivitas adalah ukuran hasil tugas atau pencapaian tujuan.

Aliran Neo Aristoteles, memandang dengan mengajukan sebuah pertanyaan “berhasilkah”, jika ia berhasil, maka ia efektif.² Hal senada juga dikemukakan oleh Bernard (1992, dalam Steers, 1997) bahwa efektivitas adalah tercapainya sasaran yang telah disepakati bersama.³ Artinya sebuah kegiatan akan dikatakan efektif apabila sudah memenuhi target yang ingin dicapai sebelumnya dan dipandang berhasil.

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), Cet. Ke 8, hlm. 250.

² Aubrey Fisher, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1986), hlm. 431.

³ Steers. M. Richard, *Efektivitas Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 1985), Hlm. 46.

Efektivitas dalam hal ini akan selalu berkaitan dengan efek/akibat yang ditimbulkan. Artinya hasil akhir itulah yang menentukan, apakah dikatakan berhasil atau tidak. Umumnya dalam suatu kegiatan ada hal-hal yang dijadikan target atau tujuan. Sebuah pil yang diberikan dokter kepada orang sakit, tentunya bertujuan untuk menyembuhkan. Jika tidak menyembuhkan, maka menjadi tidak efektif. Begitu juga dalam sebuah lingkup dakwah, tentunya secara umum bertujuan untuk mengubah dari keadaan yang buruk ataupun dari keadaan tidak tahu (tentang agama) kepada keadaan yang lebih baik atau mengetahui. Bila hal ini tercapai maka dakwah tersebut dapat disimpulkan efektif atau berhasil.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah ukuran mengenai keberhasilan suatu kegiatan, ukuran keberhasilan ini dapat diketahui dari sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Berkaitan dengan efektivitas dakwah, maka ada beberapa hal yang akan menentukan yakni apakah materi yang disampaikan para *da'i* dapat dirasakan dan dipahami oleh *mad'u*, dan kalau sudah dipahami apakah materi tersebut diterima (disetujui dan dijadikan dasar tindakan/perbuatan), sehingga menimbulkan perubahan pada diri *mad'u*.

Dari uraian ini akan diketahui bahwa kondisi atau faktor yang mempengaruhi sampai dan diterimanya pesan dakwah kepada *mad'u* akan menentukan sekali terhadap keberhasilan dakwah itu sendiri. Hal-hal yang menentukan sampai atau tidaknya materi atau pesan pada umumnya berkaitan dengan masalah strategi (model komunikasi, dialog apa, metode yang bagaimana, dan media apa yang digunakan). Disamping itu juga bisa diterima atau tidaknya pesan dakwah sangat berkaitan

dengan kepribadian *da'i*, pola penyampaian, isi materi tentunya yang harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi objek dakwah.

Masalah strategi (sampainya pesan) bisa juga ditentukan oleh kondisi *mad'u* dan keadaan lingkungan pada saat proses dakwah berlangsung. Sedangkan masalah isi atau substansi pesan (diterimanya pesan) ditentukan oleh seberapa jauh keterkaitan atau kesesuaian isi pesan dengan kebutuhan atau permasalahan *mad'u*. Dalam kaitannya dengan dakwah, maka perlu diketahui kebutuhan apa yang mereka rasakan, dan seberapa jauh pesan dakwah dapat menyentuh kebutuhan dan permasalahan tersebut.

B. Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi.⁴ Sebagai ilmu yang multidisiplin, definisi komunikasi telah banyak dibuat oleh beberapa pakar dari berbagai disiplin ilmu. Menurut catatan Dance dan Miller sampai tahun 1976 sudah ada 126 definisi komunikasi. Ada definisi yang dibuat menurut perspektif sosiologi, budaya, *engineering*, ekonomi, dan ada pula dari perspektif ilmu sosiologi. Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif yang berbeda satu sama lainnya menurut latar belakang disiplin ilmu yang membuat

⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 20.

definisi itu, namun pada dasarnya definisi-definisi tersebut tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri.⁵

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga. Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”. Berbeda dengan Lasswell, Steven jusru mengajukan sebuah difinisi yang lebih luas, bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli, apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya.⁶

Everett M. Rogers (1985) seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yakni: “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Laurence D. Kincaid (1987) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan: “komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau

⁵ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 13.

⁶ Hafied Cangara, *Op. Cit.*, hlm. 21.

melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”⁷

Dari uraian diatas dapat kita katakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih saling menyampaikan ide, gagasan, pikiran, untuk bertukar informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi dan mendapatkan pengertian yang mendalam.

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab “*da’wah*” (الدعوة). *Da’wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.⁸ Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dakwah diartikan sebagai “seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama”.⁹ Jadi secara bahasa dakwah adalah seruan atau ajakan kepada manusia untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.

Menurut kajian psikologi, dakwah berarti “suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebaainya yang dilakukan secara sadar dan

⁷ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 36.

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 6.

⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, KBBI, *Op. Cit.*, hlm. 205.

berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap (pesan) yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan”.¹⁰

Toha Yahya Umar mengatakan bahwa dakwah Islam adalah “mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat”. Hal senada juga di sampaikan Masdar Helmy bahwa dakwah adalah “mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam), termasuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat”. Sementara itu, ‘Abdul Karim Zaidan lebih sederhana lagi mengartikan dakwah, yaitu “mengajak kepada agama Allah, yaitu Islam”.¹¹

Yusuf al-Qardhawi mengemukakan bahwa, “Dakwah adalah ajakan kepada agama Allah, mengikuti petunjuk-Nya, mencari keputusan hukum (*tahkim*) kepada metode-Nya di bumi, mengesakan-Nya dalam beribadah, meminta pertolongan dan ketaatan, melepaskan diri dari semua *Thaghut* yang ditaati selain Allah, membenarkan apa yang dibenarkan Allah, memandang *bathil* apa yang dipandang *bathil* oleh Allah, *amar ma'tuf nahi munkar* dan jihad di jalan Allah. Secara ringkas, ia adalah ajakan murni paripurna kepada Islam, tidak tercemar dan tidak pula terbagi.”¹²

Dari beberapa pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan yang berupa ajakan atau seruan secara terencana kepada manusia yang bertujuan untuk menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam)

¹⁰ HM. Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), hlm. 6.

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Op. Cit.*, hlm. 13.

¹² Fathul Bary An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 20.

dengan melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* untuk memperoleh kebahagiaan dan ketenangan hidup di dunia dan akhirat.

2. Yang Dituju Dalam Dakwah

Pada dasarnya, setiap perbuatan pasti didasari dengan adanya sebuah motivasi ataupun tujuan tertentu. Tanpa adanya tujuan, maka suatu aktivitas yang dikerjakan akan menjadi hampa tidak bermakna. Mengetahui tujuan dakwah adalah penting dan mempunyai dampak positif, yaitu mendorong kepada para *da'i* untuk lebih berperan aktif dan semangat dalam memperkaya materi dakwah. Di samping itu, ia mempunyai pilihan alternatif cara atau strategi apa yang akan dipergunakan untuk menyampaikan strategi dakwahnya itu kepada masyarakat.

Adapun tujuan diadakannya dakwah tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh para juru dakwah. Juga untuk mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama, atau menyadarkan manusia tentang perlunya bertauhid dan mau mengamalkan ajaran Islam, serta berperilaku baik (memiliki *akhlaqul karimah*). Inilah kiranya yang hendak dicapai dalam dakwah islamiyah.¹³

Secara umum, dakwah bertujuan untuk memanggil manusia kembali pada syariat atau hukum-hukum agama, supaya dapat mengatur dirinya sesuai dengan ketentuan agama. Di sini, agama bukan sekadar satu sistem kepercayaan saja, tetapi di dalamnya terdapat multisistem untuk mengatur kehidupan manusia, baik dalam garis vertikal dengan Allah SWT, maupun yang berupa garis horizontal

¹³ *Ibid.*, hlm. 58.

dengan manusia dan lingkungannya. Terhadap tujuan ini, penyampaian dakwah lebih dititikberatkan pada upaya memberikan gambaran sejelas mungkin tentang bagaimana konsep Islam mengatur kehidupan manusia. Bahkan dari hal-hal kecil seperti buang hajat, keluar rumah bahkan bercermin sekali pun, diatur sedemikian rupa dengan rangkaian doa serta adab-adabnya. Sehingga hal-hal yang tampak sepele dalam pandangan manusia tersebut, justru akan bernilai ibadah disisi Allah SWT.

3. Ciri-ciri Dakwah yang Efektif

Sebagai suatu usaha, aktivitas dakwah harus bisa diukur keberhasilannya. Oleh karena itu, tujuan dari aktivitas dakwah harus dirumuskan secara definitif, terutama tujuan mikronya. Dari sudut psikologi dakwah, ada lima ciri dakwah yang efektif.¹⁴

- a. Jika dakwah dapat memberikan pengertian kepada masyarakat (*mad'u*) tentang apa yang didakwahkan.
- b. Jika masyarakat (*mad'u*) merasa terhibur oleh dakwah yang diterima.
- c. Jika dakwah berhasil meningkatkan hubungan baik antara *da'i* dan masyarakatnya.
- d. Jika dakwah dapat mengubah sikap masyarakat *mad'u*.
- e. Jika dakwah berhasil memancing respons masyarakat berupa tindakan.

¹⁴ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana: 2006), hlm. 15.

D. Teori Kemungkinan Elaborasi (*Elaboration Likelihood model*)

Teori ini sangat populer dalam menganalisis perubahan sikap pada proses komunikasi persuasif. Adapun dasar dari teori ini bahwa manusia akan memproses pesan-pesan persuasif dengan cara-cara tertentu (Keefe, 2002).¹⁵ Seringkali kita menanggapi pesan persuasif dengan cara yang sangat kritis, melihat keuntungan dan kerugian, dengan tidak tergesa-gesa menyetujui ajakan tersebut. Namun seringkali kita tidak berpikir panjang dalam menanggapi, sehingga keputusan langsung menjadi pilihan kita. Penggunaan argumentasi yang kritis atau tidak kritis dipengaruhi oleh banyak faktor.

Teori ini diungkapkan oleh Petty dan Cacioppo, yang menyebutkan bahwa ada dua rute perubahan sikap yaitu rute sentral dan rute eksternal. Rute sentral dipakai ketika si penerima aktif memproses informasi dan terbujuk oleh rasionalitas argumen. Rute eksternal dipakai ketika si penerima tidak mencurahkan energi kognitif untuk mengevaluasi argumen dan memproses informasi di dalam pesan tetapi lebih dibimbing oleh isyarat-isyarat eksternal seperti kredibilitas sumber, gaya, format pesan, suasana penerima, dan sebagainya.¹⁶

Ketika rute sentral menuju persuasif adalah aktif, maka penerima terlibat dalam elaborasi tinggi. Namun apabila yang aktif adalah rute eksternal, berarti penerima terlibat dalam elaborasi rendah. Elaborasi menuju pada peran aktif kognitif dalam proses persuasi. Elaborasi meliputi perhatian hati-hati terhadap paparan, usaha untuk

¹⁵ Suciati, *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*, (Yogyakarta: Buku Litera, 2017), hlm. 132.

¹⁶ *Ibid.*

mengakses informasi yang relevan, penguatan dan pengambilan keputusan tentang argumen, penarikan kesimpulan tentang argumen-argumen yang baik, dan pencapaian evaluasi yang menyeluruh terhadap posisi yang direkomendasikan.

Proses perubahan sikap akan terjadi secara berbeda-beda pada setiap tingkatan elaborasi. Ketika elaborasi terjadi pada rute sentral, biasanya disebabkan oleh argumen-argumen yang berkualitas tinggi yang dipresentasikan secara kuat. Dengan rute sentral, besar kemungkinan terjadi persuasi apabila penerima yang digiring memiliki pemikiran-pemikiran positif tentang posisi yang dianjurkan. Data untuk memperoleh ada tidaknya efektifitas dapat digali dengan pertanyaan : faktor-faktor apa yang menggiring penerima pesan untuk memiliki pemikiran-pemikiran positif atau negatif tentang posisi yang direkomendasikan. Ada dua faktor penting yang bisa diungkap, yaitu kesesuaian antara posisi awal penerima dengan posisi yang direkomendasikan dan kekuatan argumen.¹⁷

Di bawah rute eksternal, persuasi tidak tergantung pada pertimbangan hati-hati terhadap pesan tetapi pada aturan-aturan keputusan sederhana oleh penerima atau *heuristik*. Tiga *heuristik* utama adalah kredibilitas, kesukaan, dan konsensus. Kredibilitas merujuk pada sumber-sumber yang mereka percayai, kesukaan merujuk pada kesetujuan terhadap orang yang mereka sukai, sedangkan konsensus merujuk pada kesetujuan terhadap hal yang disetujui oleh banyak orang. Model kemungkinan elaborasi dan heuristik sederhana bisa dikatakan hampir sama hanya saja perbedaan

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 132.

utamanya pada pemakaian aturan yang ditempatkan dalam kategori dalam rute eksternal dalam kemungkinan elaborasi.

Kemungkinan elaborasi juga bergantung pada dua faktor umum, yaitu motivasi dan kemampuan. Sebagai contoh, ketika anda adalah seorang mahasiswa maka mana yang akan anda kritisi, apakah kenaikan SPP kuliah atau pemasangan atap pada *student center*? Tentu saja anda akan lebih termotivasi untuk mengkritisi yang pertama dibandingkan yang kedua.

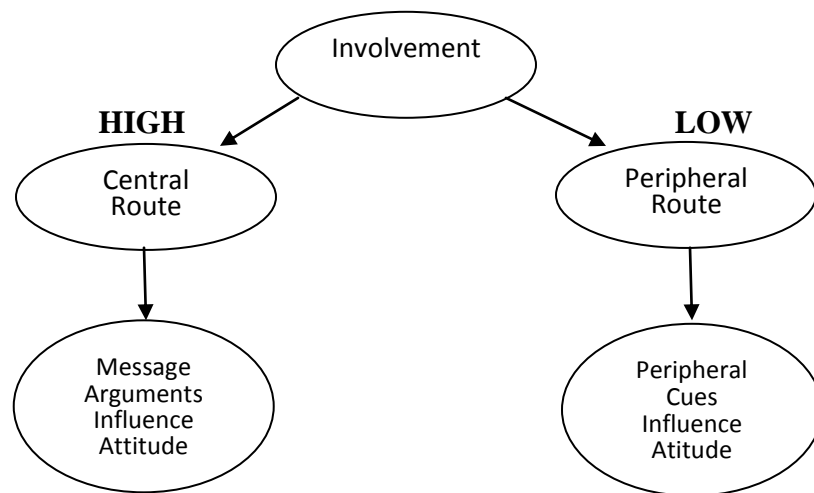
Bila anda memiliki motivasi yang tinggi, anda akan menggunakan pemrosesan yang sentral. Namun bila motivasi rendah, kemungkinan menggunakan pemrosesan periferal. Tinggi rendahnya sebuah motivasi akan ditentukan oleh tiga hal: *Pertama*, keterlibatan atau relevansi personal dari topik dengan orangnya. Semakin penting topik bagi dirinya, maka akan semakin dikritisi. *Kedua*, keragaman argumentasi, yaitu bahwa orang akan berpikir tentang banyak organisasi yang berasal dari banyak sumber. Berbagai pendapat yang beragam memberikan pilihan alternatif orang untuk melakukan pertimbangan dan tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan. *Ketiga*, kecenderungan pribadi seseorang untuk menikmati pemikiran kritis. Hal ini terjadi pada orang yang sangat menikmati keseriusan.

Berdasarkan tahapan pada proses elaborasi sampai pada perubahan sikap, maka dapat diurutkan sebagai berikut:¹⁸

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 133.

1. Munculnya komunikasi persuasif (komunikasi yang bersifat ajakan).
2. Adanya motivasi untuk memproses (relevansi personal, tanggung jawab pribadi, dan sebagainya).
3. Adanya kemampuan untuk memproses (ketertarikan, perulangan pengetahuan sebelumnya, pemahaman pesan, dan sebagainya).
4. Pemrosesan kognitif (sikap awal, kualitas argumen).
5. Perubahan struktur kognitif (respon baru disimpan, respon baru lebih menguntungkan, respon baru lebih menonjol, dan sebagainya).

Perubahan sikap (bisa setuju, bisa tidak setuju).



Gambar 1. Keterlibatan Diri dalam Teori Kemungkinan Elaborasi.

E. Pengaruh Sumber (*Source*) dalam Penerimaan Pesan

Beberapa keputusan kita yang paling menarik dan kompleks, muncul dengan melibatkan sumber-sumber interpersonal. Mengapa kita mendengarkan dan percaya beberapa orang lebih dari yang lain? Mengapa kita lebih banyak dipengaruhi

beberapa orang dari yang lain? Keputusan keputusan kita bergantung pada sejumlah faktor seperti jarak fisik, daya tarik fisik dan sosial serta kesamaan, kredibilitas dan kewibawaan, motivasi dan niat, pengiriman, status, kekuasaan dan kewenangan.¹⁹

1. Jarak Fisik

Jarak kita dari sumber dapat memiliki pengaruh yang besar terhadap kemungkinan kita memerhatikan pesan tertentu. Kita lebih cenderung memerhatikan sumber yang dekat daripada yang jauh. Semakin dekat kita, semakin sedikit waktu, tenaga dan uang yang harus dikeluarkan untuk terlibat dalam komunikasi.

2. Daya Tarik Fisik dan Sosial serta Kesamaan

Cara dimana kita terlibat dalam komunikasi interpersonal sering kali banyak terkait dengan bagaimana kita bisa memercayai sebuah sumber pesan khusus tertentu. Secara khusus, ketika kita berjumpa dengan seorang individu, reaksi kita yang pertama adalah terhadap penampilannya secara umum. Jika berdasarkan kesan pertama kita tertarik pada orang tersebut, ada kemungkinan bahwa kita akan meningkatkan perhatian, mengingat dan melampirkan arti penting khusus untuknya atau kata-katanya. Pada proses ini, daya tarik memainkan arti penting, walaupun sering secara tersamar berperan memengaruhi sifat komunikasi.

Meskipun kita cenderung berpikir tentang daya tarik terutama dalam hal fisik, kita sering menemukan orang-orang yang menarik karena alasan lain. Seseorang individu yang tampak ramah, hangat, empati dan peduli, dan yang menyatakan

¹⁹ Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 126.

minat atau menghormati kita, akan sangat menarik bagi kita sebagai pendamping sosial. Seperti juga daya tarik fisik, daya tarik sosial bisa berpengaruh penting dalam penerimaan informasi.

Pengaruh kesamaan pada penerimaan jelas digambarkan oleh bagaimana munculnya dampak besar kelompok sebaya. Preferensi untuk orang yang berlatar belakang yang sama budaya, agama, ras, pekerjaan, politik, dan pendidikan terus mempengaruhi komunikasi diseluruh kehidupan kita.

3. Kredibilitas dan Kewibawaan

Kita cenderung untuk memerhatikan dan menyimpan informasi dari sumber-sumber yang kita yakini sebagai berpengalaman dan/atau berengetahuan. Beberapa orang atau kelompok dapat dilihat sebagai kredibel dan berwibawa, terlepas dari topik informasi yang disampaikannya. Dokter, pendeta, atau dosen, misalnya, dapat dianggap sebagai lebih penting bahkan hingga ke luar area profesionalitasnya, jika dibandingkan pesan dari orang dengan predikat lainnya. Meskipun dalam beberapa kasus, perhatian dan kredibilitas diberikan kepada orang tertentu tergantung pada topik yang dibahasnya. Misalnya kita lebih cenderung untuk memerhatikan dan menyimpan informasi tentang hubungan internasional yang disajikan oleh seorang komentator berita daripada yang dibahas oleh tetangga sebelah. Ketika topiknya tentang asuransi, bagaimanapun, kita akan meletakkan bobot lebih kepada pandangan tetangga yang memiliki pengalaman 25 tahun bekerja di bidang itu daripada laporan televisi.

4. Motivasi dan niat

Cara dimana kita merespons terhadap suatu sumber pesan interpersonal juga tergantung pada cara kita menjelaskan tindakannya untuk diri kita sendiri. Tergantung pada motif apa yang kita tetapkan kepada seseorang, respons kita bisa menjadi berbeda-beda secara substansial. Jika kita menganggap seseorang bermaksud untuk memberi informasi atau membantu, kita akan cenderung merespons secara berbeda dibandingkan jika kita percaya bahwa maksud orang tersebut adalah membujuk atau menipu kita.

5. Pengiriman

Cara sumber mengirimkan pesan bisa menjadi pengaruh penting penerimaan informasi. Di antara faktor-faktor yang ikut bermain dalam pengiriman pesan lisan adalah volume, kecepatan berbicara, tinggi nada, pengucapan, dan penggunaan jeda. Faktor visual lain seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata juga mungkin untuk signifikan.

6. Status, Kekuasaan, dan Kewenangan

Pemilikan status –posisi atau tingkatan- juga bisa menjadi penting dalam menentukan seberapa besar kemungkinan bahwa sumber informasi atau pesan yang akan diseleksi dan ditindaklanjuti. Kekuasaan atau kewenangan dari sumber –setingkat dengan kemampuan sumber untuk memberikan sanksi penghargaan maupun hukuman, sehingga memaksa orang untuk memilihnya, mengingatnya, dan menafsirkan dalam cara khusus tertentu- adalah juga menentukan terhadap komunikasi.

Secara umum, orang tua, guru, pekerja, supervisor, atau mereka yang memiliki status kekuasaan, atau kewenangan relatif terhadap kita, memiliki kesempatan rata-rata lebih tinggi untuk meraih perhatian kita terhadap pesan-pesan mereka. Arti penting yang kita pautkan kepada pesan mereka, mengarahkan perhatian kita kepada kata-kata dan tindakan mereka sebagai upaya untuk peduli kepada opini mereka atau untuk mencari kesukaan mereka.

F. Bahasa Dakwah

Banyak sekali cara dan metode untuk menyampaikan dakwah, diantaranya melalui hikmah, lisan, tulisan ataupun perbuatan. Salah satu cara yang paling banyak di pakai adalah dakwah dengan lisan. Berdakwah dengan lisan, bukan hanya menyampaikan dakwah dengan berceramah dan pidato, tetapi juga memerlukan strategi dalam menyampaikan dakwah dengan lisan tersebut. Dalam berbahasa dan berbicara, seorang *da'i* harus memperhatikan:²⁰

1. Adab Berbicara

Dakwah ditujukan kepada seluruh manusia dalam keadaan umurnya yang berbeda-beda, serta tingkat kedudukannya di masyarakat, di samping kecerdasan dan alam lingkungannya, kemauan serta jalan pikirannya, kesemuanya berlainan. Hal ini menyebabkan para *da'i* harus menjadi orang yang bijaksana, mahir dalam menyampaikan ceramah, pendapat dan pengertian kepada *mad'unya*. *Da'i* harus mengerti dari pintu mana ia harus masuk ke tiap-tiap rumah dan bagaimana cara memasuki rumah itu.

²⁰ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2003), hlm. 114.

Da'i yang sukses ialah mereka yang sanggup memberikan untuk tiap-tiap individu apa yang dibutuhkannya, baik berupa buah pikiran ataupun pengarahan. *Da'i* berusaha meyakinkan orang tentang kebenaran apa yang disuguhkannya, kemudia berusaha menarik orang supaya bergerak mengamalkan apa yang diajarkannya. *Da'i* juga harus mampu berbicara dengan gaya bahasa yang menimbulkan kesan dalam hati *mad'unya* (obyeknya). Agar tidak tergelincir dalam berbicara, *da'i* memerlukan empat syarat berikut:²¹

a. Memilih kata-kata yang baik saja

Ucapan-ucapan yang baik dapat menyuburkan kasih sayang sesama manusia, mengeratkan persahabatan dan mencegah tipu daya syaitan yang berusaha merapuhkan tali perhubungan dan menimbulkan persengketaan. Oleh karena itu, dalam pergaulan sehari-hari hendaknya kita membiasakan ucapan-ucapan yang baik, terlebih bagi seorang *da'i*, karena ucapan yang baik akan menghasilkan kebajikan. Firman Allah SWT:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Artinya: “Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku: "Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia.” (Q.S Al-Isro’: 53)

b. Meletakkan pembicaraan tepat pada tempatnya dan sengaja mencari kesempatan yang benar

²¹ *Ibid.*, hlm. 114.

Pembicaraan yang tidak mengandung manfaat adalah pembicaraan yang terbengkalai dan tertinggal (tak digubris). Jika pembicaraan yang seharusnya diakhirkan, lalu didahulukan, adalah tergesa-gesa dan rusak. Jika yang semestinya didahulukan, lalu diakhirkan, adalah suatu kelambatan dan kelemahan. Sebab tiap tempat ada pembicaraannya masing-masing dan tiap zaman juga mempunyai amalnya masing-masing.

c. Berbicara dengan pembicaraan sekedar keperluan

Diriwayatkan, ada seorang Arab Badwi berbicara di hadapan Rasulullah SAW dengan panjang lebar, maka beliau bersabda:

“berapakah dinding di bawah lisanmu?” Dia menjawab: *“dua bibirku dan gigi-gigiku.”* Lalu beliau bersabda *”sesungguhnya Allah Azza wa Jalla membenci berlebihan dalam pembicaraan. Semoga Allah SWT menerangi wajah seseorang yang mempersingkat pembicaraan sehingga dia meringkas kadar keperluan.”*

Pembicaraan yang tidak memenuhi keperluan itu ada dua, yaitu: pendek yang merusak makna, sehingga banyak yang tidak terfokus, dan menyampaikan sesuatu dengan bahasa yang tidak jelas, sehingga tidak dipahami.²²

d. Memilih kata-kata yang akan digunakan

Lisan seseorang yang pembicaraannya kaku, kurang gairah, dan tidak terarah, menunjukkan bahwa hatinya pun seperti itu. Lisan dapat

²² *Ibid.*, hlm. 115

menunjukkan suasana hati, sebaliknya lisan yang fasih, tegar dan penuh percaya diri merupakan gambaran kondisi hati seseorang yang tenang dan bersemangat.

Karena sangat strategisnya peran lisan terhadap anggota tubuh lainnya, Rasulullah menganjurkan agar setiap mukmin untuk menjaga lisannya. Menurut beliau, amal tersebut merupakan amal yang paling dicintai Allah, sebagaimana disampaikan dalam sebuah percakapan dengan para sahabat.

Rasulullah bertanya kepada para sahabat ”*Amal apakah yang paling dicintai Allah?*” para sahabat terdiam, tidak menjawab. Kemudian Rasulullah bersabda “*Amal tersebut adalah menjaga lisan.*” (HR. Imam Baihaqi dari Abu Juhfah)

Selanjutnya untuk menghasilkan ucapan yang berkualitas baik, hendaklah kita memperhatikan enam hal berikut:²³

- a. Pikirkan terlebih dahulu materi yang akan dibicarakan.
- b. Perhatikan kepada siapa materi pembicaraan itu disampaikan.
- c. Cari waktu yang tepat bagi kita ataupun bagi lawan bicara kita.
- d. Usahakan agar tempat yang digunakan sesuai dengan materi pembicaraan dan orang yang diajak bicara.
- e. Tentukan alasan yang dirasakan lebih tepat berkenaan dengan materi, orang, tempat dan waktu bicara, agar kita dapat menentukan sikap selanjutnya.

²³ *Ibid.*, hlm.117.

- f. Gunakan sistem, pola, etika dan strategi yang lebih baik agar dapat menghasilkan pembicaraan yang baik.

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa untuk mendapatkan komunikasi yang baik dalam berdakwah, adab dalam berbicara memegang peranan paling utama. *Mad'u* akan lebih simpatik kepada *da'i* yang memiliki kebijaksanaan dalam berbicara. Bukan karena banyaknya materi yang disampaikan tetapi ketepatan penyampaian materi yang sesuai dengan kondisi dan keadaan *mad'u*.

2. Perkataan yang Mengandung Kebenaran (*Qoulan Sadida*)

Term *Qaulan Sadida* disebutkan sebanyak 2 kali yaitu pada ayat 9 surah an-Nisa' di mana *stressing* pembicaraan mengenai hukum waris, dan pada surah al-Ahzab ayat 70-71.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ٧١

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar” (QS. Al-Ahzab:70-71)

Al-Qosyafani menafsirkan *Qaulan Sadida* dengan: kata yang lurus (*Qowiman*); kata yang benar (*Haqqan*): kata yang betul, *correct*, tepat (*shawaban*). Al-Qosyafani berkata bahwa *sadad* dalam pembicaraan berarti berkata dengan kejujuran dan dengan kebenaran, dari situlah terletak unsur segala kebahagiaan, dan pangkal dari segala kesempurnaan; karena yang demikian itu berasal dari

kemurnian hati. Dalam lisanul A'rab Ibnu Manzur berkata bahwa kata *Sadid* yang dihubungkan dengan *qaul* (perkataan) mengandung arti mengenai sasaran.²⁴ Dari pengertian di atas, dapatlah dikatakan bahwa yang dihubungkan dengan kegiatan penyampaian pesan dakwah adalah model dari pendekatan bahasa dakwah yang bernuansa persuasif.

Da'i sebagai komunikator sudah barang tentu usahanya tidak hanya terbatas pada usaha menyampaikan pesan semata-mata, tetapi ia juga harus memperhatikan terhadap kelanjutan efek komunikasinya terhadap komunikan, apakah pesan-pesan dakwah tersebut sudah cukup membangkitkan rangsangan atau dorongan bagi komunikan tertentu sesuai dengan harapan, atau komunikan malah tetap pasif, artinya hanya mendengarkan tetapi tidak mau melaksanakan yang di dakwahkan *da'i*, atau mungkin malah menolak serta antipati terhadap pesan dakwah tersebut.

Di dalam al-Qur'an surah al-Ahzab ayat 70 terdapat sebuah isyarat bahwa pesona *da'i* saja tidak cukup untuk menghantarkan pada peluang keberhasilan dakwah tanpa dibarengi dengan keahlian dalam mengemas pesan dakwah menjadi menarik dan dapat dipahami oleh *mad'u*.²⁵ Lebih tepatnya *da'i* selaku komunikator harus mampu melogikakan pesan dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga mempunyai daya panggil yang sangat berwibawa terhadap seseorang.

²⁴ *Ibid.*, hlm.157.

²⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1998), hlm. 4.

Kekuatan kata-kata (atau tulisan) dalam kaitannya dengan bahasa dakwah yang persuasif, yakni kata-kata yang dapat menjadi stimulir yang merangsang respon psikologis *mad'u*, terletak pada jenis-jenis kekuatan, yaitu:²⁶

- a. Karena keindahan bahasa seperti bait-bait syair atau puisi.
- b. Karena jelasnya informasi.
- c. Karena intonasi suara yang berwibawa.
- d. Karena logikanya yang sangat kuat.
- e. Karena memberikan harapan/optimisme (*Basyiran*)
- f. Karena memberikan peringatan yang mencekam (*Nadziran*)
- g. Karena ungkapan yang penuh dengan ibarat.

Term Qoulan Sadida merupakan salah satu persyaratan umum suatu pesan dakwah agar dakwah persuasif menjadi efektif. Banyak istilah lain tata cara memilih kata yang tepat untuk berdakwah, misalnya kepada orang munafik dan kafir yang jelas-jelas menolak seruan Islam, al-Qur'an mengajarkan agar berdakwah kepada mereka dengan kalimat yang keras dan membekas di dalam jiwa (*Qoulan Baligha*, QS. 4: 63, QS. 9: 73).

Sedangkan kepada masyarakat awam yang hidupnya masih disibukkan dengan kebutuhan sehari-hari, al-Qur'an menganjurkan agar berdakwah dengan perkataan yang ringan (*Qoulan Maisuro*, QS. 17: 28). Adapun kepada penguasa tiran seperti Fir'aun, al-Qur'an mengajarkan agar dalam berdakwah kepada mereka hendaknya menggunakan perkataan yang lemah lembut (*Qoulan Layyina*,

²⁶ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2001), hlm. 183.

QS. 20: 43-44). Dan kepada kalangan orang tua atau yang dituakan, al-Qur'an mengajarkan agar dakwah kepada mereka dengan menggunakan perkataan yang mulia (*Qoulan Karima*, QS. 17: 23).

3. Menggunakan bahasa yang tepat

Bahasa merupakan sarana komunikasi yang sangat penting keberadaannya bagi masyarakat. Bahasa digunakan masyarakat untuk mengungkapkan ide, pikiran dan perasaan kepada orang lain sehingga akan terjalin interaksi antarmasyarakat, tanpa bahasa komunikasi tidak akan terjalin dengan baik.²⁷

Secara psikologis, bahasa mempunyai peran yang sangat besar dalam mengendalikan ataupun merubah tingkah laku manusia. Bahasa ibarat *remote control* yang dapat mengendalikan manusia menjadi tertawa, sedih, marah, lunglai, semangat, dan sebagainya. Bahasa juga dapat digunakan untuk memasukkan gagasan baru ke dalam pikiran manusia.²⁸

Menurut Dr. Yusuf Al-Qaradhawi dalam *Khitabuna Al-Islami fi Ashr Al-Aulamah*, termasuk hikmah adalah berbicara dan berdialog dengan orang lain dengan menggunakan bahasanya, sehingga mudah memahami isi pembicaraan dan berkomunikasi timbal-balik dengan lancar. Allah berfirman,

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ

“Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka.” (QS. Ibrahim: 4)

²⁷ Zuhdiyah, *Terjemah al-Qur'an Dalam Bahasa Melayu*, (Yogyakarta: Idea Press, 2015), hlm. 1.

²⁸ M. Munir, *Op. Cit.*, hlm. 161.

Pengertian ayat ini bukan sekadar orang-orang Cina hendaknya diajak bicara dengan bahasa Cina dan Rusia dengan bahasa Rusia saja, tetapi maksud yang lebih dalam dari pengertiannya itu, ialah bahwasanya orang-orang khusus (berilmu) diajak bicara dengan bahasa mereka, dan orang-orang awam diajak bicara dengan bahasa mereka. Demikian juga orang-orang Timur dengan bahasa orang-orang Timur, dan orang-orang Barat dengan bahasa orang-orang barat, serta orang-orang yang hidup di abad ke-21 dengan bahasa mereka bukan bahasa pada abad-abad silam.²⁹

Artinya *da'i* harus mampu menyampaikan materi dengan bahasa yang biasa digunakan oleh *mad'u* (Bahasa ibu/bahasa sehari-hari). *Da'i* juga diharapkan bisa menyesuaikan kepada siapa ia menyampaikan materi, jika menyampaikan kepada kaum intelektual, maka bisa menggunakan bahasa-bahasa ilmiah, tapi jika ia menyampaikan materi kepada kaum awam, maka ia menggunakan bahasa yang ringan dan biasa digunakan sehari-hari.

G. Pengertian dan Sejarah Majelis Ta'lim

Secara *etimologi* kata majelis ta'lim berasal dari bahasa Arab, yaitu *majlis* dan *ta'lim*. Kata *majlis* berasal dari kata *jalasa-yajlisu-juluusan*, yang artinya duduk atau rapat. Adapun arti lainnya jika dikaitkan dengan kata yang berbeda seperti *majlis wal*

²⁹ Yusuf Qaradhawi, *Retorika Islam*, (Jakarta: Khalifa, 2004), Terj: *Khitabuna Al-Islami fi Ashr AlAulamah*, hlm. 20.

majlimah berarti tempat duduk, tempat sidang, dewan atau majlis asykar (mahkamah militer).³⁰

Selanjutnya kata ta'lim sendiri berasal dari kata '*alima-ya'lamu-ilman* yang artinya mengetahui sesuatu, ilmu, ilmu pengetahuan. Arti ta'lim adalah mengajar, melatih, yang berasal dari kata '*alama, allaman* yang artinya memberi tanda, dan *ta'lama* yang berarti terdidik, belajar. Dengan demikian, arti mejelis ta'lim adalah tempat mengajar, tempat mendidik, tempat melatih atau tempat belajar, tempat berlatih dan tempat menuntut ilmu.³¹

Pengertian serupa dapat dijumpai dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, kata majelis diartikan “dewan pertemuan, kumpulan, tempat bersidang dan sebagainya”. Sedangkan kata ta'lim dalam bahasa Indonesia dipergunakan kata ta'lim artinya pengajaran agaman Islam atau pengajian.³²

Menurut Efendi Zarkasyi menyatakan “majelis ta'lim adalah bagian dari model dakwah dewasa ini dan sebagai forum belajar untuk mencapai suatu tingkat pengetahuan agama” sedangkan menurut Syamsuddin Abbas mengemukakan bahwa majelis ta'lim adalah lembaga pendidikan non formal Islam yang memiliki kurikulum sendiri, diselenggarakan secara berkala dan teratur, dan diikuti oleh jamaah yang relatif banyak”.³³

³⁰ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: Hidakarya Agung, 1990), hlm. 90.

³¹ *Ibid.*, hlm, 277.

³² Hoetemo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), hlm. 328.

³³ Muhsin MK, *Manajemen Majelis Ta'lim*, (Jakarta: Pustaka Intermasa, 2009), hlm. 1.

Menurut Yacub bahwa majelis ta'lim adalah “sebagai salah satu bentuk lembaga pendidikan Islam, seperti lembaga pesantren atau lainnya”. Artinya majelis ta'lim merupakan salah satu wadah pembinaan umat yang hidup dan terus berkembang di negeri ini hingga pada waktu sekarang.³⁴ Pengertian serupa dapat dijumpai dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, kata majelis diartikan sebagai dewan pertemuan, kumpulan, dan tempat bersidang.³⁵

Majelis ta'lim adalah salah satu lembaga pendidikan non formal yang bertujuan meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dan akhlak mulia bagi jamaahnya serta mewujudkan rahmat bagi alam semesta. Dalam prakteknya, majelis ta'lim merupakan tempat pengajaran atau pendidikan agama Islam yang paling fleksibel dan tidak terikat oleh waktu. Majelis ta'lim bersifat terbuka terhadap semua usia, lapisan atau strata sosial dan jenis kelamin. Waktu penyelenggaraan dapat dilakukan di rumah, masjid, musholla, gedung dan lain sebagainya. Jadi pada intinya majelis ta'lim ialah sebagai tempat atau lembaga pendidikan, pelatihan, dan kegiatan belajar mengajar khusus bagi kaum muslim dan muslimah untuk mempelajari, mendalami, dan memahami ilmu pengetahuan tentang agama Islam dan sebagai tempat dalam melaksanakan berbagai kegiatan yang memberikan kemaslahatan kepada jamaah dan masyarakat.

Majelis ta'lim merupakan lembaga pendidikan yang tertua dalam sejarah Islam. Ia tidak dapat dilepaskan dari perjalanan dakwah Islamiyah sejak awal yang dimulai

³⁴ Kustini, *Peningkatan Peran Serta Masyarakat Dalam Pendalaman Ajaran Agama Melalui Majelis Ta'lim*, (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Departemen Agama RI, 2007), hlm. 17.

³⁵ Hoetomo, *Op. Cit.*, hlm. 501.

saat Rasulullah SAW mengadakan kegiatan kajian dan pengajaran dari rumah Arqam bin Abil Arqam (*Baitul Arqam*) yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Pada saat itu Rasulullah berhasil mengislamkan beberapa orang yang dikenal sebagai *Assabiqunal Awwalun*.

Untuk diketahui bahwa, setelah Rasulullah hijrah dan menetap di Madinah, maka kegiatan pengajian dan pembinaan agama diadakan di Masjid Nabawi. Sejak saat itulah proses kegiatan pengajian atau majelis ta'lim dilaksanakan di masjid-masjid hingga sekarang. Di Makkah, setelah umat islam berhasil menguasai kota Makkah, juga kemudian menjadi pusat pengajian atau majelis ta'lim yang diasuh oleh para ulama sejak dahulu hingga sekarang. Terbukti setiap kali datang musim haji maupun saat umroh, dapat dijumpai adanya kegiatan pengajian atau ta'lim yang diasuh oleh ulama-ulama besar Arab Saudi, terutama bertempat di lantai dua Masjidil Haram.³⁶

Di Indonesia kegiatan pengajian sudah ada sejak pertama Islam datang. Ketika itupun dilaksanakan dari rumah ke rumah, surau ke surau, dan masjid ke masjid. Para wali dan penyiar Islam ketika itu telah menjadikan pengajian untuk menyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat. Kegiatan semacam inilah yang pada gilirannya pula telah menjadi cikal bakal berdirinya Muhammadiyah di Yogyakarta (1912), Persatuan Islam (Persis) di Bandung (1924), dan berbagai organisasi kemasyarakatan Islam lainnya.³⁷

³⁶ Muhsin, *Op. Cit.*, hlm. 3.

³⁷ Djamalul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) hlm.

Adapun berdirinya pengajian secara formal menggunakan nama majelis ta'lim dimulai dari masyarakat di Jakarta dan sekitarnya. Ia populer setelah terbentuknya organisasi Badan Kontak Majelis Ta'lim (BKMT) di Jakarta pada 1 Januari 1981. Organisasi yang pembentukannya dimotori oleh Tutty Alawiya AS tersebut tercatat memiliki anggota sebanyak 3000 majelis ta'lim.³⁸

Sedangkan perbedaan jika pada zaman Rasulullah SAW jamaah majelis ta'lim terdiri atas laki-laki dan perempuan, kini sebagian besar jamaah majelis ta'lim adalah kaum muslimah, khususnya kaum ibu-ibu. Bila jamaahnya bersifat campuran laki-laki dan perempuan maka kegiatan iitu lebih dikenal sebagai pengajian umum.

H. Tugas Pokok, Fungsi, dan Tujuan Majelis Ta'lim.

Adapun tugas pokok dari majelis ta'lim adalah sebagai berikut:³⁹

1. Pendekatan psikologis yang menuntut kepada pemahaman terhadap kecenderungan dan tingkat kemampuan pemahaman peserta didik untuk menyerap materi.
2. Pendekatan sosio-kultural menghendaki agar kita dapat membawa suasana kejiwaan peserta didik atau pengajian ke arah sikap komunikatif dan interaktif dengan lingkungan sosio-kultural yang positif di sekitarnya, sehingga tidak menimbulkan ketegangan atau benturan realitas lingkungannya.

³⁸ Muhsin, *Op. Cit.*, hlm. 4.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 5.

3. Pendekatan religius menuntut kepada kita untuk mampu menguak dan menginterpretasikan ajaran agama yang menimbulkan suasana keagamaan dalam pengajian.
4. Pendekatan yang menuntut kita untuk mampu menganalisa dan mentafsirkan ayat-ayat al-Qur'an ataupun hadits yang relevan dengan tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan.
5. Pendekatan pembangunan menuntut kita menggali sumber motivasi dari dalam ajaran agama yang dapat memberikan semangat membangun.
6. Pendekatan *security* dan *property* mengharuskan kita untuk memahami ajaran agama dari sudut pemanfaatan untuk hidup rukun, bersatu pada bangsa, satu tanah air yang berketahanan mental dan nasional.

Pada dasarnya tujuan majelis ta'lim dan dakwah adalah sama, yaitu untuk mengubah orang atau situasi (*changing situation*) ke arah yang lebih baik dengan cara menanamkan ajaran Islam untuk dijadikan pedoman hidup, baik individu maupun masyarakat, serta untuk menciptakan kehidupan yang islami baik dalam bidang ekonomi, sosial, politik, maupun budaya. Dalam kitab suci al-Qur'an tergambar bahwa terciptanya masyarakat *khairu ummah* yaitu masyarakat yang senantiasa menyeru kepada kebajikan dan mencegah adanya kemungkaran. Sebagaimana yang di firmankan Allah SWT dalam surah Ali Imran ayat 110 sebagai berikut:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ
 أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ۝ ۱۱۰

“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”.

Masyarakat *khaira ummah* yang digambarkan dalam al-Qur’an menurut Imam Ibnu Katsir adalah “sebaik-baik umat yaitu manusia yang memberikan kontribusi terbaik kepada manusia lainnya (*anfa’uhum lin-naas*) karena mereka menegakkan nilai-nilai kebenaran, dengan menyeru kepada kebaikan (*amr ma’ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahi munkar*) dan beriman kepada Allah. Kemudian umat yang paling baik di dunia adalah umat yang mempunyai dua sifat, yaitu mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran, dan senantiasa beriman kepada Allah.⁴⁰

Apabila dilihat dari makna dan sejarah berdirinya majelis ta’lim dalam masyarakat, bisa diketahui lembaga dakwah ini berfungsi dan bertujuan sebagai berikut:⁴¹

1. Tempat Belajar-Mengajar

Majelis ta’lim dapat berfungsi sebagai tempat kegiatan belajar-mengajar umat Islam, khususnya bagi kaum perempuan dalam rangka meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan pengamalan ajaran Islam.

2. Lembaga Pendidikan dan Keterampilan

Majelis ta’lim juga berfungsi sebagai lembaga pendidikan dan keterampilan bagi kaum perempuan dalam masyarakat yang berhubungan,

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 20.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 7.

antara lain dengan masalah pengembangan kepribadian serta pembinaan keluarga dan rumah tangga.

3. Wadah Berkegiatan dan Berkreativitas

Majelis ta'lim juga berfungsi sebagai wadah berkegiatan dan berkreativitas bagi kaum perempuan, antara lain dalam berorganisasi, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Pasalnya menurut Muhammad Ali Hasyimi, wanita muslimah juga mempunyai tugas seperti laki-laki sebagai pengemban risalah dalam kehidupan ini. Alhasil mereka pun harus bersifat sosial dan aktif dalam masyarakat serta dapat memberi warna kehidupan mereka sendiri.

4. Pusat Pembinaan dan Pengembangan

Majelis ta'lim juga berfungsi sebagai pusat pembinaan dan pengembangan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia kaum perempuan dalam berbagai bidang seperti dakwah, pendidikan, sosial, dan politik yang sesuai dengan kodratnya.

5. Jaringan Komunikasi, Ukhuwah dan Silaturahmi

Majelis ta'lim juga diharapkan menjadi jaringan komunikasi, ukhuwah dan silaturahmi antar sesama, antara lain dalam membangun masyarakat dan tatanan kehidupan yang islami.