

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Efektivitas

Kata dasar dari kata efektivitas adalah ‘efektif’, yang mempunyai beberapa arti, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan tiga arti efektif, arti *pertama* adalah adanya suatu efek, akibat, pengaruh, dan kesan. Arti yang *kedua* manjur atau mujarab, arti yang *ketiga* dapat membawa hasil atau hasil guna, dan arti yang *keempat* mulai berlaku. Kata efektif sendiri diambil dari kata ‘efek’ yang artinya akibat atau pengaruh dari suatu unsur.¹ Jadi efektivitas ialah adanya pengaruh atau keberhasilan setelah melakukan sesuatu.

Adapun menurut Agung Kurniawan, efektivitas adalah kemampuan menyelesaikan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan di antara pelaksanaannya.²

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan pokok utama yang menyatakan berhasil tidaknya suatu organisasi dalam melaksanakan suatu program atau kegiatan untuk mencapai tujuan dan mencapai target-targetnya yang telah ditentukan sebelumnya.

¹ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *KKBI Daring*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/efektif>, diakses pada 28 Februari 2019.

² Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pembaruan, 2005), hlm.109.

B. Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin ‘*communication*’, dan perkataan ini bersumber pada kata ‘*communis*’ yang artinya sama. Sama di sini maksudnya ialah sama makna. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

Sedangkan secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia atau sering disebut “*human communication*”.

Lebih lanjut lagi, secara paradigmatis, komunikasi bersifat intensional, dimana komunikasi itu mengandung tujuan tertentu sehingga harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar perencanaan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang dijadikan sasaran.³

Carl I. Hovland mengatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) untuk dapat menyampaikan rangsangan, dengan tujuan untuk dapat mengubah perilaku orang lain (komunikan). Sebanding dengan pendapat itu, komunikasi

³ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.3-5.

sebagaimana menurut Everett M. Rogers bahwa merupakan proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.⁴ Serta Harold D. Lasswell mengungkapkan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*” Definisi Lasswell ini menjelaskan bahwa komunikasi meliputi beberapa unsur sebagai jawaban yang diajukan itu, yakni komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.⁵

Sedangkan De la Torre Zermeno Y. Hernandez menyatakan bahwa komunikasi adalah proses mental dimana sumber dan penerima berinteraksi dan bertukar ide, pengetahuan, pengalaman, dan perasaan, yang mereka tularkan melalui kode, pesan, dan saluran yang tepat.⁶ Dan Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan untuk arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen, yaitu konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik, dan efek.⁷

⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 22.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 10.

⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 3.

⁷ Onong Uchjana Effendy, *op.cit.*, hlm. 5.

Wilbur Schramm, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan. Semakin tumpang tindih bidang pengalaman komunikator dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang dikomunikasikan. Komunikator akan dapat menyandi dan komunikan akan dapat mengawasandi hanya dalam istilah-istilah pengalaman yang dimiliki masing-masing. Memang ini merupakan beban bagi komunikator dari strata sosial yang satu yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan komunikan dari strata sosial yang lain. Namun, dalam teori komunikasi dikenal istilah *empathy*, yang berarti kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain.⁸

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain melalui media tertentu dengan tujuan memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku si penerima pesan sesuai dengan yang diharapkan si pengirim pesan.

2. Proses Komunikasi

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

⁸ *Ibid.*, hlm. 19.

a. Proses Komunikasi secara Primer

Proses ini adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang disini adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lainnya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan/atau perasaan komunikator kepada komunikan. Dapat dikatakan, bahwa proses komunikasi primer ini dilakukan secara tatap muka antara komunikator dengan komunikan, dimana yang menjadi media dalam proses ini adalah lambang itu sendiri.

b. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses ini merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Dalam komunikasi bermedia telepon, umpan balik berlangsung seketika, namun karena komunikator tidak melihat ekspresi wajah komunikan, maka reaksi sebenarnya dari komunikan tidak akan dapat diketahui oleh komunikator seperti jika berkomunikasi tatap muka.

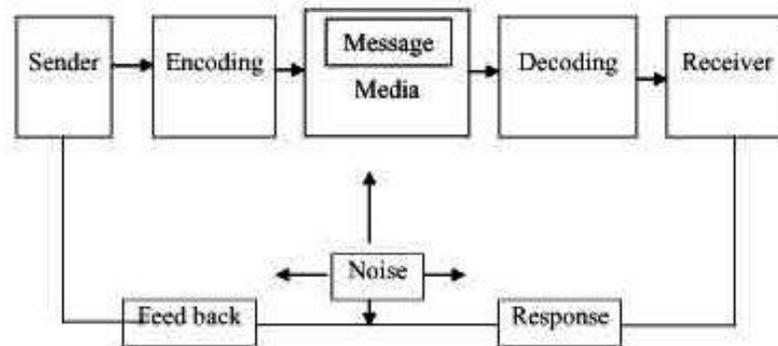
Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi,

komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan.

3. Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur dalam komunikasi dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Unsur-unsur dalam Proses Komunikasi



- a. *Sender*: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

- f. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feedback*: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi.⁹

4. Komunikasi Efektif

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss mengatakan bahwa efektivitas komunikasi erat kaitannya dengan tujuannya. Lima hal yang dapat dijadikan ukuran bagi komunikasi yang efektif, yaitu pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap/mempengaruhi sikap, hubungan yang makin baik/memperbaiki hubungan, dan tindakan.¹⁰ Berikut akan penulis uraikan satu per satu:

a. Pemahaman

Arti pokok pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan. Dalam hal ini, komunikator dikatakan efektif bila komunikan memperoleh pemahaman yang cermat atas pesan yang disampaikan.

⁹ *Ibid.*, hlm. 11-19.

¹⁰ Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*, Terj. Dedy Mulyana dan Gembirasari, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 23.

b. Kesenangan

Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan maksud tertentu. Beberapa komunikasi dimaksudkan untuk menimbulkan kesejahteraan bersama. Komunikasi efektif, salah satunya, mensyaratkan tumbuhnya suasana psikologis yang menyenangkan bagi para pelakunya, baik dalam perannya sebagai komunikator maupun komunikan.

c. Mempengaruhi sikap

Dalam berbagai situasi, seseorang mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain memahami dan percaya atas ucapannya. Dalam menentukan tingkat keberhasilan berkomunikasi, komunikator bisa saja gagal mengubah sikap komunikan, namun komunikan tetap dapat memahami apa yang dimaksudkan oleh komunikator. Dengan kata lain, kegagalan dalam mengubah pandangan seseorang tidak dapat disamakan dengan kegagalan dalam meningkatkan pemahaman.

d. Hubungan yang makin baik/memperbaiki hubungan

Keefektifan komunikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan. Bila hubungan manusia dibayang-bayangi oleh ketidakpercayaan, maka pesan yang disampaikan komunikator yang paling kompeten pun bisa saja berubah makna atau didiskreditkan.

e. Tindakan

Mendorong komunikan untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan keinginan komunikator merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam berkomunikasi. Akan lebih mudah mengusahakan agar pesan dari komunikator dipahami daripada mengusahakannya agar pesan disetujui oleh komunikan. Selanjutnya, lebih mudah membuat komunikan setuju daripada membuatnya merealisasikan apa yang disampaikan.

Berkaitan dengan pendapat Stewart dan Sylvia tersebut, George R. Terry menyatakan bahwa ada empat hal lagi yang dapat membantu komunikasi menjadi efektif, yaitu:

- a. Berkomunikasi secukupnya
- b. Menyadari bahwa komunikasi dapat diubah distribusinya
- c. Gunakan simbol-simbol dan alat visual yang memadai
- d. Hati-hati memilih informasi yang dikomunikasikan¹¹

C. Dakwah *Bil Qalam*

1. Definisi Dakwah *Bil Qalam*

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Sedangkan dalam bentuk kata kerja, dakwah diartikan sebagai memanggil, menyeru, atau mengajak (*da'a, yad'u, da'watan*).

¹¹ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Terj. J. Smith D.F.M., (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 149-151.

Adapun secara terminologis, Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat. Pendapat ini sebanding dengan yang dikatakan oleh Syaikh Ali Makhfudz dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin bahwa dakwah ialah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹²

Lebih lanjut lagi, H. M. Arifin mengatakan bahwa dakwah mengandung pengertian sebagai suatu ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok, agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.¹³

Dari pendapat ini, dapat diketahui bahwa salah satu cara yang dapat dicapai dalam berdakwah adalah melalui media tulisan atau sering disebut dakwah *bil qalam*. *Al-Qalam* secara etimologi, berasal dari bahasa Arab berakar dari huruf *qaf*, *lam*, dan *mim* yang berarti memperbaiki sesuatu

¹² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 1-2.

¹³ Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Dai*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 21.

sehingga menjadi nyata dan seimbang. Terdapat beberapa pendapat para pakar tafsir mengenai definisi *Al Qalam*, di antaranya:

Syeikh Abu ‘Ali Al-Fadl bin Al-Hasan Al-Tabrasi mengatakan bahwa *qalam* adalah salah satu alat yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan keinginannya, sehingga bisa sampai pada yang jauh maupun dekat. Dengan *qalam* pula, hukum-hukum agama yang dapat dijaga sebagaimana yang dikatakan bahwa penjelasan itu dua macam, yaitu secara lisan dan tulisan. Melalui lisanlah orang-orang awam dapat belajar, sementara penjelasan melalui tulisan akan berlanjut terus menerus, bahkan tegaknya urusan agama dan urusan dunia diilhami dua hal, yaitu tulisan dan pedang. Adapun Abdurrahman bin Nasir Al-Sa’di menyatakan bahwa *qalam* mencakup secara keseluruhan apa yang digunakan untuk menulis berbagai macam ilmu pengetahuan. Sebanding dengan pendapat ini, M. Quraish Shihab menyatakan bahwa *qalam* adalah segala macam alat tulis menulis sampai pada mesin-mesin tulis dan cetak yang canggih.

Jalaluddin Rahmat mengatakan bahwa dakwah *bil qalam* adalah dakwah melalui media cetak. Mengingat kemajuan teknologi informasi yang memungkinkan seseorang berkomunikasi secara intens dan menyebabkan pesan dakwah bisa menyebar seluas-luasnya, maka dakwah lewat tulisan mutlak dimanfaatkan oleh kemajuan teknologi informasi.¹⁴

¹⁴ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Da'wah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*, (Bandung: Teraju, 2004), hlm.120.

Sedangkan Ma'arif berpendapat bahwa dakwah *bil qalam* juga dapat disebarkan melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, buletin, buku, surat, tabloid, dan jurnal. Namun, seiring kemajuan teknologi, aktivitas menulis dakwah tidak hanya dilakukan melalui media cetak. Menulis juga dapat dilakukan melalui *handphone* dan media maya (internet), antara lain melalui fasilitas *website*, *mailing list*, *chatting*, jejaring sosial dan sebagainya.¹⁵

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah *bil qalam* adalah ajakan dan/atau penyampaian materi dakwah menggunakan media tulisan untuk membawa manusia kepada jalan Allah. Berdakwah lewat menulis dapat dilakukan di media cetak, buku, majalah, koran, buletin, brosur, bahkan pesan teks melalui telepon genggam yang dimana pesan teks tersebut bermuatan pesan dakwah. Hal yang terpenting dalam dakwah melalui tulisan ialah materi (*content*) yang akan penulis (dai) sampaikan sesuai dengan kaidah Islam, namun juga tetap ditampilkan dengan gaya bahasa yang lancar, mudah dicerna, mengandung unsur seni tulisan yang indah dibaca dan menarik minat publik, baik mereka yang awam maupun kaum terpelajar.

¹⁵ S. Bambang Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm. 161-173.

2. Syarat-Syarat Dakwah *Bil Qalam*

Seperti halnya pada komunikasi, berdakwah pun memiliki syarat-syarat tertentu agar dakwah yang disampaikan dapat dipahami dan diterima secara positif, termasuk juga dalam berdakwah melalui tulisan. Syarat-syarat tersebut di antaranya:

- a. Penulis (dai) memiliki keterampilan menulis;
- b. Penulis (dai) memiliki wawasan yang luas, baik di bidang ilmu agama maupun ilmu umum lainnya;
- c. Penulis (dai) memiliki pengetahuan tentang etika dan hukum dalam mempublikasikan tulisan;
- d. Penulis (dai) sebaiknya mampu memanfaatkan media *online* atau daring (dalam jaringan);
- e. Penulis (dai) hendaknya mampu menyesuaikan tulisannya dengan target pembacanya (*mad'u*).¹⁶

3. Pentingnya Dakwah *Bil Qalam*

Seperti yang telah dijelaskan pada definisi dakwah *bil qalam*, merupakan proses menyampaikan dakwah yang gagasan atau materi dakwahnya ditransfer kepada pilihan huruf yang diolah menjadi kata dan digabung menjadi kalimat serta disusun menjadi paragraf dan membahas topik tertentu. Hal ini membuktikan bahwa diperlukan penguasaan media dakwah yang dapat menjangkau *mad'u* secara serempak dan efektif, salah satunya melalui tulisan yang dapat disebarakan baik melalui media massa cetak ataupun media massa *online*.

¹⁶ Aep Kusnawan, *Teknik Menulis Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm. 226.

Selama abad pertama Islam, tradisi lisan mendominasi dan merupakan sarana utama dalam menyebarkan informasi. Tetapi, segera menjadi jelas, bahwa ingatan tidak dapat diandalkan sepenuhnya, dan catatan tertulis pun mulai berlaku di antara para penuntut ilmu. Dapat dibuktikan bahwa hingga kini tulisan-tulisan para ulama maupun penulis menjadi acuan atau referensi dalam proses belajar dan mengajar. Tulisan yang menghasilkan karya-karya emas merupakan cermin kegigihan dalam belajar, mengajar, menulis, dan berdakwah.

Selain itu, seseorang bisa berhubungan dengan masyarakat, turut mencerdaskan kehidupan umat manusia generasi kini dan kemudian, memberikan informasi berharga, menyampaikan penemuan-penemuan, menegakkan idealisme dan keadilan, menyuarakan yang benar sebagai suatu yang benar dan yang salah sebagai suatu yang salah, atau seseorang ingin berjuang dan berdakwah untuk peradaban yang bermuatan rahmatan bagi seluruh alam, melalui tulisan hal itu bukan hal yang mustahil untuk dilakukan. Sekecil apapun karya tulis yang dibuat seseorang akan tetap terkenang dan dapat diarsipkan.¹⁷

Bukan hanya si penulis yang beruntung, melainkan akan banyak pihak yang diuntungkan. Tidak pula yang diuntungkan itu hanya satu generasi, tetapi juga bisa berlanjut kepada berbagai generasi sesudahnya, bahkan mungkin jauh sesudah si penulisnya tiada.

¹⁷ *Ibid.*, hlm.40-41.

4. Gerakan Dakwah *Bil Qalam*

Gerakan dakwah bermakna dakwah dengan atau melalui sistem pergerakan. Dakwah ini menekankan pada aspek tindakan (aksi) daripada wacana (teoritisasi). Menurut Hasan al-Qattany, yang dimaksud gerakan dakwah adalah dakwah yang berorientasi pada pengembangan masyarakat Islam, dengan melakukan reformasi total (*islah*) terhadap seluruh aspek kehidupan sosial, baik terkait dengan individu (*islah al-fard*), keluarga (*islah al-usrah*), masyarakat (*islah al-mujtama'*) hingga Negara (*islah al-daulah*).¹⁸

Adapun pergerakan dakwah adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. Motivasi secara implisit berarti, bahwa pimpinan organisasi di tengah bawahannya dapat memberikan sebuah bimbingan, intruksi, nasihat, dan koreksi jika diperlukan.¹⁹ Ada beberapa poin dalam proses pergerakan dakwah yang menjadi kunci dari kegiatan dakwah, yaitu :

- a. Pemberian motivasi;
- b. Bimbingan;
- c. Perjalinan hubungan;
- d. Penyelenggaraan komunikasi; dan

¹⁸ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah : Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hlm. 233.

¹⁹ M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2009), hlm. 139.

- e. Pengembangan dan peningkatan pelaksana.²⁰

D. Korelasi Komunikasi dengan Dakwah *Bil Qalam*

1. Komunikasi Efektif untuk Menggerakkan Dakwah *Bil Qalam*

Dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan pada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan itu. Artinya dakwah dituntut agar dikemas dengan terapan media komunikasi sesuai kondisi khalayaknya. Dakwah yang menggunakan media komunikasi lebih efektif dan efisien atau dengan bahasa lain dakwah yang komunikatif. Oleh karena itu, para pemikir, *mubaligh*, ulama, dan pemuka Islam lainnya memanfaatkan serta mempergunakan peluang maupun pengaruh kemajuan ini untuk meningkatkan dakwah demi syiar Islam.

Berdakwah melalui tulisan atau dakwah *bil qalam* tidak hanya bertumpu pada keberadaan ilmu komunikasi massa (publisistik) semata, tetapi juga harus ditopang dengan semangat beragama dan kecintaan terhadap agamanya. Disamping tentunya harus memahamai aspek-aspek ilmu lainnya, seperti psikologi, sosiologi, ilmu politik, antropologi, sejarah, bahasa, kebudayaan, dan seterusnya.²¹

²⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 300.

²¹ Haidir Fitra Siagian, *Peran dan Tanggung Jawab Jurnalis Muslim*, (Makassar: Alauddin University Press, 2014), hlm. 78-79.

Sehubungan dengan itu, berdakwah melalui tulisan pun tidak selalu harus kaku, sarat akan nuansa ilmiah. Walaupun tulisan dakwah yang bagus adalah tulisan yang berlandaskan pada rujukan yang sah (valid), dalam penulisannya diperlukan kreativitas. Contohnya adalah ulama Sayyid Quthb yang menuliskan tafsir Al-Quran dengan nuansa yang sarat dengan sastra dan keindahan bahasa di dalamnya. Atau penulis terkenal Habiburrahman El Shirazy yang dapat memberikan citra akan indahnya Islam melalui novel-novel sastranya.²² Tulisan-tulisan seperti ini bisa menjadi salah satu jalan untuk menciptakan komunikasi yang efektif sehingga tersampailah pesan dakwah kepada para pembaca.

2. Media Massa sebagai Media Dakwah *Bil Qalam*

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, televisi, dll.²³ Selain itu, berkembang pula jenis media massa yang sedang populer di kalangan masyarakat, yakni media *online* atau daring (dalam jaringan).

Dengan merebaknya media cetak mulai dari majalah, tabloid, maupun koran, tentu saja merupakan peluang yang besar untuk mengisinya dengan menyampaikan pesan-pesan yang bernuansa dakwah. Melalui media tulis, seorang dai tidak perlu pergi ke berbagai tempat untuk berdakwah. Ia

²² Aep Kusnawan, *Teknik Menulis Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm.18.

²³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 140.

cukup menuliskan dakwahnya. Hasilnya, satu tulisan dakwah yang dimuat di suatu media cetak dapat menjangkau objek dakwah seluas pemasaran media tersebut. Ia juga dapat dibaca berulang kali, selama ia diarsipkan. Melalui tulisan yang dimuat di media cetak, tulisan dakwah dapat memberikan “warna dakwah” terhadap pesan yang berkembang dari masa ke masa. Dengan semakin banyaknya media cetak yang muncul, akan semakin membutuhkan banyak tulisan yang bermutu dari para penulis dakwah.²⁴

Selain media massa cetak, media yang kini dimanfaatkan oleh masyarakat adalah media daring (dalam jaringan) atau *online* dan media sosial. Bukan tidak mungkin media ini dimanfaatkan juga sebagai media untuk menyebarkan dakwah. Terdapat enam kategori besar pembagian media online (daring/dalam jaringan):

- a. Jejaring sosial (*Social Networking*)
- b. Jurnal online (*Blog*)
- c. Jurnal online sederhana (*Microbloging*)
- d. Berbagi media (*Media sharing*)
- e. Penanda sosial (*Social Bookmarking*)
- f. Media konten bersama (*Wiki*)²⁵

²⁴ Aep Kusnawan, *op.cit.*, hlm. 39.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 211-213.

Dakwah melalui tulisan semakin mudah dilakukan karena semakin berkembangnya teknologi. Namun bukan hanya teknologi yang harus berkembang, kualitas tulisan pun juga harus mengalami peningkatan. Untuk mengasah keterampilan menulis, seseorang harus terus berlatih dan dikelilingi oleh orang-orang yang dapat menunjang keterampilan tersebut. Hal inilah yang terus diupayakan oleh FLP cabang Palembang.

Di FLP cabang Palembang terdapat salah satu bentuk pembinaan yang disebut dengan KCM atau Kelas Cinta Menulis. Kegiatan pembinaan rutin ini berbentuk kelompok diskusi yang dipandu atau dibimbing oleh minimal seorang pemateri di masing-masing pertemuannya. Melalui KCM ini, para anggota akan mendapatkan pembinaan yang berlandaskan pada tiga sifat, yakni keislaman, kepenulisan, dan keorganisasian.

KCM di FLP cabang Palembang sendiri dilaksanakan secara luring atau tatap muka dan daring atau melalui jejaring *online*. Kegiatan pembinaan ini dilaksanakan selama satu hingga tiga jam di setiap pertemuannya. Umumnya, pemateri akan menyampaikan materinya sebagai bahan pembelajaran dan dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab dan diskusi. Sehingga terbentuk komunikasi yang tidak hanya satu arah. Selain itu, melalui kegiatan pembinaan ini anggota tidak hanya menyerap materi yang diberikan, namun juga dilatih untuk menghasilkan karya tulis—fiksi maupun non fiksi—yang nantinya akan dibahas bersama-sama atau dikenal dengan istilah bedah karya. Jadi selama pembinaan di KCM, anggota FLP cabang Palembang langsung

dilibatkan untuk berlatih sebagai bahan pembelajaran dan diinstruksikan untuk menghasilkan pesan dakwah (karya) sebelum mereka menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat luas nantinya.

Bukan hanya sebagai kegiatan pembinaan, mengembangkan dan meningkatkan keterampilan menulis, KCM juga digunakan sebagai salah satu sarana untuk memberikan motivasi bagi para anggota dalam upaya menggerakkan dakwah *bil qalam* di tengah masyarakat. Hal ini ditunjang ketika diskusi berlangsung, pemateri juga akan berbagi pengalaman dan mendorong para anggota FLP cabang Palembang untuk terus konsisten dalam menulis, sehingga gerakan dakwah *bil qalam* akan terus hidup, terjaga, dan berkembang. Selama kegiatan KCM pula, akan diinformasikan teknis mengenai bagaimana menggerakkan dakwah *bil qalam*, seperti teknis saat akan mengirimkan karya ke suatu penerbit atau pun media cetak, syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi sebelum mengirimkan karya, hingga tantangan yang mungkin akan dihadapi dai (penulis) ketika karya telah dikirim dan naik cetak serta bagaimana menyikapinya. Bahkan juga pembelajaran tentang bagaimana menyalurkan pesan dakwah melalui *cyber media* atau internet, seperti *blog*, *website*, situs-situs media *online*, dsb. Hal ini sebanding dengan pendapat Haidir, bahwa pergerakan dakwah *bil qalam* tidak hanya dapat dilakukan melalui buku, surat kabar, majalah/buletin dan sebagainya. Namun dapat juga disalurkan melalui *cyber media* atau internet, seperti halaman

*website, blog, ceramah interaktif dengan facebook, pesan singkat tertulis dan seterusnya.*²⁶ Berikut akan penulis uraikan diantaranya:

1) Menerbitkan buku

Menulis buku merupakan bagian dari melaksanakan dakwah secara tertulis. Kegiatan menulis buku tentang Islam semestinya dilakukan secara terus menerus dari perspektif yang lebih dinamis dan menyesuaikan kondisi khalayak dan dibuat agar mudah dipahami oleh masyarakat.

2) Mencetak bulletin

Buletin sangat baik untuk umat Islam yang gemar membaca, terutama saat-saat waktu senggang, baik di rumah maupun di sela-sela pekerjaan kantor ataupun harian lainnya. Seorang muslim yang gemar menulis dapat memanfaatkan buletin untuk menyebarkan ajaran Islam. Melalui tulisan dalam buletin, isi atau substansi tulisan dakwah dapat diarahkan kepada satu kelompok tertentu dengan harapan mereka lebih mudah memahami tulisan tersebut.

3) Mengirim surat pribadi

Dakwah melalui surat pribadi pernah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. pada masanya. Hal ini dapat pula dilakukan pada masa sekarang. Isi surat pribadi tidak hanya sebatas muatan dakwah yang keras atau radikal.

²⁶ Haidir Fitra Siagian, *Peran dan Tanggung Jawab Jurnalis Muslim*, (Makassar: Alauddin University Press, 2014), hlm. 70.

Lebih baik jika isinya adalah yang lemah lembut dan menebarkan kebaikan.

4) Menulis di Media Cetak

Mengirim tulisan dengan nuansa dakwah ke media cetak punya kelebihan tersendiri dibandingkan berdakwah secara langsung. Sebab media cetak memiliki keunggulan, yaitu: *Pertama, repeatable*, yaitu dapat dibaca berkali-kali dengan menyimpannya atau mengklipingnya, sehingga suatu saat jika diperlukan dapat dilihat dan dibaca kembali. *Kedua*, analisa yang lebih tajam hingga membuat pembaca benar-benar mengerti dan paham terhadap isi berita yang disajikan.

5) Membuat *Blog* atau *Website*

Pemanfaatan *blog* untuk menyebarkan ajaran Islam sudah mulai ramai dilakukan umat Islam. Namun masih terbatas, baik dari segi jumlahnya maupun penampilannya. Inilah tantangan umat Islam yang memiliki kemampuan menuangkan gagasan melalui tulisan untuk membuat *blog* sendiri dalam memanfaatkan kemajuan teknologi ini.

6) Berpartisipasi di Media *Online*

Penulis muslim dapat pula berpartisipasi menulis di media *online* yang disediakan oleh berbagai pihak, seperti media massa *online*, organisasi Islam dan lembaga swadaya masyarakat. Umumnya mereka menerima tulisan dari berbagai pihak untuk dimuat dalam situsnya, seperti harian *Republika*, *detik.com*, *Kompas*, dan situs-situs lainnya. Meskipun di

antaranya tidak berafiliasi pada dakwah Islam, namun mereka tidak mencegah adanya muatan dakwah dalam situs-situs bersangkutan.

Beberapa cara tersebut sudah diupayakan oleh FLP cabang Palembang, terbukti dengan diterbitkannya beberapa antologi bersama yang ditulis oleh para anggotanya seperti Bening Subuh Musi dan Tanah Bari ataupun buku tunggal yang berhasil diterbitkan oleh beberapa anggota seperti novel Rengganis dan Tahta Mahameru. Selain itu, para anggota FLP cabang Palembang telah berhasil berkontribusi dalam beberapa lomba kepenulisan dan berhasil menerbitkan tulisan-tulisannya di media cetak, baik tingkat lokal maupun nasional dan aktif menulis di *blog* pribadi maupun *website*, seperti Azzura Dayana, Ady Azzumar, Umi Laila Sari, Nani Syahrani, Novitha S. Malihah, dll. FLP cabang Palembang pun tak luput terlibat dalam beberapa kegiatan sosial dan kemanusiaan, seperti pembacaan puisi pada konser amal peduli Banten dan Lampung, konser kemanusiaan Lombok, Aksi Bela Al-Quds, dll. yang setelahnya akan dipublikasikan ke media-media sosial dan media massa *online* lainnya. Hal ini dilakukan dengan harapan agar masyarakat tahu dan memberikan pengaruh pada mereka bahwa kegiatan-kegiatan seperti ini pun bisa dilakukan sebagai gerakan dalam berdakwah.

Dapat dikatakan bahwa KCM merupakan bentuk komunikasi yang dikemas dalam model pembinaan yang lengkap dan selalu ada di setiap angkatan FLP cabang Palembang. Melalui pembinaan inilah interaksi dan komunikasi antar anggota terjalin. Melalui kegiatan ini pula anggota FLP

cabang Palembang dibina, dilatih, dan diasah keterampilannya dalam menulis sebagai bekal untuk menggerakkan dakwah *bil qalam* di masyarakat.

Samsul Munir Amin berpendapat bahwa dakwah *bil qalam* merupakan dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis disurat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan dakwah *bil qalam* lebih luas daripada melalui lisan. Diperlukan keahlian khusus dalam hal menulis, yang kemudian disebarakan melalui media cetak.²⁷ Hal ini sejalan dengan apa yang telah digaungkan oleh FLP cabang Palembang yang terus mengupayakan peningkatan dalam keahlian menulis para anggotanya sehingga dakwah *bil qalam* dapat terus dilakukan.

²⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 11-12.