

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM DAKWAH KELOMPOK JAMA'AH TABLIGH

KURNIATI ABIDIN¹, HARIFUDDIN HALIM²

¹IAIN Bone, ²Universitas Bosowa Makassar

Email : kurni@gmail.com, athena_lord73@yahoo.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengungkapkan bentuk komunikasi interpersonal yang terdapat dalam model dakwah kelompok Jama'ah Tabligh. Kelompok ini menggunakan pendekatan personal-persuasif (*interpersonal*) ketika melakukan dakwah kepada orang. Oleh karena itu, untuk mengungkapkan hal tersebut maka dilakukan penelitian terhadap kelompok Jama'ah Tabligh. Kepada mereka dipilih 5 orang secara snowball sampling dan dilakukan wawancara terkait cara mereka berdakwah. Selain itu diadakan pengamatan dan studi literatur untuk memperkuat data hasil wawancara. Analisis data menggunakan teknik tiga jalur yaitu reduksi, kategorisasi, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hal-hal sebagai berikut: (1) model dakwah kelompok Jama'ah Tabligh terbagi dua yaitu dakwah perseorangan dan dakwah umum. (2) komunikasi interpersonal berlangsung secara khusus dalam dakwah infiradhi yang sifatnya perseorangan dalam suasana percakapan biasa. Kesimpulan penelitian ini adalah secara substansi, komunikasi interpersonal memang merupakan bagian dari dakwah Jama'ah Tabligh karena untuk membuat orang terkesan atas pesan yang disampaikan maka harus menyentuh hati dan perasaan mereka.

Kata Kunci: Komunikasi interpersonal, model dakwah, Jama'ah tabligh, persuasif, pendekatan.

PENDAHULUAN

Dalam perspektif agama Islam, kegiatan dakwah merupakan salah satu bagian dari realitas hidup masyarakat Islam. Kegiatan dakwah ini selalu berada dalam wacana yang menarik apalagi terkait dengan perkembangannya. Oleh karena itulah kegiatan dakwah bukan lagi hal asing melainkan memang menjadi inheren dalam diri masyarakat muslim. Hal ini memang merupakan keniscayaan sebab dakwah sangat berperan dalam perkembangan agama Islam.

Dalam kegiatan dakwah terdapat aktivitas yang bertujuan untuk menyeru dan mengajak manusia menuju Iman, Islam dan Ihsan. Kegiatan dakwah sebagai

bentuk kewajiban dakwah dibebankan Allah kepada para Rasul-Nya, dan kepada umat-umatNya. Tentu hal ini disesuaikan dengan kemampuan dan kecakapan masing-masing. Mendukung hal tersebut, Allah SWTberfirman dalam SurahAn-Nahl: 125 yang artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.*¹

Berdasarkan ayat di atas menunjukkan bahwa kegiatan dakwah Islam merupakan kewajiban bagi masing-masing individu muslim sehingga berkonsekuensi terhadap tidak adanya pilihan bagi mereka untuk tidak berdakwah untuk Islam.

Secara prinsipil, masing-masing individu muslim wajib menyampaikan dakwah Islamiyah, karena hal tersebut merupakan tugas kehambaansekaligus sebagai bukti sifat ikhlas. Dengan demikian, dakwah Islamiyah secara berkesinambungan harus makin berkualitas di setiap generasi, agar hidayah dan tuntunan dari Allah SWT. berlangsung terus menerus. Dengan demikian, dakwah sebagai tugas setiap individu, harus diadaptasikan berdasarkan kemampuan individu serta situasi di lapangan.

Dalam perspektif teoretik, kegiatan dakwah yang di dalamnya terkandung aspek komunikasi substansi pesan keislaman kepada masyarakat luas, menunjukkan bahwa kegiatan dakwah adalah bagian dari komunikasi. Hal ini juga dipertegas di dalam al-Qur'an dalam banyak ayat yang menggambarkan proses berlangsungnya komunikasi. Misalnya dalam QS. Al-Baqarah: 30 yang merupakan dialog yang pertama kali terjadi antara Allah swt., dan malaikat. Al-Qur'an menceritakan:

وَ إِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا مَنْ
يُّفْسِدُ فِیْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَ نَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَ نُقَدِّسُ لَكَ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ
مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ۝

¹Departemen Agama RI, 1992. *al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Departemen Agama RI), h.

Terjemahnya :

Dan (ingatlah) tatkala Tuhan engkau berkata kepada Malaikat: Sesungguhnya Aku hendak menjadikan di bumi seorang khalifah. Berkata mereka: Apakah Engkau hendak menjadikan padanya orang yang merusak di dalam nya dan menumpahkan darah, padahal kami bertasbih dengan memuji Engkau dan memuliakan Engkau? Dia berkata: Sesungguhnya Aku lebih mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.²

Dakwah sebagai bagian dari komunikasi membawa pesan-pesan religius Islam kepada khalayak dimaksudkan agar mereka yang merupakan sasaran dakwah tergerak dan terpanggil hatinya untuk menegakkan ajaran Islam di atas bumi ini. Untuk menarik hati para khalayak tersebut, maka faktor komunikasi menjadi penting untuk diterapkan di dalamnya. Di dalam komunikasi terkandung beberapa aspek komunikasi meliputi komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi antar pribadi.³

Dalam berbagai kelompok agama, mereka mewujudkan perintah dakwah melalui banyak cara atau metode. Beberapa di antaranya adalah dengan cara *dakwah bil lisan*, *dakwah bil qalam*, atau pun *dakwah bil hal*. Hal yang sama juga berlaku untuk sasaran khalayak, seperti individu tertentu, masyarakat umum, ataupun golongan/ jamaah tertentu. Untuk jamaah atau kelompok tertentu atau individu tertentu, maka dakwah fardiyah dengan pendekatan personal dapat digunakan dengan tepat.

Beberapa penelitian terkait pendekatan interpersonal dalam dakwah telah dilakukan, antara lain: (1) Siti Zainab (2006) tentang pendekatan personal dalam dakwah. Penelitian ini menekankan perlunya pendekatan yang dapat memahami sasaran dakwah agar materi dakwah dapat diterima oleh khalayak.⁴ (2) penelitian Yuliatun (2015) terkait dakwah berbasis konseling. Temuan penelitian ini adalah perlunya pendekatan yang berbasis empati dan memotivasi mad'u agar keluar dari

²Departemen Agama RI, 1992. *al-Quran dan Terjemahannya*, h.

³Ma'arif, Bambang S., *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 1.

⁴Siti Zainabi, Pendekatan Personal Dalam Dakwah (Sinergi Dakwah Fardiyah Dan Komunikasi Antarpribadi), *Jurnal Himmah*, Vol. Vii No. 18 Januari -April 2006. h; 97-110.

masalahnya.⁵ (3) Ahmad Atabik (2014) meneliti tentang konsep dakwah persuasif dalam al-Qur'an. Ia menemukan bahwa sebuah dakwah harus mengena kepada pendengar terutama menyentuh relung hatinya.⁶ Ketiga penelitian di atas secara tersirat memiliki persamaan dalam hal pentingnya pendekatan personal dalam berdakwah agar hasil dakwah maksimal terhadap khalayak.

Bagi kelompok keagamaan Jamaah Tabligh yang dikaji dalam penelitian ini, pendekatan personal atau komunikasi interpersonal merupakan karakteristik yang menonjol dan dominan dalam model dakwahnya.⁷ Maka, tidak mengherankan bila realitas membuktikan bahwa model dakwah seperti itu telah membawa banyak perubahan perilaku dan akhlak bagi pengikut kelompok Jamaah Tabligh. Mereka umumnya berasal dari latar belakang dan kehidupan yang 'gelap'. Ada yang mantan preman, perampok, tukang begal, peminum, penjudi, dan sebagainya. Setelah bertemu dengan kelompok Jamaah Tabligh maka mereka semua menjadi sadar dan kemudian meninggalkan dunia 'hitam' tersebut.⁸

Dalam konteks uraian di atas, hal tersebut merupakan daya tarik untuk mengungkap proses komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh anggota kelompok Jamaah Tabligh dalam mendakwahkan Islam sehingga banyak orang yang mengalami perubahan hidup menjadi lebih baik dan menjadi manusia seutuhnya.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam diri seorang pendakwah, dua hal pokok yang harus ada dalam dirinya, yaitu harus memiliki ilmu dan pengetahuan ke-Islaman sebagai materi dakwahnya, dan harus mempunyai keterampilan atau keahlian dalam

⁵Yuliyatun, Model Komunikasi Dakwah Berbasis Bimbingan Konseling Islam (Analisis Terhadap Dialog Interaktif Kajian Fiqh Muslimah Di Radio Pas Fm Pati), At-Tabsyir: *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 3, No. 2 Desember 2015. Hal. 255-278.

⁶Ahmad Atabik, Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an. At-Tabsyir, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Volume 2, Nomor 2, Juli – Desember 2014. 117-136.

⁷ Harifuddin Halim, Sosialisasi Pendidikan Agama Dalam Metode Kelompok Jamaah Tabligh. *Jurnal Kuriositas: Media Komunikasi dan Keagamaan*, Edisi IV Volume 1 2011. Hal. 94-106.

⁸Syamsu Kamaruddin, *Jama'ah Tabligh: Sejarah, Karakteristik, dan Pola Perilaku Dalam Perspektif Sosiologis*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010).

melakukan pendekatan secara pribadi dengan baik kepada sasaran dakwah atau khalayak. Terkait hal tersebut, maka salah satu pendekatan yang baik diterapkan adalah pendekatan personal yaitu komunikasi antarpribadi.

1. Konsep Komunikasi (antarpribadi)

Dalam perspektif etimologis, arti kata ‘komunikasi’ adalah ‘sama’. Dalam komunikasi tidak hanya berisi informasi untuk disampaikan sehingga khalayak mengetahuinya, melainkan juga kita ingin khalayak menerima informasi tersebut dan menindaklanjutinya dalam bentuk kegiatan, dan sebagainya.⁹

Pengertian di atas secara terminologis mengalami kekhususan bahwa informasi disampaikan secara khusus kepada orang lain. Ini dipertegas oleh Effendi mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi ada orang yang menyatakan informasi kepada orang lain.¹⁰

Secara rinci, Effendi mengemukakan bahwa komunikasi mengandung proses transfer pesan dari sumber informasi (komunikator) yang ditujukan untuk berkomunikasi menggunakan sarana media yang berakibat pada munculnya dampak.¹¹

Adapun komunikasi antarpribadi, J.A. Devito mengartikannya sebagai proses transformasi (pengiriman-penerimaan) pesan yang dilakukan oleh dua orang atau dalam kelompok kecil yang disertai sejumlah dampak dan respon balik yang cepat.¹² Pengertian lainnya adalah ia merupakan jenis komunikasi yang berlangsung dilakukan dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami (informal) untuk mencapai suatu tujuan tertentu antara seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat maupun berbagai bentuk organisasi.¹³

Berdasarkan uraian pengertian di atas, maka ada empat aspek yang perlu dipertimbangkan di dalam komunikasi antarpribadi, yaitu: (a) Bertatap muka. (b)

⁹Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010)

¹⁰Onong Uchjana Effendi, 2008. *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 4.

¹¹Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, h. 4.

¹²Effendi, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), h. 78.

¹³Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), h. 20.

Proses komunikasi oleh dua orang atau lebih. (c) Ada sarana media tertentu, misalnya telepon rumah, handphone, percakapan secara informal menggunakan bahasa campuran, bahasa pergaulan, atau bahasa daerah. (d) Pencapaian tujuan bersifat personal bila komunikasi terjadi di lingkungan sekitar, sedangkan pencapaian tujuan pekerjaan bila komunikasi berlangsung dalam kelompok organisasi.¹⁴

2. Klasifikasi Komunikasi Interpersonal

Redding dkk mengelompokkan komunikasi interpersonal dalam empat bagian, yaitu interaksi intim, percakapan sosial, interogasi / pemeriksaan, dan wawancara.¹⁵ Hal tersebut diuraikan secara rinci sebagai berikut:

- a. Interaksi intim (*Intimate Interaction*) termasuk komunikasi di antara orang-orang terdekat dan memiliki ikatan emosional yang kuat. Mereka adalah anggota keluarga, dan teman baik.
- b. Percakapan sosial (*Social Discourse*) merupakan interaksi sederhana dengan maksud menyenangkan orang lain.
- c. Interogasi (*interrogation*) atau pemeriksaan merupakan interaksi dengan seseorang namun dalam suasana kontrol dengan cara mengorek informasi dari orang tersebut.
- d. Wawancara (*interviewing*) merupakan bagian dari komunikasi interpersonal yang di dalamnya berlangsung tanya jawab oleh dua orang.

3. Aspek Komunikasi dalam Dakwah

Komunikasi dakwah adalah suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikator dakwah (*Da'i*) untuk menyebarkan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal kepada jama'ah untuk memperoleh kabaikan di dunia dan di akhirat.¹⁶ Komunikasi dakwah menurut Toto Tasmara adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seorang

¹⁴ Abdul Malik Iskandar dan Rasyidah Zainuddin. 2019. Interaksi dan Komunikasi Dosen dan Mahasiswa Dalam Proses Pendidikan. Jurnal Al-Din Volume 1 No. 1 Januari-Juni 2019.

¹⁵ Redding, W. Charles, and Phillip K. Tompkins. 1972. *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. New York: Industrial Communication Council.

¹⁶ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah; Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm. 34.

komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Islam, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.¹⁷

Pada dasarnya dakwah dan komunikasi tidak jauh berbeda, hanya merupakan dua sisi yang berbeda. Dakwah merupakan proses penyampaian nilai-nilai Islam. Dalam proses penyampaian inilah yang membutuhkan komunikasi.¹⁸ Adapun tujuan dari komunikasi adalah adanya perubahan persepsi dan tindakan dari khalayak sebagai komunikan atas informasi atau pesan dari sumber informasi atau komunikator.¹⁹ Hubungan keduanya adalah bahwa dalam berdakwah ada komunikator yaitu da'i yang berharap komunikannya (*mad'u*) mengalami perubahan setelah mendengarkan pesan atau informasi yang diterimanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah anggota kelompok Jamaah Tabligh sebanyak 5 orang yang telah dipilih secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa para informan tersebut aktif selama 5 tahun dalam semua kegiatan keagamaannya, kemudian ia memahami prinsip-prinsip dakwah kelompok tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, pengamatan, dan studi literatur. Teknik analisis data menggunakan analisis tiga alur yaitu reduksi data, kategorisasi, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Dakwah Jama'ah Tabligh

Jama'ah Tabligh merupakan sekumpulan/sekelompok orang dalam hal ini orang Islam untuk menyampaikan dakwah atau pesan-pesan keislaman. Tujuan utama kelompok ini adalah menyampaikan dakwah kepada setiap orang Islam di

¹⁷Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Gaya Meda Pratama, 1997), Cet-2, h. 49

¹⁸Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 226.

¹⁹Samsul Arifin Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Penerbit Amzah, 2009), h. 145.

mana saja mereka berada supaya umat Islam sadar akan kedudukannya sebagai orang muslim yang sangat dimuliakan oleh Allah SWT.²⁰

Dalam menjalankan dakwahnya, kelompok ini menggunakan dua cara yaitu dakwah perorangan dan dakwah bersama.²¹ Secara perorangan, seorang muslim harus mengerjakan seluruh perintah Allah swt dan menjauhi seluruh larangan-Nya, karena semakin seorang muslim ikut perintah Allah berarti ia bertaqwa dan ia akan semakin mencapai kejayaan.

Adapun dakwah secara bersama, umat Islam harus memperluas dan menyampaikan ajaran Islam kepada kaum muslimin lainnya agar mereka dapat menyelesaikan segala masalah kehidupan dan membawa diri mereka ke derajat yang lebih tinggi. Untuk itu perlu ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menggugah semangat orang Islam untuk melakukan tabligh.
- 2) Mencari ilmu dan menyebarkannya.
- 3) Melakukan Amar Ma'ruf dan Nahi Mungkar.
- 4) Melakukan kerjasama dan memberi kasih sayang.²²

Dalam menjalankan dakwah, Jamaah Tabligh melaksanakannya dalam beberapa macam bentuk yaitu dakwah *umumi*, *khusus*, *ijtima'i*, dan *infiradhi*.²³

Dakwah *Umumi* yaitu dakwah yang dilakukan melalui silaturahmi dari rumah ke rumah dengan mengajak umat Islam untuk menghidupkan dan memakmurkan masjid dan mengingatkan tentang kehidupan akhirat. Jenis dakwah ini mereka istilahkan *Jawlah*.

Dakwah *Khusus* merupakan dakwah kepada orang-orang tertentu. Dakwah ini dilakukan hanya pada orang-orang yang dianggap memiliki kekhususan atau orang-orang yang berpengaruh pada masyarakat, seperti pejabat pemerintah, orang-orang kaya, tokoh-tokoh masyarakat, dan alim ulama. Dakwah ini

²⁰Syamsu Kamaruddin, *Jama'ah Tabligh: Sejarah, Karakteristik, dan Pola Perilaku dalam Perspektif Sosiologis* (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010).

²¹Sayyid Abul Hasan Ali Nadwi. 1999. *Riwayat Hidup dan Usaha Dakwah Maulana Muhammad Ilyas Raha*. (Yogyakarta: Ash-Shaff, 1999).

²²Sayyid Abul Hasan Ali Nadwi, *Riwayat Hidup dan Usaha Dakwah Maulana Muhammad Ilyas Raha*, h.

²³Sayyid Abul Hasan Ali Nadwi, *Riwayat Hidup dan Usaha Dakwah Maulana Muhammad Ilyas Raha*, h.

dilakukan kapan saja disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Materi pembicaraan tidak dibatasi hanya pada masalah agama saja tetapi juga pada masalah yang lain.

Dalam melakukan dakwah khusus ini tetap berpedoman pada aturannya sendiri, misalnya bila bersilaturahmi pada alim ulama maka harus lebih banyak meminta nasehat dan bertanya tentang ilmu-ilmu agama. Demikian juga halnya bila mengunjungi tokoh masyarakat atau orang kaya dan aparat pemerintah, maka pembicaraan harus disesuaikan dengan situasi dan keadaan orang yang dikunjungi.

Dakwah *Ijtima'i* yaitu dakwah dalam bentuk ceramah atau penjelasan dengan cara satu orang menjadi narasumber atau memberikan penjelasan dan yang lainnya mendengarkan. Jenis ini disebut juga *Bayanyang* biasanya disampaikan oleh anggota jama'ah yang mempunyai kelayakan dan berpengalaman dalam usaha dakwah dan tabligh ini.

Dakwah *Infiradhi* yaitu dakwah dalam bentuk percakapan biasa pribadi antar individu.

2. Komunikasi Interpersonal Dalam Dakwah Jama'ah Tabligh

Dalam dakwah Jamaah Tabligh, pendekatan komunikasi interpersonal sering dilakukan melalui jenis *Infiradhi*. Dakwah infiradhi sering dilakukan dalam menindak lanjuti hasil dakwah lainnya dengan tujuan memperoleh kepastian atau hasil dari hasil dakwah sebelumnya. Misalnya, setelah dilangsungkan dakwah umum, maka beberapa orang yang responnya bagus akan ditindaklanjuti dengan cara bersilaturahmi ke rumahnya.

Dakwah jenis ini juga digunakan untuk memperdalam pemahaman keagamaan anggota Jamaah Tabligh yang baru bergabung. Hal ini dimaksudkan supaya semangat anggota baru ini dapat terjaga agar dapat mengamalkan terus-menerus cara dakwah ini.

Dalam menjalankan dakwah infiradhi ini, Jamaah Tabligh pun tetap memiliki standar pelaksanaan meski sifatnya informal. Hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh seorang anggota Jamaah Tabligh SBH (48 Tahun) bahwa:

“Tujuan utama para muballigh adalah menyiarkan agama Islam, karenanya para muballigh hendaknya melihat konteks sewaktu berceramah. Mereka

menetapkan bahwa tujuan mereka berceramah itu bukanlah untuk memamerkan kepandaiannya melalui retorika, melainkan hanya menyampaikan ajaran agama semata-mata (19/07/2018).

Uraian di atas juga diperkuat saat mengamati kegiatan mereka dalam berbicara pada masyarakat. Mereka menggunakan kata-kata yang jelas dan tepat maknanya. Kalimat-kalimatnya ringkas, padat isinya, dan mudah dipahami oleh *mad'u*. Cara tersebut mereka lakukan dengan alasan seperti itulah yang dicontohkan oleh Nabi saw yang berbicara dengan perlahan-lahan dan mengulangi kalimatnya sebanyak tiga kali supaya mudah dipahami oleh para pendengarnya.

Dalam melakukan dakwah, isi dan ceramah yang dikomunikasikan berisi penjelasan tentang kebahagiaan hidup di akhirat seperti menasehati para pendengarnya; supaya membuat persiapan agar tidak menerima adzab kubur dan neraka, beriman kepada Allah dan kepada Rasul-Nya, berbuat *wara'* dan beramal shalih. Selain itu, mereka juga menanamkan motivasi kepada pendengar supaya mengamalkan pengetahuan agama yang mereka ketahui walaupun sedikit. Penanaman motivasi tersebut disampaikan dengan semangat antusiasme diiringi senyuman yang membuat para *mad'u* tersentuh hatinya.

Selain itu, mereka juga menerangkan tentang adzab yang akan menimpa orang-orang yang tidak mau menyeru manusia kepada kebaikan dan melarang manusia dari kejahatan, juga mengenai ganjaran yang akan diterima oleh orang yang teguh keimanannya di dunia yang penuh dengan kekacauan ini. Setelah itu menyampaikan keutamaan bertabligh dan mengajaknya supaya menyertai rombongan tabligh.

Menegaskan pendekatan dakwah di atas, informan lainnya NHH (51 Tahun) dan BKR (59 Tahun) mengemukakan bahwa:

“Dalam berdakwah, kami mempergunakan setidaknya empat cara, yaitu memberi kabar gembira atau *targhib*, menyampaikan ancaman atau *tarhib*, dan mengajak atau *tasykil*. Tujuan semua pendekatan ini adalah supaya jama'ah dapat meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam kegiatan dakwah kelompok ini.”

Hasil wawancara di atas juga didukung oleh ungkapan YSF (48 Tahun) dan HSB (40 Tahun) bahwa cara dakwah mereka sangat sopan. Ia menceritakan:

“Dalam melakukan tasykil, anggota Jama’ah Tabligh menjaga perasaan orang yang *ditasykil* dengan tidak menjatuhkan harga diri dan merendahkan orang yang *ditasykilnya* atau bahkan merasa pintar. Karena bagi mereka, *tasykil* merupakan intisari dakwah yang harus dijalankan dengan baik dan tegas.

Mencermati uraian di atas, dapat dikemukakan bahwa karakteristik dakwah Jamaah Tabligh terlihat dalam pendekatan mereka secara personal kepada *mad'u*. Mereka menyampaikan pesan Islam dengan cara yang sopan dan lembut dengan maksud menggugah perasaan mereka untuk taat kepada Allah SWT. Bahkan, meski mereka sering mendapatkan cibiran saat berdakwah tetapi mereka tidak membalasnya dan justru mendoakan pelakunya supaya sadar dan dirahmati oleh Allah SWT. Inilah semua wujud penerapan komunikasi interpersonal yang diperagakan oleh kelompok Jamaah Tabligh.

Secara teoretik, komunikasi interpersonal cenderung lebih bersifat mendalam karena dilakukan dengan tatap muka. Hal ini secara psikis sangat berpengaruh terhadap diri *mad'u*. Pendekatan ini juga berdampak besar terhadap pengambilan keputusan seorang *mad'u* untuk mengikuti pesan-pesan keagamaan yang diperolehnya. Itulah yang dialami oleh mereka yang bergabung dalam kelompok ini. Pendekatan personal telah menggugah hati dan perasaan mereka akan kebaikan dan kebenaran yang telah lama tertutup dalam qalbu mereka. Tetapi, mereka tetap menyadari bahwa itu hanyalah pendekatan atau cara manusia namun semua itu dapat terjadi atas ijin dan kehendak Allah SWT.

PENUTUP

Secara tidak sadar, pendekatan komunikasi interpersonal memang merupakan bagian dari dakwah kelompok Jamaah Tabligh. Prinsip dakwah yang mereka lakukan berbasis al-Qur’an dan sunnah Rasulullah telah menjelaskan pentingnya pendekatan tersebut dalam mengajak orang lain berbuat baik dan benar. Prinsip tersebut adalah berdakwah secara lemah lembut, tidak meninggikan suara dihadapan orang tua, mengandung empati dan simpati. Melalui cara ini sudah terbukti berhasilnya dakwah Jamaah Tabligh di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Arifin, 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Penerbit Amzah.
- Atabik, Ahmad. 2014. Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an. At-Tabsyir, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Volume 2, Nomor 2, Juli – Desember 2014.
- Bambang S. Ma'arif, 2010. *Komunikasi Dakwah; Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Departemen Agama RI, 1992. *al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Halim, Harifuddin. 2011. Sosialisasi Pendidikan Agama Dalam Metode Kelompok Jamaah Tabligh. *Jurnal Kuriositas: Media Komunikasi dan Keagamaan*, Edisi IV Volume 1 2011.
- Ilaihi, Wahyu, 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Iskandar, Abdul Malik, dan Rasyidah Zainuddin. 2019. Interaksi dan Komunikasi Dosen dan Mahasiswa Dalam Proses Pendidikan. *Jurnal Al-Din* Volume 1 No. 1 Januari-Juni 2019.
- Kamaruddin, Syamsu A. 2010. *Jama'ah Tabligh: Sejarah, Karakteristik, dan Pola Perilaku Dalam Perspektif Sosiologis*, Jakarta: Gaung Persada Press.
- Ma'arif, Bambang S., 2010. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendi, Onong Uchjana Effendi. *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Redding, W. Charles, and Phillip K. Tompkins. 1972. *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. New York: Industrial Communication Council.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Per), hlm. 226.
- Nadwi, Sayyid Abul Hasan Ali. 1999. *Riwayat Hidup dan Usaha Dakwah Maulana Muhammad Ilyas Rah. a*. Yogyakarta: Ash-Shaff.
- Tasmara, Toto. 1997. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Meda Pratama.s
- Yuliyatun. 2015. Model Komunikasi Dakwah Berbasis Bimbingan Konseling Islam (Analisis Terhadap Dialog Interaktif Kajian Fiqh Muslimah Di Radio Pas Fm Pati), *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 3, No. 2 Desember 2015.

Zainabi, Siti. 2006. Pendekatan Personal Dalam Dakwah (Sinergi Dakwah Fardiyah Dan Komunikasi Antarpribadi), *Jurnal Himmah*, Vol. VII, No. 18 Januari -April 2006.