

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Setiap masa kehidupan manusia tidak terlepas dari proses komunikasi seperti mendengar, menulis, berbicara. Proses komunikasi itu sendiri yaitu ketika sebuah fenomena komunikasi antar manusia berlangsung, baik secara individu maupun kelompok. Komunikasi merupakan suatu kebutuhan dasar bagi manusia, sejak lahir dan selama proses kehidupan manusia, manusia akan selalu terlibat dalam aktivitas tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi itu bisa terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, berawal dari kegiatan yang bersifat individual, diantara 2 orang atau lebih, kelompok, keluarga, serta organisasi dalam konteks public secara lokal maupun nasional, regional dan global, ataupun melalui media massa.<sup>1</sup> Dalam proses komunikasi tentunya melibatkan banyak elemen, diantaranya terdapat 2 elemen penting yaitu komunikator dan komunikan. Komunikator adalah suatu individu atau kelompok yang menyampaikan pesan, sedangkan komunikan adalah suatu individu atau kelompok yang menerima pesan, baik itu pesan verbal maupun nonverbal dalam bentuk simbol yang mempunyai makna. Kedua individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut dapat saling berganti peran, baik itu sebagai penerima pesan ataupun sebagai penyampai pesan. Dalam hal ini disebut sebagai komunikasi berlangsung dua arah (*two-way communication*). Dengan komunikasi ini dapat diketahui tingkat efektivitasnya.<sup>2</sup>

Tentunya dalam berkomunikasi, tingkat efektivitas sangat diperlukan. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mampu menimbulkan perubahan

---

<sup>1</sup> Arifin Badri, *Cerdas Berkomunikasi Ala Nabi*. (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2017) hal. 4

<sup>2</sup> Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press, 2010) hal. 3

sikap pada orang lain yang bisa terlihat dalam proses komunikasi. Adapun tujuan dari komunikasi efektif yaitu memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara komunikator dan komunikan, sehingga Bahasa yang digunakan komunikator lebih jelas dan lengkap serta dapat dimengerti dan dipahami dengan baik oleh komunikan.<sup>3</sup> Dalam berkomunikasi juga diperlukan strategi komunikasi agar pesan-pesan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat. Jika tidak ada strategi komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Pesan-pesan yang ingin disampaikan dirancang sesuai dengan strategi komunikasi yang cocok dengan penerima pesan. Si penerima pesan akan mudah menyerap pesan-pesan yang disampaikan karena sesuai dengan yang dibutuhkannya. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dimensi-dimensi Komunikasi mengemukakan makna strategi komunikasi. Menurutnya, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*commucation planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi sangat penting dalam melakukan dakwah Islamiyah dikalangan umat manusia. Ketika kata dakwah yang kita sebutkan tentunya kita berbicara bagaimana komunikasi atau metode dakwah ala Nabi Muhammad *Shallahu'alaihi wasallam*. Komunikasi ala nabi adalah komunikasi yang disampaikan selama nabi *Shallahu'alaihi wasallam* berinteraksi dengan umatnya dalam rangka menyampaikan dan menyebarkan dakwah Islam. Dalam waktu 23

---

<sup>3</sup> Arifin Badri, *Cerdas Berkomunikasi Ala Nabi*. (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Sya fi'I, 2017) hal.5

tahun adalah waktu yang panjang untuk sebuah pendekatan sosial antara nabi dan umatnya. Disinilah ditemukan ide-ide komunikasi ala nabi *Shallahu'alaihi wasallam* dengan berbagai cara, bentuk dan variasinya. Mengingat nabi adalah seorang utusan Allah yang sukses didalam menyampaikan dakwah Islam yang sudah pasti selama itu nabi menjalin komunikasi aktif dan terus menerus dengan umatnya. Maka terlihatlah peran nabi sebagai komunikator yang sukses hingga ide dan konsep dapat dijadikan obyek kajian dan bahan rujukan yang baik.<sup>4</sup>

Alasan kita berkomunikasi ala nabi dalam berdakwah adalah karena komunikasi yang dilakukan oleh nabi dibumbui dengan hubungan cinta, kasih serta kesetiaan yang terjalin atau lebih diawali dengan komunikasi yang baik. Betapa banyak kebencian dan permusuhan berubah menjadi cinta dan kasih sayang dengan komunikasi yang dijalin dengan baik, begitupun cinta dan kasih sayang dalam sekejap berbalik menjadi dendam karena komunikasi yang buruk. Dan fenomena itu nyata adanya dizaman sekarang. Wajar saja jika Islam memberi perhatian dalam porsi yang besar kepada komunikasi. Agama Islam menekankan kepada umatnya untuk membangun komunikasi yang baik demi terwujudnya tatanan masyarakat yang damai dan sejahtera.<sup>5</sup> Allah swt. Berfirman:

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

“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.” (QS. Al-Isra’[17]:53)

---

<sup>4</sup> Badri, *Cerdas Berkomunikasi*, hal.6

<sup>5</sup> Badri, *Cerdas Berkomunikasi*, hal.7

Komunikasi yang baik dari semua aspeknya merupakan indikator nyata dari keteguhan iman anda. Sebagaimana sabda nabi dalam potongan hadits berikut:

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ ...

“Barang siapa yang beriman kepada Allah dan Hari Akhir maka hendaklah ia berkata baik atau hendaklah ia diam, ...”<sup>6</sup>

Dakwah termasuk dalam tindakan komunikasi, namun tidak semua aktivitas komunikasi adalah dakwah.<sup>7</sup> Bagi seorang muslim, sebaik-baik aktivitas adalah dakwah. Dalam makna yang luas, dakwah mempunyai arti yaitu seruan atau ajakan untuk berbuat kebajikan, menaati perintah yang disampaikan oleh Allah SWT dan Rasulullah SAW dan juga menjauhi larangan-Nya sebagaimana disampaikan dalam Al Qur’an dan Hadis. Oleh karena itu, setiap muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah, mengajak kepada yang baik dan meninggalkan yang dilarang, sebagaimana firman Allah dal Surah Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ؕ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali Imran: 104)

Dalam firman Allah diatas, Allah menegaskan bahwasanya sudah menjadi kewajiban bagi setiap muslim untuk mengajak orang lain menjadi lebih baik, yaitu dengan menyebarkan pesan-pesan positif melalui dakwah baik diatas mimbar maupun melalui media cetak dan visual. Sehingga, setiap kebaikan yang ditebarkan akan menjadi pahala bagi orang yang menyebarkan tersebut, juga kepada yang menerima pesan akan terbawa dampak positifnya.

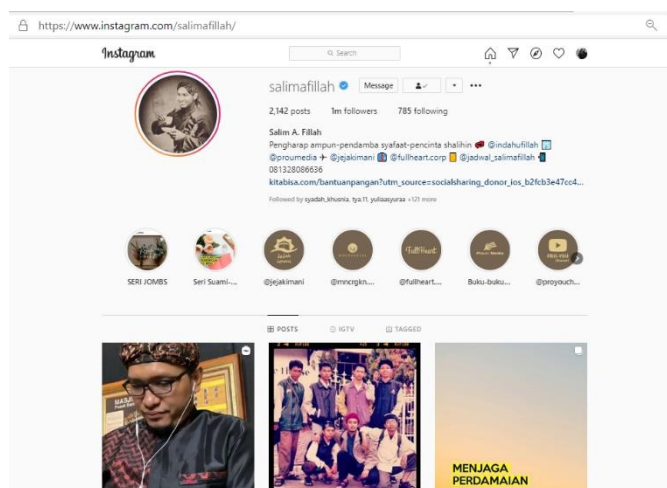
---

<sup>6</sup> HR. Al-Bukhari dan Muslim, Hadits Ke 15 dalam *Kitab Hadits Arba'in An Nawawi*

<sup>7</sup> Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press, 2010) hal. 6

Dalam berdakwah, seorang *da'i* tentu akan menghadapi berbagai tantangan. Semakin hari, tantangan yang dihadapi pun akan berbeda-beda. Di zaman sekarang misalnya, dengan berkembangnya era teknologi revolusi industri 4.0, tantangan yang akan dihadapi oleh *da'i* di era saat ini berbeda dengan tantangan yang dihadapi oleh *da'i-da'i* terdahulu. Di era revolusi industri 4.0 ini, seorang *da'i* dituntut untuk melek terhadap perkembangan teknologi, serta kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi yang disampaikan oleh *da'i*. Dalam hal ini, tidak semua *da'i* mampu berdakwah dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini yaitu dengan memanfaatkan ragam media seutuhnya.<sup>8</sup>

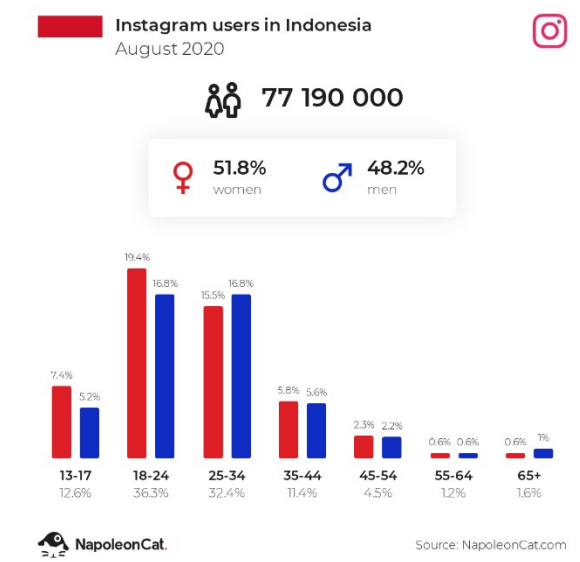
Diantara *da'i* yang berhasil menghadapi tantangan itu adalah Ustadz Salim A. Fillah. Ustadz Salim A. Fillah dikenal dengan Ustadz dan juga seorang penulis yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas terutama dalam bidang sejarah, Sejak kecil, beliau sudah tertarik untuk membaca buku sejarah, selain itu dalam penyampaian, beliau bisa menyesuaikan kondisi jamaah yang menjadi objek dakwahnya. Bahasa yang beliau gunakan juga beragam dan mudah untuk dipahami. Tidak hanya tentang sejarah, tema-tema yang terkait dengan *Parenting* dan



**Gambar 1.1** Profil Akun Instagram Resmi Ustadz Salim A. Fillah

<sup>8</sup> Syamsuriah, Syamsuriah. (2020). *Tantangan Dakwah di Era Milenial*. Jurnal Ilmiah Islamic Resources. 16. 164. 10.33096/jiir.v16i2.17.

kehidupan rumah tangga juga kerap beliau sajikan dalam dakwahnya. Hal ini juga menjadi daya tarik tersendiri dikalangan anak muda saat ini. Selain itu beliau aktif berdakwah di kalangan milenial melalui *platform* media sosial khususnya *Instagram*, hal ini dibuktikan dengan jumlah pengikut beliau di *Instagram* yang mencapai 1 jutaan.<sup>9</sup> Berdasarkan data yang dirilis oleh NapoleonCat<sup>10</sup> pada bulan Agustus 2020, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 77,1 Juta pengguna. Berdasarkan kelompok usia, jumlah pengguna terbanyak berusia antara 18-24 tahun yang merupakan kalangan milenial dengan jumlah mencapai 28 juta pengguna atau dengan persentase 36,3 persen dari total pengguna *Instagram* di Indonesia.<sup>11</sup>



**Gambar 1.2** Rilis NapoleonCat tentang pengguna Instagram di Indonesia

Untuk itu penulis sangat tertarik untuk meneliti bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Salim A. Fillah dalam berdakwah, hal ini yang akan

<sup>9</sup> Akun Instagram resmi Ustadz Salim A. Fillah. Diakses pada 21 September 2020. <https://www.instagram.com/salimafillah/>

<sup>10</sup> Perusahaan Analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia

<sup>11</sup> Berdasarkan Analisis Sosial Media Marketing yang dirilis oleh NapoleonCat pada bulan Agustus 2020. Diakses pada 23 September 2020. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/08>

dibahas dalam penelitian ini dengan Judul “STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ SALIM A. FILLAH”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah strategi komunikasi Ustadz Salim A. Fillah dalam dakwahnya?
2. Bagaimana karakteristik komunikasi dalam dakwah Ustadz Salim A. Fillah?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menggambarkan strategi komunikasi Ustadz Salim A. Fillah dalam dakwahnya.
2. Menggambarkan bagaimana karakteristik komunikasi dalam dakwah Ustadz Salim A. Fillah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat secara Teoritis, penelitian ini dapat digunakan sebagai strategi dalam pengembangan ilmu dakwah dalam tata cara berkomunikasi dan berdakwah.
2. Manfaat secara Praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para da'i untuk tercapainya strategi komunikasi dakwah yang efektif dan mempunyai karakteristik tersendiri.