

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI LEMBAGA DAKWAH ISLAM**Ulul Azmi^{1✉} Candra Krisna Jaya²^{1,2} Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*Corresponding author email: ululfathan@yahoo.com**Abstrak**

Komunikasi yang efektif merupakan elemen kunci dalam menunjang keberhasilan lembaga dakwah Islam dalam menyampaikan pesan keagamaan secara tepat sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah, khususnya dalam menghadapi kompleksitas masyarakat modern dan tantangan pluralitas sosial budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan (*library research*) dengan teknik pengumpulan data melalui kajian literatur, telaah dokumen, serta analisis teori-teori komunikasi dan dakwah Islam yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dakwah dapat diwujudkan melalui perencanaan komunikasi berbasis audiens, pemanfaatan media digital, penguatan kompetensi komunikator, dan evaluasi sistematis terhadap program dakwah. Selain itu, prinsip-prinsip dakwah seperti kejelasan, kemudahan, pemberian kabar gembira (*tabsyir*), serta penggunaan pendekatan empatik dan kultural terbukti mampu meningkatkan penerimaan pesan secara lebih luas. Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformasional, yang berfungsi sebagai instrumen perubahan sosial dan pembentukan sistem nilai keagamaan yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Komunikasi Efektif, Lembaga Dakwah Islam, Strategi Komunikasi, Media Digital, Penguatan Dakwah*

Abstract

Effective communication is a key element in ensuring the success of Islamic da'wah institutions in delivering religious messages accurately and purposefully. This study aims to analyze and formulate strategic measures to enhance the effectiveness of da'wah communication, particularly in addressing the complexities of modern society and the challenges of social and cultural plurality. Employing a library research approach, the study collects data through literature review, document analysis, and examination of relevant theories in Islamic communication and da'wah. The findings indicate that communication effectiveness can be achieved through audience-based planning, the utilization of digital media, the development of communicator competencies, and systematic evaluation of da'wah programs. Furthermore, the implementation of fundamental da'wah principle, such as clarity, ease, conveying glad tidings (*tabsyir*), and the use of empathetic and cultural approaches, significantly enhances message reception. This research asserts that Islamic da'wah communication is not merely informative, but also transformational, functioning as a tool for social change and the development of an inclusive and sustainable religious value system.

Keywords: *Effective Communication, Islamic Da'wah Institutions, Communication Strategy, Digital Media, Strengthening Da'wah*



PENDAHULUAN

Komunikasi memegang peran yang sangat strategis dalam mendukung keberhasilan lembaga dakwah Islam dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Dalam konteks masyarakat kontemporer yang ditandai oleh kemajuan pesat teknologi informasi serta kompleksitas sosial dan budaya, komunikasi dakwah dituntut untuk tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga harus mampu bersifat relevan, inklusif, dan adaptif terhadap dinamika perubahan zaman (Saputri, 2023).

Tantangan yang dihadapi lembaga dakwah Islam semakin beragam, di antaranya adalah heterogenitas latar belakang audiens, persaingan dengan arus informasi dari media digital, serta keterbatasan sumber daya dalam pengelolaan program dakwah secara berkelanjutan. Dalam situasi demikian, efektivitas komunikasi dakwah tidak hanya diukur dari sejauh mana pesan berhasil disampaikan, melainkan juga dari kemampuan pesan tersebut untuk diterima, dipahami, serta diinternalisasi oleh khalayak sasaran (Nurulita, 2021).

Untuk mencapai efektivitas tersebut, strategi komunikasi yang diterapkan oleh lembaga dakwah Islam harus memperhatikan dua aspek utama: (1) aspek teknis, yang mencakup media, metode, dan saluran komunikasi yang digunakan, serta (2) aspek substansial, yang meliputi kesesuaian isi pesan dengan nilai-nilai Islam serta relevansinya terhadap kebutuhan dan kondisi audiens (Lumbu, 2020).

Namun, dalam praktiknya, tidak sedikit lembaga dakwah yang menghadapi berbagai kendala, seperti minimnya pelatihan dan pengembangan kompetensi komunikator, rendahnya pemanfaatan teknologi digital sebagai media dakwah, serta kurangnya evaluasi sistematis terhadap program-program yang telah dijalankan (Alfi & Saputro, 2018).

Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi langkah-langkah strategis yang dapat ditempuh lembaga dakwah Islam guna meningkatkan efektivitas komunikasi, baik dalam aspek penyampaian pesan maupun dalam membangun interaksi yang konstruktif dengan audiens. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis dan konseptual bagi pengembangan strategi komunikasi dakwah yang lebih efektif, responsif, dan berorientasi pada hasil.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kepustakaan (*library research*) untuk menganalisis efektivitas komunikasi lembaga dakwah Islam dalam menyampaikan pesan keagamaan secara strategis. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah dan merekonstruksi konsep, teori, dan praktik komunikasi dakwah berdasarkan sumber-sumber pustaka yang relevan (Ummah et al., 2020). Sumber data dalam penelitian ini berasal dari berbagai dokumen, antara lain buku-buku akademik, jurnal ilmiah, artikel penelitian sebelumnya, peraturan kelembagaan, serta arsip digital yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan manajemen lembaga dakwah Islam.

Data dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), dengan fokus pada penggalian tema-tema utama yang muncul terkait dengan efektivitas komunikasi dakwah. Tahapan analisis meliputi identifikasi isi pesan dakwah, media yang digunakan, karakteristik audiens, serta konteks sosial-budaya yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Peneliti juga melakukan klasifikasi terhadap model-model komunikasi dakwah yang ditemukan dalam berbagai literatur untuk mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan oleh lembaga dakwah (Fatah et al., 2024). Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menyumbang kerangka konseptual yang kuat bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih inklusif, adaptif, dan berorientasi pada hasil dalam konteks dakwah Islam kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Komunikasi Dakwah

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu "*communicatio*" yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan, kata lainnya adalah "*communicatus*" yang berarti berbagi atau milik bersama, atau dari kata "*communis*" yang berarti milik bersama atau berlaku dimana-mana. Sehingga kata "*communis opinio*" mempunyai arti pendapat umum atau pendapat mayoritas. Pendapat lainnya datang dari Prof. Dr. Asep Saeful Muhtadi yang menuliskan bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu "*to communicate*" yang berarti menyampaikan.

Definisi secara aksiologis datang dari Bernard Berelson dan Gary A. Steiner yang menyatakan bahwa komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar-gambar, figur-figur, grafik dan lain sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi (Mulyana, 2022).

Dalam penelitian Tambunan, Effendy berpendapat bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu peran oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Tambunan, 2018).

Berdasarkan temuan dalam penelitian yang disampaikan oleh Syafa'ah (2017), komunikasi dipahami sebagai suatu proses responsif yang terjadi antara sumber pesan dan penerima, melalui penyampaian pesan dalam bentuk simbol atau tanda. Simbol-simbol ini dapat berupa bentuk verbal maupun nonverbal, dan dalam prosesnya tidak selalu mengandaikan adanya kesamaan makna simbol secara eksplisit antara kedua pihak yang berkomunikasi. Artinya, komunikasi tetap dapat berlangsung meskipun tidak terdapat kepastian bahwa komunikator dan komunikan memiliki pemahaman simbolik yang identik. Pemaknaan terhadap pesan dalam konteks ini lebih bergantung pada interpretasi penerima, yang dibentuk oleh latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman personalnya.

Kata “dakwah” sendiri berasal dari bahasa Arab *da'â, yad'û, da'watan* yang secara harfiah berarti “memanggil” atau “mengajak”. Jika ditelaah lebih lanjut, istilah ini memiliki makna yang berbeda dengan “komunikasi” secara konseptual. Merujuk pada pendapat Prof. Dr. Asep Saeful Muhtadi (2012), komunikasi menitikberatkan pada proses penyampaian pesan dengan tujuan terjadinya perubahan persepsi atau perilaku. Sementara itu, dakwah lebih menekankan pada aspek ajakan moral dan spiritual untuk melakukan perubahan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, meskipun keduanya memiliki objek yang sama, yakni aktivitas manusia dalam proses interaksi, komunikasi dan dakwah tetap merupakan dua disiplin ilmu yang berbeda. Namun demikian, keduanya dapat saling melengkapi, di mana pendekatan komunikasi dapat memperkuat efektivitas penyampaian pesan dakwah dalam konteks yang lebih luas dan strategis.

Dakwah dan komunikasi secara teoritis memiliki pengertian yang sederhana. Seseorang yang berkomunikasi berarti seseorang mengikuti, berpartisipasi atau tindakan seperti yang “diinginkan” atau diharapkan, melalui pesan yang dikomunikasikan. Komunikasi berarti upaya untuk membangun persepsi yang sama dengan komunikan melalui cara menyampaikan keterangan, berupa suatu gagasan ataupun sikap.

Terkait dengan hal tersebut secara teoritis agama juga memiliki kaitan erat mempengaruhi kenyataan sosial. Maka, sangat memungkinkan bahwa agama mempunyai peran yang tinggi untuk menentukan pola perilaku manusia. Sehingga “agama” dipandang mampu mendorong, bahkan menekan proses perubahan pada tatanan sosial. Proses kegiatan seperti inilah yang sering diistilahkan oleh para ahli dengan istilah dakwah (Adrian, 2020).

Selanjutnya, dalam perkembangannya para ahli mendefinisikan dakwah dalam artian yang lebih luas lagi. Sukri Sambas misalnya, memahami dakwah merupakan sebuah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi intisari dari ajaran agama yaitu Islam. Proses tersebut menurutnya terjadi karena memiliki unsur-unsur, yaitu orang yang menyampaikan (*da'i*), pesan yang disampaikan, alat yang digunakan (*media*), cara yang digunakan agar pesan yang disampaikan dapat sesuai dengan yang diharapkan, orang menjadi penerima pesan (*mad'u*), tujuan, respon dan ruang dan waktu (dimensi) yang dapat menunjang terwujudnya tujuan dakwah, yaitu kehidupan yang bermartabat, selamat dan mendapat pencerahan di dunia dan di akhirat (Tania, 2019)

Adapun dalam kajian disiplin keilmuan, dakwah mengandung beberapa esensi yang membedakan ilmu dakwah dengan ilmu lainnya. Esensi tersebut di antaranya: *Pertama*, adalah ilmu yang menjelaskan tentang proses penyampaian ajaran agama. *Kedua*, adalah ilmu yang mempelajari tentang gejala-gejala proses dakwah. Selain itu ada dua sisi lain yang membedakan dakwah dengan ilmu lainnya, yaitu terdiri dari esensi pesan yang disampaikan dan esensi dari bentuk, forma, cara atau metode penyampaian.

Secara istilah para ahli sangat beragam sekali memahami arti dari komunikasi. Di antaranya Charles Choley memahami komunikasi sebagai proses mekanisme yang terjadi antara hubungan manusia dengan manusia lainnya yang terjalin melalui simbol komunikasi (Wikšana, 2017). Kemudian Claude Shannon dan Warren Weaver memaknai komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, ide, perasaan, dan keahlian melalui simbol-simbol,

seperti katakata, gambar, bentuk, grafik dan simbol-simbol lainnya (Sukmana et al., 2021). Sedangkan menurut Stuart dalam bukunya Dedy Mulyana, menyebutkan komunikasi sebagai kata benda yang memiliki empat pengertian, yaitu 1) sebagai Pertukaran simbol, pesan, dan informasi. 2) Proses pertukaran antar individu melalui sistem simbol yang sama. 3) Seni untuk mengekspresikan ide atau gagasan, dan 4) Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Panuju, 2018).

Berdasarkan uraian para ahli sebelumnya, komunikasi memiliki perbedaan konseptual yang mendasar dengan dakwah, terutama dalam hal pendekatan dan orientasi. Komunikasi dipahami sebagai proses pertukaran informasi atau pesan antarindividu maupun kelompok yang berlangsung dalam berbagai konteks sosial. Proses ini bersifat timbal balik dan dinamis, serta mencerminkan bentuk interaksi manusia yang melibatkan simbol-simbol verbal maupun nonverbal. Dalam kajian sosiologi komunikasi, komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk, antara lain komunikasi interpersonal (pribadi), komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Komunikasi interpersonal merujuk pada proses pertukaran pesan yang terjadi dalam ruang lingkup hubungan personal, di mana individu terlibat secara langsung sebagai pengirim maupun penerima pesan. Adapun komunikasi kelompok dan komunikasi massa mencerminkan bentuk komunikasi dengan jangkauan yang lebih luas, baik dari segi partisipan maupun media yang digunakan (Adrian, 2020). Dengan demikian, komunikasi berfungsi sebagai kerangka umum dalam memahami dinamika interaksi sosial, sedangkan dakwah membawa muatan religius dan bersifat normatif, dengan tujuan utama mengajak kepada perubahan berbasis nilai-nilai spiritual Islam.

Hakikat Dakwah Islam

Upaya mendakwahkan nilai-nilai Islam pada hakikatnya diawali dengan penyebaran pemahaman mengenai Islam sebagai agama yang holistik. Secara umum, Islam dipahami sebagai sistem keyakinan yang mencakup aspek keimanan, ibadah, perilaku, serta tata nilai yang di dalamnya mengandung aturan (kode etik) dan landasan filosofis yang terstruktur (Ramdhani, 2018). Dalam konteks ini, penyampaian Islam sebagai agama yang *kaffah* (komprehensif) dan universal mengimplikasikan bahwa ajaran Islam meliputi seluruh dimensi kehidupan manusia. Perspektif keilmuan Islam dapat dijabarkan dalam berbagai disiplin, seperti komunikasi politik, komunikasi dakwah, psikologi, filsafat, astronomi, biologi, geografi, dan lain sebagainya (Syafa'ah, 2017). Beragam bidang ilmu tersebut pada dasarnya merupakan turunan dari petunjuk ilahiah yang terkandung dalam Al-Qur'an, yang disertai dengan penguatan melalui logika dan nalar manusia.

Meskipun Al-Qur'an menegaskan bahwa Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang berilmu, pada saat yang sama diakui bahwa kemampuan intelektual dan rasionalitas manusia tetap memiliki keterbatasan dalam menjangkau hakikat ketuhanan secara utuh. Dalam hal ini, Al-Qur'an berperan sebagai sumber petunjuk yang strategis sekaligus sebagai penghubung antara manusia dan Tuhannya. Oleh karena itu, komunikasi dakwah memiliki urgensi yang tinggi sebagai medium dalam menyampaikan ajaran-ajaran yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, baik secara tekstual maupun kontekstual, agar dapat dipahami

dan diinternalisasi oleh masyarakat secara luas.

Berdasarkan pandangan Supriatna et al. (2016), dakwah memiliki posisi strategis dalam menjaga orisinalitas nilai-nilai agama di tengah arus modernitas yang terus bergerak. Peran ini tidak hanya terbatas sebagai saluran transmisi ajaran Islam ke dalam struktur kehidupan masyarakat, tetapi juga sebagai agen perubahan yang secara aktif terlibat dalam dinamika sosial yang berkembang. Dakwah, dalam hal ini, tidak dapat dilepaskan dari interaksi sosial yang kompleks, di mana ia menjadi bagian dari kekuatan sosial yang dinamis, yang berkontribusi terhadap pembentukan sistem sosial baru. Berdasarkan pendekatan sosiologis, eksistensi dakwah harus dipahami sebagai suatu proses komunikasi yang adaptif terhadap konteks sosial-budaya, yang memungkinkan nilai-nilai agama tetap relevan dalam berbagai situasi. Tantangan pluralitas masyarakat yang menjadi karakteristik globalisasi, meliputi keberagaman etnis, budaya, dan agama, menuntut dakwah untuk terus bertransformasi dan menghadirkan pendekatan yang kontekstual, inklusif, serta dialogis dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat modern dan postmodern (Supriatna et al., 2016).

Dinamisasi zaman menuju era modernitas, pada akhirnya menuntut seorang pendakwah untuk bisa beradaptasi dengan kebudayaan masyarakat modern. Hal ini dilakukan agar pola dakwah yang dikembangkan menjadi lebih cepat dan menyeluruh. Perlu upaya yang keras dari seorang pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui ruang abstrak yang lebih membutuhkan interaksi simbolik yang lebih banyak. Hal ini perlu dilakukan untuk menciptakan dakwah yang integratif dan fungsional.

Untuk itu, apa yang telah ditarget oleh Rasulullah Saw dan para pewaris dakwahnya dalam rangka *takwiniyah* (pembentukan) karakter Islam yang dilakukan secara sistematis dan periodik, dimulai dari takwin pribadi Islami (*al-fardu al-muslim*), rumah tangga Islami (*al-baitu al-muslim*), bangsa Islami (*al-sya'bu al-muslim*) dan pemerintah Islami (*al-hukumah al-muslim*) dapat dijadikan sebagai target-target dakwah yang harus dicapai ke depan oleh suatu golongan yang mengajak *amar ma'ruf nahi munkar*.

"Dan hendaklah ada di antara kamu suatu golongan yang mengajak orang berbuat baik, menyuruh mereka mengerjakan kebaikan dan melarang mereka dari berbuat yang mungkar dan hanya mereka itulah orang-orang yang betul-betul beruntung" (QS. Ali Imran: 104).

Target-target dakwah yang telah ditetapkan tersebut di atas, kemudian menjelaskan kepada kita tentang segolongan kaum penyeru yang mengkomunikasikan dakwah Islam secara kaffah (*sempurna*) dan *syumul* (*gradual*). Sehingga *manhaj Nubuwwah* dalam berdakwah menjadi warisan bagi kita untuk menyuarakan nilai-nilai Islam dengan kebijaksanaan dan nasihat-menasehati. *"Ajaklah ummat manusia ke jalan Tuhanmu dengan kebijaksanaan dan dengan nasihat yang baik..."* (QS. An-Nahl: 125).

Dalil lainnya mengatakan *"Barang siapa yang diberi nikmat kebijaksanaan, maka sesungguhnya ia telah diberi kebaikan yang banyak"* (QS. Al-Baqarah: 269). Kedua dalil tersebut paling tidak mencerminkan bahwa metode komunikasi dakwah Islam harus disampaikan melalui kebijaksanaan dan dengan nasihat yang baik.

Terkait kegiatan saling menasehati, perlu kita tekankan bahwa menyeru dengan bahasa kaumnya akan lebih efektif. Karena bahasa suatu kaum tercermin dalam budaya lokal yang

dianut. Selain itu juga sebagai proses yang ditempuh dalam membumikan nilai-nilai tersebut sesuai dengan ukuran budaya di mana dakwah itu dilaksanakan. Pendekatan kultural dalam dakwah seperti ini dipandang relevan terutama karena tujuan dakwah adalah menanamkan nilai-nilai, bukan sekedar menginformasikan suatu ajaran (Syafa'ah, 2017). Sehingga pesan ajaran Islam yang lembut, damai, benar dan menyeluruh disampaikan melalui pendekatan psikologi sosial yang humanis.

Manhaj Dakwah Reformis

Komunikasi dakwah memiliki harapan terjadinya perubahan sosial dimana masyarakat itu dikelola. Karena perubahan itu pada hakikatnya melekat pada tujuan dakwah yang menunjukkan suatu proses yang holistik, meliputi seluruh aspek kehidupan mulai dari perubahan kognisi, sikap dan perilaku. Sehingga proses dakwah pun terjadi secara terus-menerus (*on-going process*), menembus zaman dan keadaan. Dakwah menjadi "pribumi" di manapun dan kapanpun sehingga kehadirannya pun tidak bisa diukur secara normatif sebagai wujud yang *taken for granted* (diberikan cuma-cuma). Akan tetapi, melalui proses adaptasi serta dialog-dialog yang bermakna, usaha dakwah senantiasa menyejarah dalam dataran kultur suatu masyarakat (Syafa'ah, 2017).

Pembaruan dakwah yang diusung oleh Yusuf al-Qaradhawi memiliki lima belas karakteristik, yaitu: Prinsip kemudahan Kata *al-yusru, al-yasar, al-maisara, dan al-maisurah* semuanya berarti *as-suhulah* dan *al-ghina* (mudah dan cukup). Jika dikatakan, "*akhadza ma tayassara wa ma istaisara*" (melakukan apa yang mudah) berarti lawan kalimat "*ma ta'assara wa iltawa*" (apa yang menyulitkan). *Al-maisur* artinya *ma yussira* (yang dimudahkan) (Hamid, 2023).

Prinsip kemudahan dalam dakwah, menurut Yusuf al-Qaradhawi (2020), merupakan pendekatan yang tidak bertentangan dengan nash-nash syar'i yang bersifat tetap, serta tidak menyimpang dari kaidah-kaidah dasar dalam syariat Islam. Kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan yang tetap berada dalam koridor hukum Islam, selaras dengan prinsip-prinsip umum yang melekat dalam ajaran Islam itu sendiri. Dalam kerangka ini, dakwah hendaknya disampaikan dengan pendekatan yang menggembirakan (*tabisyir*) dan bukan menakut-nakuti (*tanfir*). Memberikan kabar gembira diyakini sebagai strategi dakwah yang mampu menumbuhkan rasa cinta dan ketundukan seorang hamba kepada Allah. Pendekatan ini secara psikologis akan menggiring individu untuk taat melalui rasa kasih sayang dan kelembutan, bukan melalui rasa takut yang berlebihan.

Al-Qaradhawi juga mengkritik kecenderungan sebagian kelompok agamis yang terjebak dalam pemikiran ekstrem mengenai akhir zaman, yang menggambarkan masa depan secara pesimistis dan gelap. Narasi-narasi yang demikian berpotensi menciptakan ketakutan kolektif, sehingga menjauhkan umat dari harapan dan semangat dalam menjalani kehidupan beragama secara optimis. Oleh karena itu, pendekatan dakwah yang menekankan pada harapan, cinta, dan kelembutan merupakan wujud aktualisasi dari prinsip kemudahan yang diajarkan dalam Islam, sekaligus menjadi sarana untuk menjangkau hati umat secara lebih efektif dan manusiawi (Syafa'ah, 2017).

Merujuk pada pemikiran Yusuf al-Qaradhawi, prinsip kejelasan merupakan salah satu landasan utama dalam praktik dakwah yang efektif. Berdasarkan pandangannya, kejelasan mencakup aspek penggunaan bahasa yang komunikatif, struktur kalimat yang tidak membingungkan, serta penghindaran terhadap istilah-istilah teknis atau filosofis yang dapat mengaburkan makna pesan dakwah. Prinsip ini bertujuan agar pesan keagamaan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens yang memiliki tingkat pemahaman dan latar belakang yang beragam. Al-Qaradhawi secara tegas membedakan antara nasihat-nasihat Allah yang terang, sederhana, dan mampu menerangi akal serta hati manusia, dengan ungkapan para filosof, ahli kalam, fuqaha, maupun sufi yang terkadang menggunakan istilah atau retorika yang kompleks dan sulit dipahami tanpa bantuan interpretatif. Dengan demikian, berdasarkan kerangka tersebut, kejelasan tidak hanya menjadi instrumen linguistik, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan spiritual dan intelektual antara *da'i* dan *mad'u* (Syafa'ah, 2017).

Kejelasan dalam tujuan dan maksud dakwah, sebagaimana dijelaskan oleh Yusuf al-Qaradhawi, merupakan aspek fundamental dalam merumuskan arah gerak dakwah Islam yang terstruktur dan terukur. Tujuan tersebut mencakup dimensi individu, keluarga, masyarakat, pemerintahan, hingga tatanan global. *Pertama*, dakwah bertujuan membentuk pribadi Muslim yang utuh, baik dalam aspek pemikiran, akidah, akhlak, naluri, perilaku, maupun tindakannya. *Kedua*, dakwah diharapkan mampu menciptakan lingkungan keluarga yang Islami, yang menjadi tempat tumbuh kembangnya nilai-nilai keislaman secara harmonis. *Ketiga*, dakwah diarahkan untuk membentuk masyarakat atau bangsa yang Islami dalam cara berpikir, berakidah, berperilaku, serta dalam struktur sosialnya secara menyeluruh.

Keempat, dalam cakupan yang lebih luas, dakwah bertujuan untuk mewujudkan pemerintahan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, yang tidak hanya mengatur kehidupan publik secara adil, tetapi juga aktif mendorong masyarakat untuk terhubung dengan masjid dan memperoleh bimbingan keagamaan. *Kelima*, dakwah berperan dalam menyatukan kembali entitas politik umat Islam yang telah tercerai-berai akibat intervensi kolonialisme dan politik adu domba bangsa Barat. *Keenam*, dakwah diorientasikan pada upaya penegakan nilai-nilai ketauhidan dan keadilan Ilahi (*bendera Allah*) di seluruh penjuru dunia, sehingga Islam dapat diterima sebagai rahmat bagi seluruh alam. *Ketujuh*, tujuan akhir dari dakwah adalah menjadikan risalah Islam sebagai pesan global yang mampu menyentuh seluruh umat manusia lintas bangsa, budaya, dan peradaban.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi dakwah Islam sangat dipengaruhi oleh strategi penyampaian pesan yang kontekstual, komunikatif, dan selaras dengan prinsip-prinsip dasar ajaran Islam. Pendekatan reformis yang ditawarkan oleh Yusuf al-Qaradhawi memberikan kontribusi penting dalam mereformulasi metode dakwah agar lebih adaptif terhadap dinamika sosial

dan kebutuhan umat di era kontemporer. Prinsip kemudahan (*at-taysir*) dan kejelasan (*al-wuduh*) yang dikedepankan oleh al-Qaradhawi terbukti relevan sebagai landasan dalam membangun komunikasi dakwah yang tidak hanya normatif, tetapi juga fungsional dan transformatif. Dakwah yang disampaikan dengan pendekatan yang menggembirakan (*tabsyir*), empatik, dan menghindari narasi yang menakutkan (*tanfir*) mampu meningkatkan penerimaan serta pemahaman audiens terhadap pesan keislaman secara lebih manusiawi dan bermakna.

Lebih jauh, dakwah Islam tidak hanya ditujukan untuk perubahan individu semata, tetapi juga menyoal pembentukan tatanan sosial yang berkeadaban—meliputi keluarga, masyarakat, pemerintahan, hingga skala global. Dalam konteks tersebut, dakwah berfungsi sebagai agen perubahan sosial yang memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai ketauhidan, keadilan, dan kasih sayang universal. Dengan demikian, reformasi manhaj dakwah melalui prinsip-prinsip komunikasi yang inklusif, adaptif, dan berbasis nilai-nilai Islam menjadi urgensi dalam menjawab tantangan dakwah di era modern, khususnya dalam konteks digitalisasi dan pluralitas masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfi, I., & Saputro, D. R. (2018). Hambatan komunikasi pendamping sosial. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(2), 193–210.
- Al Fatah, S. A. A., Abdurrazaq, M. N., & Bakhrudin, E. (2024). Analisis metode dakwah kontemporer di akun Instagram @husein_hadar. *Journal of Islamic Studies*, 2(1), 63–70.
- Andrian, B. (2020). Komunikasi dakwah dalam tinjauan sosiologi komunikasi. *Tasamuh*, 18(2), 211–224.
- Hamid, A. (2023). *Paradigma dakwah Syekh Yusuf al-Qaradhawi: Rekonstruksi pemikiran dakwah harakah*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Lumbu, A. A. (2020). *Strategi komunikasi dakwah: Studi masyarakat miskin perkotaan dalam peningkatan pemahaman ajaran agama Islam*. Yogyakarta: CV. Gre Publishing.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi dakwah: Teori, pendekatan dan aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, D. (2022). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurulita, N. (2021). *Penyuluhan agama di era digital* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar studi (ilmu) komunikasi: Komunikasi sebagai kegiatan, komunikasi sebagai ilmu*. Jakarta: Kencana.
- Saputri, S. A. (2023). *Strategi komunikasi Ikatan Da'i Muda Indonesia Sulawesi Tengah dalam meningkatkan mutu da'i pada masyarakat di Kota Palu* [Disertasi doctoral, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu].
- Supriatna, I., Amin, M., & Jasad, U. (2016). Dakwah siyasah: Strategi dakwah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam perjuangan aspirasi umat Islam. *Jurnal Diskursus Islam*, 4(1), 18–37.

- Sukmana, R. A., Irpan, M., & Hayat, M. A. (2021). Komunikasi pendidikan dan entrepreneurship. *Journal of Syntax Literate*, 69(12).
- Syafa'ah, A. (2017). Analisa komunikasi dakwah Islamiyah pada manhaj dakwah modern. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1).
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh komunikasi massa terhadap audiens. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 24–31.
- Tania, G. (2019). *Analisis isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial Instagram* [Disertasi doctoral, UIN Raden Intan Lampung].
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast sebagai strategi dakwah di era digital: Analisis peluang dan tantangan. *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 210–234.