Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## A. Kajian Teori

### 1. Teori Respon

Respon adalah perubahan tingkah laku sebagai akibat dari adanya rangsangan.[6]

Sedangkan menurut Jalaluddin Rahmat respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organism bukanlah semata-mata suatu gerakan positif, setiap jenis kegiatan yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang dapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.[7]

Pendekatan respon adalah metode pengembangan skala sikap yang tujuannya adalah meletakkan kategori respon pada titik-titik disepanjang suatu kontinum psikologi yang telah ditetapkan. Nilai skala setiap pernyataan akan diperoleh dari distribusi respon atau jawaban kelompok responden yang menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pertanyaan. Oleh karena itu pendekataan stimulus tidak memerlukan adanya kelompok penilai.[8]

Respon ada beberapa aliran, yaitu:

[6] Sarlito W Sarwono, *Teori-Teori Psikologi Sosial*, hlm 15.
[7] Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm . 51.
[8] Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset, 2011), hlm. 125.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

a. Respon masa lampau atau tanggapan ingatan.
b. Respon masa datang atau tanggapan mengantisipasikan.
c. Respon masa kini atau tanggapan representatif.[9]

Menurut Sarlito respon setiap orang berbeda-beda, karena ada beberapa hal yang mempengaruhi respon itu. Adapun hal-hal yang mempengaruhi respon adalah sebagai berikut:

a. Perhatian, biasanya kita tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada, akan tetapi kita hanya bisa memusatkan perhatian kita pada satu atau dua objek aja.
b. Set (*mental set*), set adalah kesiapan mental seseorang untuk menghadapi suatu rangsangan yang akan timbul dengan cara tertentu.
c. Kebutuhan, kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang, akan mempengaruhi persepsi seseorang.
d. Sistem nilai, sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi.[10]

Saat seseorang memberikan respon terhadap sesuatu maka bisa digambarkan seperti yang terdapat dalam sebuah teori yang dikenal dengan teori S-O-R, sebagai berikut :

a. S (Stimulus atau Pesan),
b. O (Organisme atau Komunikan),
c. R (Response atau Efek).

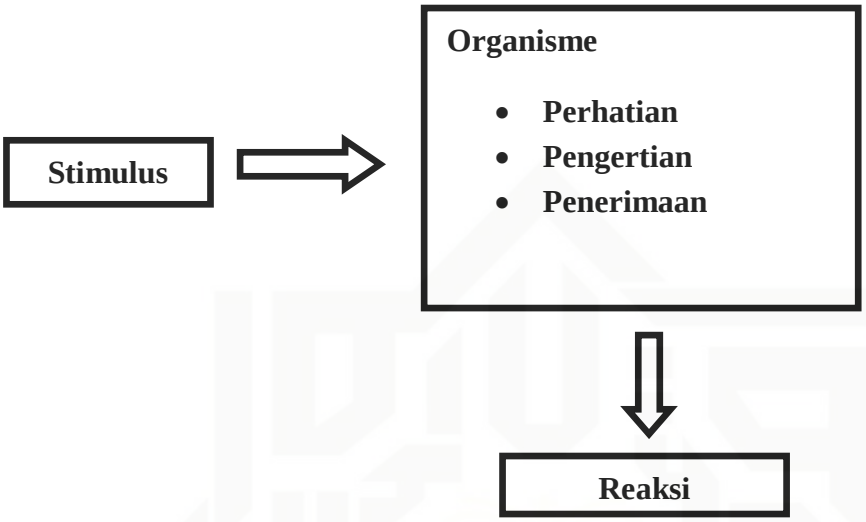
---

[9] Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Raja Rosdakarya, 2007), hlm. 127.

[10] Sarlito W Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 103.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Teori S-O-R**




Menurut stimulus ini, efek ynag ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Proses ini digambarkan "perubahan sikap" dan tergantung pada proses yang terjadi pada individu.

a. Stimulus yang diberikan pada organism dapat diterima atau ditolak, maka proses selanjutnya terhenti. Ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme. Jika stimulus diterima oleh organism berarti adanya komunikasi atau perhatian dari organism. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi. Stimulus yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rangsangan dari pesan itu sendiri.
b. Langkah selanjutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari komunikan, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus.
c. Kemudian, organism / komunikan dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan sikap.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam proses perubahan sikap ini terlihat bahwa sikap berubah hnaya jika ransangan ynag diberikan benar-benar melebihi ransangan semula.[11]

Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon dimaksud disini adalah sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori ini unsur respon adalah efek atau pengaruh dari kualitas dakwah. Karena secara psikologi sangat jelas bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin juga ditolak. Komunikasi akan berlangsung secara efektif jika adanya perhatian, pengertian, penerimaan dari komunikan.

**2. Faktor Terbentuknya Respon**

Tanggapan yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi jika memenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui supaya individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Pada proses awalnya individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Tidak semua stimulus mendapat respon individu, karena individu melakukan stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik dirinya. Dengan demikian maka akan ditanggapi adalah individu tergantung pada stimulus juga bergantung pada keadaan individu itu sendiri.

Dengan kata lain, stimulus akan mendapat pemilihan dan individu akan bergantung pada dua faktor, yaitu:

a. Faktor Internal: yaitu faktor yang ada pada individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni jasmani dan rohani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua unsur

[11] Onong Uchana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya, 2003), hlm. 245-246.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil tanggapan yang berbeda intensitasnya pada diri individu yang melakukan tanggapan atau berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan yang lain. Unsur jasmani atau fisiologi meliputi keberadaan, keutuhan cara kerja atau alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani pada fisiologinya yang meliputi keberadaan dan perasaan (*feeling*), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.

b. Faktor eksternal: yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Menurut Bimo Walgito dalam bukunya Pengatar Psikologi Umum mengatakan bahwa faktor lingkungan berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera.[12]

### 3. Macam-Macam Respon

Respon terbagi kedalam 3 bagian, yaitu :

a. Respon kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.
b. Respon afektif, yaitu yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.

[12] Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: UGM, 1996), hlm. 55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c. Respon konatif, yaitu respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.[13]

Adapun menurut Agus Sujanto, ada beberapa macam tanggapan yaitu :

a. Tanggapan menurut indera yang mengamati yaitu :
   1) Tanggapan auditif, yakni tanggapan terhadap apa-apa yang telah di dengarnya, baik berupa suara, kekuatan dan lain-lain.
   2) Tanggapan visual, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang dilihat.
   3) Tanggapan perasa, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang dialaminya.
b. Tanggapan menurut terjadinya yaitu :
   1) Tanggapan ingatan, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang diingatnya.
   2) Tanggapan fantasi, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang dibayangkannya.
   3) Tanggapan fikiran, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang dipikirkannya.
c. Tanggapan menurut lingkungan yaitu :
   1) Tanggapan benda, yakni tanggapan terhadap benda yang menghampiri atau yang berada didekatnya.
   2) Tanggapan kata-kata, yakni tanggapan terhadap kata-kata yang didengarkan atau dilihatnya.[14]

[13] Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, hlm. 118.
[14] Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**4. Pengertian Kegiatan**

Dalam bahasa Inggris, kegiatan sering disebut juga dengan aktivitas. Sedangkan menurut Poerwadarminta di dalam kamus umum bahasa indonesia aktivitas adalah kegiatan; kesibukan.[15]

Sedangkan menurut Drs. Suharso dan Dra. Ana Retnoningsih di dalam kamus besar bahasa indonesia aktivitas adalah kegiatan kesibukan; keaktifan; kerja atau salah satu kegiatan kerja yang dilaksanakan dalam tiap bagian di dalam perusahaan.[16]

**5. Penegrtian Dakwah**

Perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a* artinya memanggil atau menyeru, mengajak atau mengundang. Jika diubah menjadi *da'watan* maka maknanya akan berubah menjadi seruan, panggilan atau undangan.[17] Menurut Prof. Thoha Yahya Oemar, MA. Pengertian dakwah menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

Sedangkan Aboebakar Atjeh, dakwah adalah perintah mengadakan seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.[18]

---

[15] W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 20.

[16] Suharso dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux Cet. 9*, (Semarang: Widya Karya, 2011), hlm. 25.

[17] Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2007), hlm. 25.

[18] Moh. Ali. Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, hlm. 13.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Dari beberapa definisi diatas, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, tetapi apabila dibandingkan satu sama lain, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut[19]:

a. Dakwah menjadikan perilaku Muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang didalam prosesnya melibatkan *da'i, mad'u, materi, metode, media* dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.
b. Dakwah juga dapat dipahami dengan proses internalisasi, transformasi, transmisi, dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat.
c. Dakwah mengandung arti panggilan Allah Swt. dan Rasulullah Saw. untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupannya.

Dakwah Islam meliputi ajakan, keteladanan, dan tindakan konkret untuk melakukan tindakan yang lebih baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Perintah untuk mengajak orang ke jalan Allah secara tegas tersurat dalam surat An-Nahl ayat 125:

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

Artinya: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya*

[19] Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 2-3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."*

Berlandaskan ayat tersebut, pelaku dakwah dapat mengambil dasar-dasar untuk berdakwah dengan cara: bijaksana (*al-hikmah*), yaitu perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dan yang batil; pelajaran yang baik (*al-Maw'izhah al-Hasanah*); dan perdebatan yang baik. Namun cara terakhir jarang digunakan dalam dakwah Islam karena perdebatan dan perbantahan akan mengeraskan hati dan mengheruhkan keadaan sehingga membawa kepada posisi yang defensif reaktif. Oleh sebab itu, cara yang paling banyak digunakan oleh para juru dakwah, yaitu car a bijaksana (*bil-hikmah*) dan pelajaran yang baik.[20]

Dakwah juga harus disampaikan secara persuasif, yakni dengan menggunakan cara berfikir cara merasa masyarakat yang didakwahi, sehingga mereka menerima dan mematuhi seruan *Da'i*, tetapi merasa sedang mengikuti kehendak sendiri.[21]

**6. Unsur-Unsur Dakwah**

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).[22]

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

[20] Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi* (Bandung: Simbiosan Rekatama Media, 2010), hlm. 22.

[21] Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah cet-2* (Jakarta: KENCANA, 2009), hlm. viii.

[22] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah cet-2* (Jakarta: KENCANA, 2009), hlm. 21.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum, kata *da'i* ini sering disebut dengan sebutan *muballigh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.

Nasaruddin Latief didalam buku karangan M. Munir dan Wahyu Ilaihi mendefinisikan bahwa *da'i* adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah adalah *wa'ad, muballigh mustama'in* (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.[23]

Seorang *da'i* harus mengetahui bagaimana cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk mempersiapkan solusi terhadap problema yang dihadapi oleh manusia, juga metode-metode yang dihadirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.

*Da'i* memiliki posisi sentral dalam dakwah, sehingga *da'i* harus memiliki citra atau *image* yang baik dalam masyarakat. Citra (*image*) bisa dipahami sebagai kesan berkenaan dengan penilaian terhadap seseorang,

[23] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah cet-2*, hlm. 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

instansi maupun organisasi yang diciptakan *da'i* sebagai hasil langsung dari dakwahnya. Citra yang berhubungan dengan seorang *da'i* dalam perspektif komunikasi erat kaitannya dengan kredibilitas yang dimiliki. Citra da'i adalah penilaian *mad'u* terhadap *da'i*, apakah *da'i* mendapat citra positif atau negatif. Pencitraan mad'u terhadap diri seorang *da'i* sangat berpengaruh dalam menentukan apakah mereka akan menerima informasi atau pesan dakwah atau sebaliknya menolak dakwah tersebut. Ada empat cara bagaimana seorang *da'i* dinilai oleh *mad'u*nya:[24]

1) *Da'i* dinilai dari reputasi yang mendahuluinya. Apa yang sudah dilakukannya, bagaimana karya-karyanya, apa latar belakang pendidikannya, apa jasanya dan bagaimana sikapnya. Apakah sikapnya seorang *da'i* memperindah atau menghancurkan reputasinya.
2) Melalui perkenalan atau informasi tentang diri *da'i*. Seorang *da'i* dinilai *mad'u*nya dari informasi yang diterimanya. Bagaimana informasi tentang *da'i* diterima dan bagaimana *da'i* memperkenalkan dirinya sengat menentukan kredibilitas seorang *da'i*.
3) Melalui apa yang diucapkannya. "*al-lisan mizan al-insan"*(lisan adalah ukuran seorang manusia), begitu ungkapan Ali bin Abi Thalib. Apabila seorang *da'i* mengungkapkan kata-kata kotor, kasar dan rendah, maka seperti itu pula kualitasnya. *Da'i* memiliki kredibilitas apabila ia konstan dalam menjaga ucapannya dan selaras dengan perilaku keseharian.

[24] Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah,* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4) Melalui bagaimana cara *da'i* menyampaikan pesan dakwahnya. Penyampaian dakwah yang sistematis dan terorganisir memberi kesan pada *da'i* bahwa ia menguasai persoalan, materi dan metodologi dakwah.

Seorang *da'i* yang kredibel adalah seorang yang memiliki kompetensi dibidangnya, integritas kepribadian, ketulusan jiwa dan memiliki status yang cukup. *Da'i* harus menjadi saksi kebenaran, menjadi teladan umat dan berakhlak baik yang mencerminkan nilai-nilai Islam.

Sementara itu, untuk mewujudkan seorang *da'i* yang profesional yang mampu memecahkan kondisi mad'unya sesuai dengan perkembangan dan dinamika yang dihadapi oleh objek dakwah, ada beberapa kriteria. Adapun sifat-sifat penting yang harus dimiliki oleh seorang *da'i* secara umum, yaitu:[25]

1) Mendalami Al-qur'an dan Sunnah dan sejarah kehidupan Rasul serta khulafaurrasyidin.
2) Memahami keadaan masyarakat yang akan dihadapi.
3) Berani dalam mengungkapkan kebenaran kapanpun dan dimanapun.
4) Ikhlas dalam melaksanakan tugas dakwah tanpa tergiur oleh nikmat materi yang hanya sementara.
5) Satu kata dengan perbuatan.
6) Terjauh dari hal-hal yang menghancurkan harga diri.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

[25] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 81.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

*Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia yang menerima dakwah, baik secara individu maupun kelompok; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak untuk memeluk agama Islam; sedangkan kepada orang yang telah memeluk Islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan, yaitu:

1) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berfikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
2) Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum mendapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
3) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

*Maddah* dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajarn Islam itu sendiri.

Ajaran-ajaran yang dibawa dan diajarkan oleh Rasulullah SAW., kepada umatnya ini meliputi aspek duniawi dan ukhrawi, yang tentunya materi yang harus diserukan dalam dakwah pun menjadi luas sekali.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Adapun di antara materi-materi dakwah tersebut, dapat di ringkas menjadi beberapa pokok pembahasan, di antaranya:[26]

1) Akidah Islam, yang meliputi tauhid dan keimanan.
2) Pembentukan pribadi yang sempurna, dengan berpondasikan pada nilai-nilai *akhlaqul karimah*.
3) Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur.
4) Kemakmuran dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat.
5) Dan berbagai pembahasan lainnya.

Namun, secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu: *Masalah Aqidah* (keimanan), *masalah Syari'ah* (hukum)*, masalah mu'amalah,* dan *masalah akhlak.*

Adapun sumber dari keseluruhan materi yang didakwahkan, pada dasarnya merujuk pada al-Qur'an, Hadits Rasulullah SAW., *ra'yu* para ulama, serta beberapa sumber lainnya.

d. *Wasilah* (Media Dakwah)

Menurut Mira Fauziyah, media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u.*[27]

Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah*

[26] Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*, (Jakarta: AMZAH, 2008), hlm. 235.
[27] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, hlm. 404.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dakwah lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.[28]

1) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana karena hanya menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyluhan, dan lain sebagainya.
2) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan. Buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat adalah contoh dari media ini.
3) Lukisan adalah media dakwah sebuah gambar, karikatur, dan contoh yang lain sebagainya.
4) *Audiovisual* adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya seperti televisi, film slide, OHP, internet, dan sebagainya.
5) Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.

e. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Said bin Ali al- Qathani membuat definisi metode dakwah sebagai berikut. "*Uslub* (metode) dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya".[29]

[28] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah cet-2,* hlm. 32.
[29] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, hlm. 357.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dari pendapat diatas dapat diambil pengertian bahwa, metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.[30]

Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan melalui metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya akan merujuk pada surat An-Nahl ayat 125.

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

Artinya: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."*

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga, yaitu: *bial-hikmah; mau'azatul hasanah;* dan *mujadalah billati hiya ahsan.* Secara garis besar ada tiga pokok metode dakwah,[31] yaitu:

1) *Bi al-Hikmah,* yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada

[30] Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah,* hlm. 243.
[31] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah cet-2,* hlm. 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa dan keberatan.

2) *Mau'izatil Hasanah,* yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan memberi materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respon dan efek pada *mad'u*.

*Atsar* (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*.[32] Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang

[32] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah cet-2*, hlm. 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya. Demikina juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan kembali.

Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa *effect kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. *Efek afektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan *efek behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat dipahami, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.[33]

## B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penelitian mendeskripsikan pada penelitian-penelitian lain yang berbentuk skripsi dan ada relevansinya dengan judul diatas.

Adapun penelitian yang hampir mirip namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul:

1. *"Respon Remaja Islam Masjid Fathullah (Irmafa) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Terhadap Film Cinta Tapi Beda"* yang di tulis oleh Esti Nurhayati jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah

[33] Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori dan Praktik Berpidato* (Bandung: Akademika, 1982), hlm. 269.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan Komunikasi tahun 2014. Berdasarkan hasil penelitian pada Respon Remaja Islam Masjid Fathullah (Irmafa) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Terhadap Film Cinta Tapi Beda, didapatkan hasil respon *konatif* (perilaku) memiliki nilai rata-rata terbesar dengan jumlah skor 4.7, dan respon *kognitif* (pengetahuan) menempati peringkat kedua dengan jumlah nilai rata-rata 4.4, serta respon *afektif* (perasaan) menempati peringkat terakhir dengan jumlah nilai rata-rata 4,34. Persamannya meneliti tentang respon dan perbedaannya Esti Nurhayati meneliti tentang respon Remaja Masjid Islam Fathullah (irmafa) terhadap film cinta tapi beda, sedangkan penulis meneliti tentang respon jama'ah Masjid Raya An-Nur terhadap kegiatan dakwah.

2. *"Respon Remaja Muslimah Terhadap Seni Rebana Sebagai Media Pengembangan Dakwah di Kelurahan Kota Lama Kecamatan Kunto Darussalam Kabupaten Rokan Hulu"* yang di tulis oleh Retno Pujianti jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi tahun 2017. Berdasarkan hasil penelitian pada Respon Remaja Muslimah Terhadap Seni Rebana Sebagai Media Pengembangan Dakwah, didapatkan hasil respon *kognitif* (pengetahuan) memiliki nilai rata-rata terbesar dengan jumlah skor 85.15%, dan respon *psikomotorik* (perilaku) menempati peringkat kedua dengan jumlah nilai rata-rata 82.73%, serta respon *afektif* (perasaan) menempati peringkat terakhir dengan jumlah nilai rata-rata 78.22%. Persamannya meneliti tentang respon dan perbedaannya Retno Pujianti meneliti tentang respon Remaja

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Muslimah terhadap seni rebana sebagai media pengembangan dakwah, sedangkan penulis meneliti tentang respon jama'ah Masjid Raya An-Nur terhadap kegiatan dakwah.

## C. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk menjabarkan dalam bentuk nyata kerangka teoritis, karena kerangka teori masih bersifat abstrak juga belum sepenuhnya dapat diukur dilapangan, untuk itu perlu dioperasionalkan agar lebih mudah.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kajian rutin tafsir Al-Quran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perhatian

   Memahami, wawasan, kesediaan

2. Pengertian

   Mengerti, empati

3. Penerimaan

   Menerima, keyakinan, minat