

PEMETAAN PROBLEMATIKA KOMUNIKASI DALAM AKTIVITAS DAKWAH DI MAJLIS TAKLIM KOTA PEKANBARU

Ginda dan Yefni

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

ginda@uin-suska.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan permasalahan-permasalahan komunikasi dalam kegiatan dakwah di majelis taklim. Dakwah merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan komunikasi. Bahkan kegiatan dakwah itu dalam arti luas adalah komunikasi itu sendiri. Dari perspektif keilmuan "dakwah" dan "komunikasi" berangkat dari epistemologi masing-masing, namun pada sisi implementasinya terdapat titik temu, dimana dakwah dapat memanfaatkan teori-teori komunikasi untuk melengkapi kebutuhan teoritis yang belum dikembangkan pada keilmuan dakwah. Pada tataran inilah kajian problematika dakwah di majelis taklim dapat dilakukan dari perspektif teori-teori komunikasi. Penemuan tentang problematika komunikasi pada umumnya menjadi bagian dari penemuan problematika dakwah, permasalahan komunikasi di majelis taklim, juga menjadi permasalahan dakwah.

Kata Kunci: komunikasi, dakwah.

Abstract

This study is intended to find problems of communication in missionary activities in taklim. Da'wah is an activity that can not be separated from communication activities. Even the missionary activities in the broadest sense is the communication itself. From the perspective of science "propaganda" and "communication" departing from epistemology respectively, but the implementation side there is a meeting point, where propaganda can utilize communication theories to complement the theoretical need for development in the science of propaganda. At this level of study the problems of propaganda in taklim can be done from the perspective komunikasi. Penemuan theories about the problematics of communication in general be part of the problem of propaganda invention, communication problems in taklim, is also a problem of propaganda.

Keywords: communication, da'wah.

PENDAHULUAN

Latar belakang masalah.

Komunikasi merupakan sesuatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. Karena komunikasi tidak pernah lepas dari kehidupan manusia. Ketika manusia sedang sendirian, atau bersama dengan orang lain manusia selalu melakukan kegiatan komunikasi. Secara empiris sulit untuk mengabaikan perilaku komunikasi di tengah-tengah masyarakat. Maka tidaklah salah para ahli komunikasi mengemukakan bahwa 90 % kegiatan manusia, sebenarnya adalah kegiatan komunikasi.

Astrid S. Susanto sebagai seorang pakar komunikasi lebih mengkonkritkan lagi bentuk keterlibatan komunikasi ini dengan manusia melalui tulisannya yang menjelaskan bahwa, Komunikasi merupakan dasar dari eksistensi suatu masyarakat dan menentukan pula struktur masyarakatnya. Hubungan manusia (dalam

masyarakat) tentu didasarkan pada aktivitas komunikasi. (Astrid. S Susanto, 1976:1). Dengan pemahaman seperti ini, maka masyarakat tidak "ada" (eksis) ketika tidak terdapat komunikasi. Meskipun secara fitrah (potensi) manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa orang lain, maka fitrah ini tidak akan bermakna ketika manusia tidak mampu melakukan komunikasi dengan sesamanya, dan mungkin eksistensinya juga sebagai makhluk sosial-pun tidak bisa eksis tanpa kemampuan berkomunikasi.

Urgensi komunikasi yang seperti itu memang mengindikasikan betapa kegiatan manusia selalu berada dalam pusaran komunikasi, dalam hal ini tentu kegiatan-kegiatan yang berdimensi keagamaan tidak terkecuali. Karena itu dalam Islam pun perbuatan mengadakan komunikasi dan interaksi sosial selalu mendapat kantelekan-tekanan yang cukup kuat. Terekam dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan oleh sesama manusia dan lingkungan hidup-

nya saja, melainkan juga dengan Tuhan. Dalam al-Qur'an terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi, seperti Qs. Al-Hujrat, 12, maupun komunikasi dialogis antara Allah swt, Adam (manusia) dan malaikat, dalam surah Al-Baqoroh ayat 30. Komunikasi seperti ini (yang terkait dengan Islam atau dakwah) oleh Iswandi Syahputra disebut dengan komunikasi Profetik. (Iswandi Syahputra, 2007: xi).

Salah satu bentuk keterlibatan komunikasi dalam konteks keagamaan, berkaitan dengan kegiatan dakwah bil lisan, atau dalam istilah komunikasi dikenal dengan *speech communication* maupun *public speaking*. Kegiatan dakwah (bil-lisan) memang telah menjadi bagian penting dari perkembangan Islam sejak masa-masa historisnya sampai saat ini.

Dari perspektif komunikasi memang agak sulit membedakan antara kegiatan dakwah dan komunikasi. Mungkin karena itu Ahmad Mubarak dalam bukunya *psikologi Dakwah* menjelaskan bahwa dakwah adalah kegiatan komunikasi. Dalam merespons perkembangan ini, beberapa ahli komunikasi Islam, menyebutkan bahwa fenomena komunikasi dalam kegiatan dakwah ini dengan istilah *Komunikasi dakwah*. Komunikasi dakwah berarti menempatkan komunikasi merupakan bagian integral dari keilmuan dakwah.

Tulisan atau penelitian ini tidaklah dimaksudkan untuk mengkaji epistemology keilmuan *komunikasi dakwah*, diskursus ini hanya sekedar untuk memahami keterkaitan yang sangat erat antara komunikasi dengan dakwah, yang dalam tatanan prakteknya telah melibatkan kedua variable (komunikasi dengan dakwah) dalam satu kegiatan yang integral. Kesuksesan komunikasi dalam kegiatan dakwah, berarti kesuksesan dakwah itu sendiri, dan sebaliknya kegagalan komunikasi dalam dakwah berarti kegagalan dakwah itu sendiri.

Dalam tatanan peraktisnya komunikasi berperan penting dalam pelaksanaan dakwah (khususnya dakwah bil-lisan), kegiatan-kegiatan pengembangan Islam melalui dakwah ini, telah terbukti memberikan kontribusi yang sangat signifikan, dengan berkembangnya Islam sampai saat ini.

Munculnya indikasi kesadaran keberagaman akhir-akhir ini, yang di tandai dengan mening-

katnya volume kesadaran beribadah dan aktivitas rutinitas spiritual di hampir semua lapisan masyarakat, menjamurnya mesjid, Majelis zikir, berkembangnya Majelis taklim, dan lain sebagainya, secara teoritis merupakan indikasi keberhasilan dakwah, dan tentu keberhasilan ini tidak terlepas dari kontribusi komunikasi, (termasuk *public speaking*), walaupun belum di uji secara empiris seberapa besar kontribusi komunikasi dalam keberhasilan dakwah.

Majelis taklim merupakan salah satu lembaga dakwah yang sangat fungsional, dan diperkirakan turut memberikan kontribusi penting dalam membangun kesadaran beragama di tengah-tengah masyarakat. Lembaga ini hampir terdapat di setiap komunitas muslim dan merupakan institusi dimana aktivitas komunikasi persuasif (*public speaking*) diimplementasikan. Tidak ada kegiatan-kegiatan dakwah majelis taklim berlangsung tanpa komunikasi persuasif, karena itu keberhasilan majelis taklim dalam melaksanakan fungsi dakwah sekaligus merupakan keberhasilan dari komunikasi dakwah persuasif.

Tanpa mengurangi arti keberhasilan-keberhasilan yang dicapai oleh kegiatan komunikasi dakwah persuasif di majelis-majelis taklim seperti disebutkan diatas, patut juga diperhatikan bahwa maraknya kegiatan dakwah dan perkembangan majelis taklim, tidak sekaligus menjadi indikasi yang mencerminkan tingkat pemahaman dan pengamalan Islam secara kualitatif. Karena ternyata perilaku-perilaku yang demikian hanya menjadi lambang kesalehan sosial, sedangkan ibadah yang dilaksanakan oleh ummat hanya sebatas melaksanakan kewajiban dan ritualitas semata. Pemahaman yang merupakan buah dari ibadah yang berdimensi vertikal dan kepedulian sosial sangat kurang, sementara ritme kehidupan yang berdimensi hedonistik, materialistik dan sekularistik semakin merajalela. Meminjam ungkapan M. Ali Aziz (2004:v) "ada kecenderungan agama tidak berdayalagi dijadikan sebagai pedoman kehidupan ummat manusia".

Tentu diakui, bahwa perilaku masyarakat (ummat) yang demikian jelas tidak hanya disebabkan oleh kurang berhasilnya komunikasi dakwah pada majelis taklim. Banyak faktor yang turut berkontribusi mendorong munculnya perilaku-perilaku menyimpang yang muncul di tengah-tengah masyarakat, akan tetapi sebagai lembaga dakwah, majelis taklim dengan kegiatan

komunikasi dakwah jelas memiliki problema yang membuat institusi ini kurang berdaya berhadapan dengan problema-problema kemanusiaan tersebut. Apa lagi disinyalir akhir-akhir ini institusi ini mulai kurang di minati oleh masyarakat.

Melihat peranan dan eksistensi komunikasi dalam proses kegiatan dakwah di Majelis taklim yang demikian vital, maka aspek komunikasi ini layak dicurigai sebagai salah satu faktor penting yang menyebabkan pengaruh dakwah persuasif dari majelis taklim mulai melemah akhir-akhir ini.

Karena itulah penelitian ini berusaha mencoba memetakan masalah-masalah komunikasi yang terdapat dan diprediksiturut memberikan kontribusi terhadap pengurangan efek positif dari kegiatan dakwah persuasif yang dilakukan di majelis taklim di Kota Pekanbaru.

Permasalahan.

Masalah pokok yang menjadi kajian penelitian ini berkaitan dengan problematika komunikasi dakwah di majelis taklim, dan untuk menjawab permasalahan tersebut dikembangkan focus masalahnya yaitu, bagaimana profile aktivitas dakwah di Majelis taklim, bagaimana aktivitas komunikasi dalam aktivitas dakwah persuasif (*public speaking*), dan bagaimana pemetaan problema-problema komunikasi yang diprediksi turut memberikan kontribusi dalam pengurangan efek (pengaruh) dakwah persuasif dari majelis taklim.

Tujuan Penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang lengkap dan komprehensif mengenai: Profile aktivitas dakwah majelis taklim, aktivitas komunikasi dalam aktivitas dakwah, dan Pemetaan problematika komunikasi yang terdapat dan diprediksi turut memberikan kontribusi negatif terhadap kegiatan dakwah persuasif. Pemetaan ini menyangkut dengan, unsur-unsur dan kegiatan komunikasi dalam aktivitas dakwah persuasif.

Manfaat Penelitian.

Temuan penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi pengelola aktivitas dakwah Majelis taklim, lembaga-lembaga dakwah dan khusus-

nya pengurus-pengurus masjid penelitian ini sangat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka mengelola dakwah agar lebih berpengaruh secara maksimal. Sebab dengan mengetahui masalah-masalah dari perspektif komunikasi, paling tidak salah satu persoalan dakwah majelis taklim dapat diselesaikan.

- b. Bagi pengembangan keilmuan komunikasi dan dakwah, penelitian ini tentu menambah khazanah pengetahuan pada bidang masing-masing terutama terkait dengan aplikasi yang merupakan pengembangan sisi empiris dari keilmuan dakwah dan komunikasi.
- c. Bagi pemerintah, khususnya Kementerian agama RI, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan yang sangat urgen dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam merumuskan kebijakanyang lebih baik lagi tentang pelaksanaan dan pengelolaan majelis taklim.

Tinjauan teoritis.

- a. Pengertian dan fungsi komunikasi.

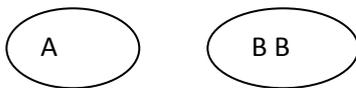
Memahami komunikasi pada hakekatnya adalah memahami kehidupan secara komprehensif. Karena tanpa komunikasi pikiran tidak akan dapat mengembangkan sifat manusiawi yang sesungguhnya. Secara umum komunikasi dapat dipahami seperti yang disampaikan oleh Pakar komunikasi dunia, Charles H. Cooley yang menyatakan bahwa komunikasi adalah mekanisme dimana terdapat hubungan antar manusia dan yang memperkembangkan semua lambang pikiran, bersama-sama dengan alat-alat untuk menyiarkannya dalam ruang dan merekamnya dalam waktu. (Onong Uchjana Efendi, 1986:15).

Carl I. Havland, mendefensikan komunikasi adalah: *Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbol) to modify the behavior of the other individuals (communicates).* (Riyono Pratikto, 1982: 15)

Berelson dan Steiner memfokuskan perhatiannya pada unsur penyampaian ketika memberikan defenisi komunikasi yaitu; penyampaian informasi, ide, gagasan, emosi, keterampilan melalui penggunaan symbol-kata, gambar, angka, grafik, dari seseorang kepada orang lain. Berelson dan Steiner

memfokuskan perhatiannya pada unsur penyampaian ketika memberikan defenisi komunikasi yaitu; penyampaian informasi, ide, gagasan, emosi, keterampilan melalui penggunaan symbol-kata, gambar, angka, grafik, dari seseorang kepada orang lain. (Aubrey Fisher, 1986:10).

Dari beberapa defenisi komunikasi yang dikemukakan para ahli tersebut, meskipun terdapat perbedaan secara redaksional, tapi intinya memberikan pemahaman yang sama bahwa, komunikasi dapat dipandang efektif dan baik sejauh ide, informasi, dan sebagainya dimiliki bersama antara komunikator dan komunikan (pelaksana komunikasi) atau mempunyai kebersamaan arti bagi orang-orang yang terlibat dalam perilaku komunikasi tersebut. *Kesamaan* dalam berkomunikasi dapat di ibaratkan dua buah lingkaran yang bertindihan satu sama lain. Daerah yang bertindihan itu disebut kerangka pengalaman (*field of experience*) yang menunjukkan adanya kesamaan antara pelaku komunikasi dalam hal tertentu. Seperti dalam gambar berikut ini:



Dari gambar di atas, dapat ditarik empat prinsip dasar komunikasi yaitu:

1. Komunikasi hanya bisa terjadi bila terdapat pertukaran pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (*sharing similar experience*).
2. Jika daerah tumpang tindih (*the field of experience*) menyebar menutupi lingkaran A atau B, menuju terbentuknya satu lingkaran yang sama, makin besar kemungkinan terjadi suatu proses komunikasi yang efektif (mengena).
3. Tetapi jika daerah tumpang tindih itu makin mengecil dan menjauhi sentuhan kedua lingkaran atau cenderung mengisolasi lingkaran masing-masing, komunikasi yang terjadi sangat terbatas. Bahkan kemungkinannya gagal dalam menciptakan suatu proses komunikasi yang efektif.
4. Kedua lingkaran yang saling bertindihan itu, tidak akan bisa saling menutupi penuh

100 %, karena dalam konteks komunikasi antar manusia tidak pernah ada manusia yang memiliki perilaku, sifat-sifat dan karakter yang persis sama 100 %. Sekalipun ke dua manusia itu dilahirkan secara kembar. (Hafied Cangara, 2009: 21).

Berdasarkan pada defenisi-defenisi yang demikian, maka Agus Toha Kuswata, dkk, menyepakati bahwa pengertian komunikasi meliputi komunikasi verbal dan non verbal, seperti ucapan, tulisan, tingkah laku, dll. (Agus toha Kuswata, 1986: 11). Dan dengan kebersamaan pemahaman makna tersebut akan diperoleh tujuan dari komunikasi yaitu merubah pendapat, perilaku dari orang yang berkomunikasi.

Dari pengertian komunikasi seperti di atas, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang membentuk terjadinya sebuah proses komunikasi. Komponen-komponen tersebut adalah:

1. Komunikator (*encoder*) orang yang menyampaikan pesan (*massage*). Dalam relevansinya dengan proses pembelajaran komponen ini adalah guru, sebagai orang yang menyampaikan materi atau bahan ajar.
2. Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang (*symbol*) baik verbal (bahasa) maupun non verbal (gerak-gerik, dlsb). Dalam pembelajaran, komponen ini adalah bahan ajar atau materi pelajaran. (Menyangkut pesan akan dijelaskan lebih jauh pada bagian tersendiri).
3. Komunikan (*decoder*), adalah orang yang menerima pesan. Dalam proses pembelajaran komponen ini adalah peserta didik/siswa, mahasiswa.
4. Media, yaitu sarana atau saluran yang mendukung pesan bila disampaikan seperti, radio, televisi, telepon, proyektor, atau gambar dan bahan cetakan lainnya yang digunakan menyampaikan pesan.
5. Efek: dampak yang timbul karena pengaruh pesan, dapat diklasifikasi kepada tiga bentuk yaitu:
 - a) Dampak kognitif: yaitu dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu, mengerti atau meningkat intelek-tualitasnya.

- b) Dampak afektif: disini tujuan komunikator bukan hanya sekedar upaya komunikasi tahu, tapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu seperti terharu, iba, kasihan, gembira, marah, dsb.
- c) Dampak behavioral, yakni dampak yang timbul pada komunikasi dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

Menyadari pentingnya komunikasi bagi manusia seperti itu, maka secara umum disepakati bahwa fungsi umum komunikasi ialah, *informative, edukatif, persuasif, dan rekreatif* (entertainment). (Onong Uchjana, 1981: 26), Maksudnya secara singkat ialah komunikasi berfungsi memberi keterangan (informasi), memberi data, atau keterangan yang berfungsi yang berguna bagi segala aspek kehidupan manusia. Disamping itu komunikasi juga berfungsi mendidik masyarakat, mendidik setiap orang dalam menuju pencapaian kedewasaan mandiri. Seseorang bisa banyak tahu karena banyak mendengar, banyak membaca, dan banyak berkomunikasi. Sedangkan fungsi *persuasif*, maksudnya ialah bahwa komunikasi sanggup membujuk orang untuk berperilaku sesuai dengan kehendak yang di inginkan oleh komunikator.

Lebih jauh lagi pemahaman terhadap fungsi komunikasi ini dapat dilihat dari tiga fungsi dasar komunikasi dan sekaligus menjadi alasan kenapa manusia harus atau perlu berkomunikasi dari Harold D. Lasswell yaitu: 1. *The Surveillance of the environment*, (fungsi mengumpulkan dan menyebarkan informasi). 2. *The correlation of correlation of the parts of society in responding to the environment*. (fungsi komunikasi mencakup interpretasi mengenai lingkungan). 3. *The transmission of sosial heritage from one generation to the next* (dalam hal ini transmissi of culture difokuskan pada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai, dan norma sosial dari satu generasi kegenerasilain).

- b. Komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis taklim.

Dakwah secara defenitif adalah, penyampaian informasi tentang ajaran Islam berupa ajakan

untuk berbuat baik, dan larangan untuk berbuat kemungkaran, nasehat, pesan, peringatan, pendidikan dan pengajaran dengan segala sifat-sifatnya. (M. Azizi, 2004:10).

M. Ali Azizi (2004:37) menjelaskan bahwa **Dakwah** merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia, serta Islam menjadi bagian dari diri seseorang. Peranan dakwah ini akan lebih intens lagi dalam kehidupan masyarakat, karena dakwah dalam hal ini berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis sesuai dengan kerangka masyarakat Islam ideal dalam Islam. (M. Ali Azizi, 2004: 37).

Dari pemahaman itu, diketahui bahwa dakwah adalah juga proses penyampaian informasi kepada orang lain, yang isi informasinya adalah mengajak orang lain agar menerima petunjuk Allah. Terdapat persamaan antara komunikasi dengan dakwah. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi. *Da'i* (komunikator), *Mad'u* (Komunikasi), Semua hukum yang berlaku dalam komunikasi berlaku dalam dakwah, termasuk hambatan komunikasi adalah juga hambatan dakwah.

Oleh sebab itu secara umum memang sulit membedakan komunikasi dengan dakwah. Dan mungkin dengan alasan itu Ahmad Mubarak, dalam buku *psikologi dakwah*, menyatakan bahwa dakwah adalah kegiatan komunikasi. (Wahyu Ilaihi, 2010:24).

Oleh sebab itu jelas keterlibatan komunikasi dengan dakwah, maka dengan demikian jika dilihat dari perspektif *dakwah* maka fungsi ketiga dari fungsi dasar komunikasi ini, menjadi bagian tidak terpisahkan dari dakwah, dan karena itu menjadi *basic of preaching communication*. Dakwah sebagaimana dipahami adalah proses penyampaian informasi (nilai-nilai), baik berupa pengetahuan kepada masyarakat, salah satunya dapat dilakukan dengan melibatkan komunikasi dakwah. Sulit dan bahkan tidak mungkin proses pewarisan “nilai-nilai” dalam dakwah itu terjadi jika berada diluar konteks komunikasi. Komunikasi menjadi alat penting dan vital dalam kegiatan Dakwah.

Penelitian ini berusaha maksimal untuk melihat hambatan-hambatan komunikasi da-

lam proses dakwah di majelis taklim, karena hal itu berarti juga akan mengurangi penghambat bagi tercapainya tujuan dakwah secara lebih maksimal. maka pemetaan problematika komunikasi ini dalam aplikasinya di majelis taklim akan dilihat dari sisi, (1). Komunikator, (meliputi; kompetensi keilmuan, kompetensi sikap/emosional, kompetensi keteladanan). (2). Bentuk Model Komunikasi dakwah (meliputi; pemanfaatan komunikasi verbal, non verbal, ruang Tanya jawab, diskusi/komunikasi dua arah atau multi arah). (3). Materi (pesan dakwah), meliputi: relevansi pesandengan kebutuhan masyarakat, pemahaman jama'ah terhadap materi /pesan yang disampaikan, (4). Media komunikasi dakwah, (meliputi: media intruksional yang digunakan). Sebagaimana telah dijelaskan bahwa pada prinsipnya pemetaan problematika komunikasi di Majelis taklim, khususnya di Kota Pekanbaru, juga adalah pemetaan dari salah satu probelematika yang dihadapi oleh aktivitas dakwah pada umumnya.

Metode penelitian.

Lokasi penelitian ini dilakukan di beberapa Majelis taklim yang ada di Kota Pekanbaru. Penetapan lokasi Majelis taklim dilakukan secara acak di beberapa Kecamatan. Penetapan ini tidak dilakukan atas pertimbangan "keterwakilan" dari masing-masing Majelis taklim, tapi hanya atas pertimbangan beberapa faktor tertentu, seperti kemudahan, atau hanya sekedar untuk memperkecil wilayah penelitian, mengingat masalah yang dikaji dan dihadapi dalam penelitian ini, menjadi masalah bersama hampir di semua semua majelis taklim. Di kota Pekanbaru, ditetapkan bebrapa Majelis taklim, sebagai sampel penelitian, dimana majelis taklim ini biasanya tersebar di setiap mesjid, karena merupakan bagian dari kegiatan sosial keagamaan masjid. Majelis taklim yang menjadi sampel penelitian ini, antara lain; di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan, ditetapkan Majelis taklim mesjid An-Naziroh, Majelis taklim Tariqul Jannah, dan majelis taklim al-Makmur. Sementara di Kecamatan Rumbai pesisir, ditetapkan majelis taklim; Mesjid al-Khairat di kelurahan Lembah Damai, mesjid al-Istiqomah di kelurahan Meranti Pandak, dan musholla al-Irham, kelurahan Umban sari, dan kepada

beberapa majelis taklim yang lain jugadilakukan pengamatan-pengamatan terhadap akktivitas komunikasi dakwah yang dilakukan untuk memperoleh data tambahan yang diperlukan dalam penelitian ini.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan tehnik:

- a. Study kepustakaan. Studi ini bermanfaat guna mengumpulkan konsep, teori pendukung, serta referensi yang ada kaitannya dengan masalah pokok penelitian, yaitu teori-teori komunikasi maupun teori-teori dakwah.
- b. Pedoman wawancara: wawancara digunakan untuk memperoleh data dari informan, seperti ustaz, pengurus masjid, pengurus majelis taklim dan beberapa orang jama'ah. Wawancara dilakukan dengan dua cara: (1). Formal: yaitu peneliti melakukan wawancara dengan terlebih dahulu memberitahukan kepada informan. (2) informal: wawancara akan dilakukan kapan saja ketika menemukan informan yang representatif.
- c. Observasi: adalah pengamatan dilakukan terhadap perilaku-perilaku komunikasi dalam kegiatan dakwah yang dilakukan di majelis taklim, dengan melakukan pemilihan (*selection*), pencatatan (*recording*), dan pengkodean (*encoding*), terhadap rangkaian perilaku komunikasi dakwah Data yang dihimpun.
- d. Dokumentasi. Pengambilan data penelitian, terutama dilakukan dengan pengumpulan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan kegiatan majelis taklim.

Data yang terkumpul dengan tehnik di atas, akan dianalisis dengan tehnik analisis data diskriptif kualitatif, sehingga dapat menghasilkan pemahaman setelah diinterpretasikan. Kegiatan analisis data ini dilakukan dengan langkah-langkah; (1). Koleksi data, yakni mengumpulkan data dari berbagai sumber data primer, (2), Mereduksi data, (3), Display data. Dan (4), Verifikasi data. dengan melalui penafsiran dan interperetasi data, sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang masalahkegiatan komunikasi dalam aktivitas dakwahmajelis taklim, dan solusi yang di tawarkanberdasarkan hasil penelitian yang ditemukan.

PEMBAHASAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.

Profil aktivitas dakwah Majelis taklim.

Majlis taklim merupakan fenomena budaya yang tumbuh dan berkembang ditengah-tengah komunitas muslim. Dalam perspektif historis ternyata eksistensi majelis taklim sebagai sarana dakwah dan tempat pengajaran ilmu-ilmu keislaman memiliki basis tradisi sejarah yang kuat, yaitu sejak Nabi Muhammad SAW mensyiarkan agama Islam di awal-awal risalah beliau. baik sewaktu masih di Mekkah maupun setelah beliau berada di Madinah, ketika Rasulullah saw menyampaikan ajaran Islam dan berhadapan langsung dengan para sahabatnya. Demikian juga perkembangan di zaman kejayaan Islam masa khalifah Umayyah, Abbasiyah, sampai pada pengajian-pengajian agama yang dilaksanakan ulama-ulama di Indonesia sejak dahulu. Bahkan hingga kini keberadaan majelis taklim masih menjadi pilihan para pegiat dakwah sebagai sarana paling efektif dalam melanjutkan tradisi penyampaian pesan-pesan agama ke tengah-tengah umat tanpa terikat oleh suatu kondisi tempat dan maupun waktu.

Berikut ini profil dakwah yang biasanya merupakan kegiatan diseputar majelis taklim.

a. Kondisi seputar Muballigh/ustaz majelis taklim.

Dalam perspektif gender, *muballigh* yang memberikan materi di setiap majelis taklim, pada umumnya masih didominasi laki-laki, sementara *muballighah* yang ikut aktif dalam memberikan ceramah/pengajian pada majelis taklim kaum wanita kurang lebih 20 % dari kehadiran *Muballigh*. Artinya, dari 10 orang ustaz yang memberikan ceramah 2 diantaranya adalah perempuan (*ustadzah*). Belum diketahui dengan tepat apa penyebabnya kenapa partisipasi muballighah ini sangat rendah, apakah karena kualitas atau karena kondisi kuantitas *muballighah* (*ustadzah*) yang memang sangat minim jumlahnya dibandingkan dengan jumlah *ustaz* /*muballigh* yang ada. Sedangkan jumlah *ustaz*/*ustadzah* yang memberikan pengajian pada satu majelis taklim tidak kurang dari 20 kali dalam setahun.

Sementara itu dalam perspektif pendidikan, ditemukan bahwa tingkat pendidikan Muballigh/ustazah yang memberikan cera-

mah pada majelis taklim mayoritas berada pada jenjang pendidikan S1 perguruan tinggi agama. Dan sedikit yang berlatar belakang pendidikan tinggi umum. Walaupun demikian masih ada dalam jumlah yang relative kecil muballigh yang memiliki pendidikan SLTA (berlatar belakang pondok pesantren) dan Madrasah Aliyah.

b. Kondisi jama'ah.

Dari perspektif tingkat pendidikan jama'ah (anggota) Majelis taklim, populasinya rata-rata masih berkisar hampir 85 % masih didominasi oleh tamatan SLTA, dan sebanyak 5, 2 % tamatan S1, selebihnya sebanyak 9, 8% sisanya adalah tamatan SLTP dan tingkat Sekolah Dasar.

Tingkat kehadiran mereka masih cukup signifikan, rata-rata mencapai 62, 5 %, dari total rata-rata anggota majelis taklim, hususnya Majelis taklim komunitas ibu-ibu, dan untuk komunitas jama'ah yang dikordinir oleh Masjid relatif tetap sebesar antara interval 25 s/d 35 %, bahkan ada kesan terdapat kecenderungan tingkat kehadiran jama'ah menurun dari waktu-waktu yang lalu.

c. Panduan belajar/Hand out.

Dilihat dari aspek panduan belajar (*band out*) pada majelis taklim diketahui bahwa dari 9 majelis taklim yang dijadikan sampel dalam penelitian, ternyata tidak satupun yang memiliki panduan belajar hand out yang benar-benar terstruktur, dalam proses pembelajaran. Yang ada adalah terdapat beberapa majelis taklim yang meskipun belum punya panduan belajar secara tertulis, namun sering meminta khusus kepada muballigh untuk memberikan materi tertentu yang dianggap diperlukan oleh jama'ah atau masyarakat.

Dengan demikian kegiatan pengajian (pembelajaran) berlangsung dengan materi sering ditentukan oleh *muballigh* sendiri, yang pada akhirnya terdapat beberapa kali materi yang tumpang tindih antara satu muballigh dengan muballigh yang lainnya.

d. Materi dan waktu pengajian (pembelajaran).

Diantara persoalan penting berkaitan dengan aktivitas majelis taklim, adalah materi pembelajaran yang diberikan. Materi yang diberikan tentu (paling tidak secara teoritis)

akan berkorelasi dengan peningkatan pengetahuan jama'ah, setidaknya-tidaknya pada materi yang diajarkan.

Dari kajian-kajian penelitian yang dilakukan ditemukan fakta bahwa, materi yang dipelajari di majelis taklim, baik itu pada majelis taklim secara umum maupun pada majelis taklim ibu-ibu antara lain; pada umumnya fiqh, tauhid, akhlak, membaca al-qur'an, dan sejarah Islam dan ada beberapa majelis taklim yang juga mempelajari dan mendalami tafsir al-qur'an.

Waktu belajar pada majelis taklim biasanya dilakukan 1 kali dalam seminggu pada malam yang telah ditetapkan. Akan tetapi pada majelis taklim yang khusus wanita pada umumnya sangat bervariasi, ada yang beraktivitas satu kali dalam dua minggu, yang berarti dua kali dalam sebulan, dan ada juga yang beraktivitas 1 kali dalam seminggu yang berarti 4 kali dalam sebulan. Demikian pulalahnya dengan waktu belajar yang digunakan pada umumnya dilaksanakan setelah shalat zuhur atau shalat ashar. Hal ini erat sekali kaitannya dengan eksistensi majelis taklim yang dikelola oleh komunitas ibu-ibu, dimana komunitas ini memiliki waktu yang sangat terbatas, mengingat kesibukan mereka dalam keluarga.

Aktivitas komunikasi dakwah Majelis taklim.

a. Kredibilitas Komunikator (da'i).

Dari data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, diketahui bahwa, da'i yang memberikan ceramah dan pengajian di Majelis taklim pada umumnya *dicari oleh Majelis taklim setiap kali kegiatan*, yang berarti 4 kali dalam sebulan da'i berganti-ganti.

Meskipun demikian ditemukan fakta lain, bahwa; pada Majelis Taklim tertentu ada mekanisme tersendiri dalam menentukan ustaz/komunikator, dimana biasanya ustaz atau da'i di cari lebih dulu, kalau sudah sesuai dapat ditetapkan jadi ustaz/komunikator tetap. Oleh sebab itu tidak selamanya atau tidak dapat digenerelasikan kehadiran ustaz/komunikator pada setiap kegiatan selalu dicari, karena terdapat Majelis taklim yang menjadikan ustaz/komunikator bersifat tetap, jika ustaz/da'i itu sesuai dengan

“keinginan” masyarakat. Namun itu pun perlu dipahami, bahwa sifat da'i tetap, hanya selama priode tertentu, biasanya selama setahun dan menjelang ibadah puasa. Disamping itu perlu ditambahkan bahwa walaupun ada da'i yang bersifat tetap sebagai muballigh pada Majelis taklim, tetapi da'i/komunikatornya datang bergiliran satu kali dalam satu minggu, sehingga masih dibutuhkan waktu 1 bulan bagi jama'ah untuk dapat bertemu dengan da'i/komunikatornya yang bersangkutan kembali, karena setiap minggu da'inya lain.

Kondisi ini memberikan konsekuensi kepada jama'ah tidak mengenal kepribadian da'i (komunikator) secara mendalam kecuali apa yang ditampilkan oleh da'i (komunikator) ketika memberikan pengajian di Majelis taklim. Karena itu ketika di tanyakan lebih jauh lagi tentang kedalaman keilmuan da'i (komunikator), maupun kepribadiannya layak atau tidaknya dijadikan contoh dan teladan bagi jama'ah, mereka menjawab, bahwa “*sebagai da'i*” tentu layak dijadikan teladan, tapi jawaban tersebut mereka tambahkan dengan “jawaban” bahwa sebenarnya mereka kurang mengetahui, karena da'inya bukan orang tempatan.

Jawaban demikian bagi peneliti tentu masih mengandung pemahaman, *pertama*, jawaban ini mengisyaratkan bahwa pengurus Majelis taklim tidak mengenal dengan sungguh-sungguh kepribadian da'i/komunikator yang bersangkutan atau yang memberikan pengajian Majelis taklim, *kedua*, responden atau pengurus tidak dapat “memastikan” bahwa kepribadian da'i/komunikator yang bersangkutan merupakan pribadi yang dapat dijadikan contoh dalam banyak hal bagi masyarakat.

Informasi yang di berikan responden ini mengisyaratkan bahwa anggota Majelis taklim tidak tahu persis kompetensi dari da'i dengan sebenarnya, baik kompetensi keilmuan, dan keteladanan.

Kompetensi tersebut merupakan salah satu modal dasar terlaksananya kegiatan komunikasi, namun untuk kegiatan komunikasi interpersonal yang efektif, masih dibutuhkan komponen lain yang menjadi prasyarat keefektifannya, jika yang dimaksudkan adalah

efektif dalam arti “efektivitasnya merubah pendapat, sikap dan perilaku”.

Adagium komunikasi mengatakan “*He does’nt communicate whathe says, He communicate heis*”. Komunikator tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang dia katakan, pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan. Dalam konteks ini apa yang disampaikan seseorang komunikator (da’i) akan lebih mudah diterima oleh masyarakat, jika isi (pesan) yang disampaikan merupakan bidang keahlian (otoritasnya). Karakter komunikator sangat menentukan keahlian komunikasi model ini. Dengan demikian salah satu masalah pokok yang dihadapi oleh Majelis taklim adalah persoalan yang menyangkut dengan kredibilitas komunikator (da’i) yang pada umumnya bersumber dari kehadiran da’i yang bersifat tidak tetap. Kalaupun ada komunikator (da’i) yang tetap itupun 1 kali dalam satu bulan. Dan itu artinya kurang lebih sama, bahwa da’i atau komunikator menjadi kurang “dikenal” pribadinya oleh masyarakat. Sedangkan persyaratan komunikasi yang efektif adalah, kompetensi komunikator diketahui oleh komunikan, sehingga tingkat keyakinan dan kepercayaan masyarakat dapat tumbuh, dan ini menjadi modal dasar untuk meyakinkan masyarakat (jama’ah) tentang apa yang disampaikan, terutama yang terkait dengan usaha untuk merubah pendapat, sikap dan perilaku.

b. Bentuk dan model komunikasi dakwah majelis taklim.

Dari data yang ditemukan dalam penelitian yang dilakukan, diperoleh informasi bahwa, bentuk komunikasi yang dilakukan adalah “komunikasi verbal” dengan menggunakan bahasa. Pemanfaatan komunikasi verbal yang dilakukan bersifat satu arah (*one way*), atau disebut juga dengan *komunikasi informatif* (sekedar memberikan informasi) kepada jama’ah (komunikan), jarang sekali da’i (komunikator) memberikan kesempatan untuk jama’ah bertanya. Dan kalaupun terkadang diberikan, hanya beberapa menit sebelum acara pengajian berakhir.

Ketika dilakukan pengecekan data tentang masalah ini dengan salah seorang da’i Majelis

taklim, ustaz Syahrudin M.Ag, diperoleh jawaban yang kurang lebih sama, hanya beliau menambahkan, bahwa sering diberikan waktu (kesempat-an) untuk bertanya/berdiskusi namun jama’ah sendiri yang tidak mau bertanya.

Dari dua data tersebut, bukan berarti berbeda namun terdapat penyesuaian bahwa memang terkadang ada waktu diberikan oleh ustaz/da’i kepada jama’ah untuk bertanya, agar ada komunikasi timbal balik antara komunikator (da’i) dengan jama’ah (komunikan) namun terkadang memang jama’ah sendiri yang tidak ada pertanyaan. Akan tetapi secara umum dari beberapa majelis taklim yang diobservasi dan diwawancarai menyebutkan bahwa waktu bertanya kepada jama’ah diberikan relative sedikit, dan itu pun dilakukan pada akhir setiap pengajian, yang terkadang sudah jam 17.45, dimana jama’ah sendiri sudah mau pulang. Ada kesan kurang terlaksana secara intensif komunikasi dua arah dalam peroses kegiatan dakwah Majelis taklim.

Secara teoritis disadari bahwa dalam kegiatan komunikasi kelompok dengan model *face to face* (berhadapan muka) tentu tidak dapat dihindari adanya komunikasi timbal balik, walaupun terkadang karena alasan tertentu, respons (*feed back*) dapat berbentuk respon non verbal. Proses ini digambarkan dengan model komunikasi menurut paradigm SOR: Stimulus – Organisme - Respons – sebagaimana dalam format table berikut ini: (Abizar, 2008:41).

Gambar model Komunikasi menurut paradigma SOR.

S	O	R
Stimulus, pesan atau dengan muatan tertentu	Persepsi- memproses- menyimpan	Respon yang bersifat tertutup(Non verbal)- Terbuka (verbal).

Komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan mengirimkan stimulus berupa pesan atau setting tertentu, kemudian stimu-

lus tersebut akan diproses – dipersepsi - atau disimpan – oleh organism (komunikasikan), dan selanjutnya komunikasi akan memberikan respons–baik yang bersifat terbuka (*verbal*) maupun respons yang bersifat tertutup (*respons*) non verbal.

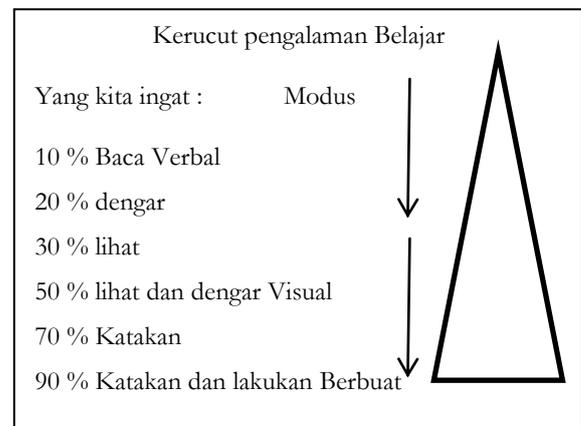
Dalam konteks pembelajaran Majelis taklim, respons (*feed back*) yang diharapkan lebih kepada bersifat respons verbal. Karena hal ini akan memberikan sinyal tentang hasil dan output yang jelas tentang proses pembelajaran/pengajian. Respons non verbal terkadang tidak dapat terdeteksi oleh komunikator sehingga tidak diketahui dengan baik kondisi penerimaan proses komunikasi dakwah yang dilakukan.

Model komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Majelis taklim pada umumnya adalah, *ceramah* yaitu komunikasi siverbal dengan face to face (*Public speaking*), dimana da'i memberikan materi melalui *ceramah* secara berhadapan dengan jama'ah. Dari beberapa kali observasi yang dilakukan pada kegiatan pengajian Majelis taklim, ceramah yang dilakukan tanpa melalui alat bantu, seperti papan tulis, infocus, atau media lainnya, karena itu semata-mata ceramah di hadapan para jama'ah.

Tentu dapat diakui bahwa, Secara teoritis dan praktis, “komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus dari manusia. Tidak ada makhluk lain, yang dapat menyampaikan bermacam-macam arti melalui kata-kata. Kata dapat dimanipulasi untuk menyampaikan secara eksplisit sejumlah arti. Kata-kata dapat menjadikan individu-individu dapat menyatakan ide yang lengkap secara komprehensif dan tepat. Dengan kata-kata dimungkinkan menyatakan perasaan, pikiran, pendapat, untuk dapat diketahui oleh orang lain. Tapi melakukan komunikasi verbal dalam jangka waktu cukup lama dan satu arah, tanpa alat bantu dalam suatu komunitas dan komunikasi kelompok, tentu dapat menjadi monoton, kurang inovasi, dan jelas bersifat *teacher centred*, dimana dalam metode pembelajaran modern model ini sangat dihindari.

Teori, *kerucut pengalaman belajar* oleh, Shell. Peter (1989) menjelaskan karakteristik

pengalaman belajar manusia, seperti dalam bagan dibawah ini:



Kita belajar 10 % dari apa yang kita baca, 20 % dari apa yang kita dengar, 30% dari apa yang kita lihat, 50 % dari apa yang kita lihat dan dengar, 70% dari apa yang kita katakan, dan 90 % dari apa yang kita katakan dan lakukan. (Ramayulis, 2010: 127).

Teori ini mengajarkan bahwa belajar dengan metode *ceramah*, tanpa menggunakan alat bantu tambahan seperti visualisasi materi misalnya, maka *audience* (komunikasikan) hanya mampu mengingat 20 % saja dari materi yang disajikan, dan itupun tentu jika audiensnya memang benar-benar konsentrasi mengikuti pengajian. Tentu hal ini sangat tidak efektif jika yang dimaksudkan dalam komunikasi tersebut adalah perubahan sikap, pendapat terutama perubahan perilaku.

Oleh sebab itu dengan berdasarkan pada teori ini, semakin jelas bahwa problematika komunikasi dakwah di Majelis taklim salah satunya terkait dengan model dan bentuk komunikasi yang dilakukan.

- c. Materi/pesan dalam komunikasi dakwah majelis taklim.

Pesan (*message*), dalam komunikasi merupakan komponen yang sangat penting. Apa yang dikomunikasikan merupakan salah satu komponen pokok komunikasi manusia (sosial). Fisher (1978) menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi cukup ditentukan oleh variable-variabel struktur pesan, bagaimana pesan disampaikan, media apa yang digunakan, dan kepada siapa pesan disampaikan, merupakan variable-variabel

yang harus dipertimbangkan agar pesan dapat “efektif” mempengaruhi komunikan.

Pada relevansinya dengan komunikasi dakwah di Majelis taklim terdapat beberapa faktor yang diamati berkaitan dengan pesan/massage yang disampaikan oleh komunikator (da’i), yaitu, pemahaman masyarakat terhadap bahasa yang digunakan, gaya/termasuk simbol non verbal yang digunakan da’i dalam pengajian (ceramah), ketersediaan pedoman materi, penentuan materi ceramah, dampak materi terhadap pengembangan ilmu, variasi materi, orientasi materi pembelajaran, dan relevansi materi dengan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, secara umum faktor –faktor yang terkait dengan materi ini memang terlaksana kecuali empat (4) faktor yang diamati dan diyakini menjadi faktor yang menjadi permasalahan dalam kegiatan komunikasi dakwah di Majelis taklim kota Pekanbaru. Problematika tersebut adalah:

1. Sasaran pengajian yang terjangkau hanya perubahan aspek kognisi, bukan perubahan sikap dan perilaku.

Sasaran awal atau target kegiatan pengajian (ceramah) yang dilakukan idealnya tentu-lah perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku, masyarakat atau audience. Akan tetapi dalam kenyataannya dilihat dari model dan bentuk komunikasi dakwah yang dilaksanakan sasaran yang dapat terjangkau hanyalah aspek kognisi, yakni sekedar menambah pengetahuan masyarakat (anggota Majelis taklim).

Pemahaman ini dapat diambil dari kesimpulan observasi terhadap kegiatan pelaksanaan pengajian Majelis taklim. Dan dari analisis yang dilakukan sebelumnya tentang model dan bentuk kegiatan komunikasi dakwah yang dilakukan, hanya terfokus pada kegiatan ceramah tanpa melibatkan metode lain, termasuk alat bantu dalam ceramah. Dimana dalam teori *kerucut pengalaman belajar*, audience hanya mampu menyerap 20 %, dari keseluruhan materi yang disampaikan oleh da’i. Kondisi ini secara umum hanya dapat mempengaruhi perkembangan kognisi seseorang. Dan walaupun ada sedikit perubahan sikap dan perilaku, hal itu

menjadi bagian dari proses komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan sendiri) yang diakibatkan munculnya kesadaran yang merupakan efek proses psikologis terhadap materi yang disampaikan oleh da’i, dan ini tentu masih membutuhkan waktu cukup lama. Jadi dalam konteks ini perubahan perilaku tersebut akibat tidak langsung dari kegiatan komunikasi dakwah yang dilakukan.

2. Tidak tersedianya materi dalam bentuk *hand out*.

Dari fakta tersebut diketahui bahwa ternyata dalam proses pembelajaran atau pengajian tidak tersedianya *hand out*, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik yang akan membantu jama’ah memahami apa yang disampaikan oleh da’i. Tentu akan menjadi berbeda tingkat pemahaman masyarakat atau jama’ah Majelis taklim, ketika pengajian yang disampaikan oleh da’i, kemudian di barengi dengan *hand out* yang dapat membantu meningkatkan pemahaman jama’ah terhadap isi dari materi yang dijadikan bahan kajian.

Menurut dan berdasarkan teori *kerucut pengalaman belajar*, dinyatakan bahwa *mendengar dan terlibat* materi pembelajaran sekaligus akan menyebabkan jama’ah dapat menyerap 50 % dari materi yang disampaikan. Tapi karena ketiadaan *hand out* dalam pengajian tersebut, menyebabkan tingkat penyerapan dan pemahaman masyarakat sangat minimal.

3. Orientasi materi pembelajaran pada umumnya di dominasi oleh orientasi kehidupan akhirat.

wawancara yang dilakukan terhadap pengurus Majelis taklim diketahui bahwa orientasi dari materi yang sering disampaikan di Majelis taklim pada umumnya berorientasi akhirat; dan sangat sedikit yang berorientasi dunia.

Sementara menurut Ibu Husnun, Ketua Majelis taklim al-Irham, menjelaskan bahwa orientasi materi pengajian sama-sama ada orientasinya dunia dan akhirat, dan saya tidak bisa menyebutkan mana yang dominan.

Ketika wawancara dilakukan dengan ustazah Syafiah, seorang ustazah Majelis

taklim, berpendapat bahwa, orientasi materi memang di dominasi oleh orientasi akhirat, karena memang demikian diinginkan oleh jama'ah. Banyak jama'ah yang sudah sukses kehidupan dunia, justru hadir ke Majelis taklim dalam rangka mencari pemahaman agama yang lebih baik dan cenderung dengan materi-materi yang bernuansa akhirat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa orientasi materi pengajian memang ada berorientasi dunia, tapi lebih banyak berorientasi kehidupan akhirat. Pada satu sisi tentu hal ini tidak ada masalah, karena memang salah satu fungsi dari majelis taklim adalah pembelajaran agama dalam konteks akhirat. Tapi tentu juga perlu diperhatikan bahwa Majelis taklim juga adalah sarana belajar masyarakat untuk perbaikan kualitas hidup di dunia, dan itu berarti cukup signifikan untuk mengarahkan materi pembelajarannya untuk itu, karena bagaimanapun kualitas kehidupan dunia juga pada akhirnya adalah kualitas kehidupan akhirat yang lebih baik.

4. Relevansi materi dengan tingkat kebutuhan masyarakat tidak cukup signifikan. Salah satu point penting dalam kajian tentang Majelis taklim tentunya tidak bisa di lepaskan dari materi dan kaitannya dengan kebutuhan masyarakat.

H. Aljunaidi M. Pd, ketua Majelis taklim Masjid al-Mutmainnah, mengemukakan bahwa, jama'ah Majelis taklim belum mengerti dan memahami apa yang seharusnya dia butuhkan, pada hal materi tersebut memang ada yang sesuai dan ada yang belum sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dan ketika ditanyakan tentang variasi materi yang disampaikan dalam pengajian, ditemukan fakta bahwa, materi yang disampaikan berbeda setiap kali ceramah (pengajian), tergantung dan diserahkan sepenuhnya kepada ustaz/komunikator tentang materi apa yang hendak dia sampaikan.

Ini yang menyebabkan materi yang disampaikan berbeda-beda setiap kali pengajian, dan ini mengisyaratkan tidak adanya studi pendahuluan, maupun kesepa-

katan antara pengurus dan da'itentang materi apa seharusnya yang merupakan prioritas kebutuhan masyarakat.

Jika fakta ini dikorelasikan dengan temuan sebelumnya, sebagaimana pada uraian terdahulu ditemukan hasil wawancara bahwa materi ceramah lebih banyak dan lebih sering di tentukan oleh da'i/komunikator. Da'i dalam hal ini memutuskan sendiri jenis materi yang akan disampaikan pada jama'ah, dan anggota majelis taklim hanya menerima saja apa yang disampaikan oleh da'i. Da'i/komunikator dalam hal ini tidak memahami kebutuhan prioritas masyarakat. Kurangnya relevansi materi dengan kebutuhan masyarakat seperti itu, menjadi salah satu problematika Majelis taklim, dimana prinsip *over lapping of interest* (tumpang tindihnya kepentingan) sebagai salah satu persyaratan komunikasi efektif tidak terpenuhi.

Jika dilihat dalam perspektif komunikasi, pesan atau materi yang disampaikan harus dalam *kerangka pengalaman* dan *kerangka referensi* komunikasi. Pengetahuan tentang kerangka "pengalaman" maupun kerangka referensi dapat dipahami dari penjelasan psikologis, karena kedua faktor ini merupakan bagian dari faktor psikologis seseorang.

Pemetaan problematika komunikasi dakwah Majelis taklim.

Berdasarkan pada pembahasan dan analisis yang dilakukan sebelumnya, maka problematika komunikasi dakwah pada Majelis taklim di kota Pekanbaru secara umum dapat didiskripsikan sebagai berikut:

- a. Dari perspektif kredibilitas komunikator, terdapat tiga masalah penting yang menjadi problematika komunikasi dakwah di majelis taklim yaitu:
 1. Anggota Majelis Taklim pada umumnya kurang mengenal *da'i* atau *muballigh* (komunikator). Hal ini terjadi karena para *da'i* diundang secara berganti-ganti untuk memberikan pengajian.
 2. Kompetensi *keteladanan*, *da'i* (komunikator) dimata masyarakat (*jama'ah*), menjadi salah satu persoalan. Sebagai bagian dari komunikasi non verbal maka

keteladanan menjadi sangat urgen untuk mendukung apa yang disam-paikan. Dalam penilaian masyarakat terdapat *da'i* yang kurang konsisten antara isi ceramahnya dengan apa yang dia lakukan.

3. Kompetensi pemahaman keilmuan agama dan relevansinya dengan kehidupan masyarakat perlu ditingkatkan. Sehingga pemaknaan dan pemahaman teks-teks agama dapat lebih maksimal, dan “kekeliruan” dapat diminimalisir.
- b. Dari aspek bentuk dan model komunikasi dakwah yang dilakukan, ditemukan problema sebagai berikut:
 1. Kurang terlaksananya secara intensif komunikasi timbal balik (komunikasi dua arah) dalam proses kegiatan dakwah di majelis taklim, para ustaz jarang memberikan “ruang” bagi komunikan untuk bertanya tentang materi yang telah disampaikan.
 2. Model komunikasi yang dilakukan relative model ceramah, kurang inovasi dan bersifat *teacher centred*, sehingga membuat suasana cukup monoton.
- c. Materi atau pesan komunikasi dakwah. Dari perspektif materi (pesan) komunikasi dakwah, problematika yang ditemukan berkisar pada tiga hal:
 1. Relevansi materi (pesan) dengan tingkat kebutuhan masyarakat tidak cukup signifikan. Materi sering tumpang tindih, karena tidak ada panduan yang terencana baik dari *da'i* maupun dari majelis taklim.
 2. Orientasi materi pembelajaran pada umumnya digiring untuk kehidupan akhirat.
 3. Sasaran atau tujuan komunikasi dakwah yang dilakukan pada umumnya pada tataran (aspek) kognitif, kurang menyentuh aspek afeksi apalagi psikomotor. Hal ini tercermin dari model komunikasi yang dilakukan, dan pengembangan materi hanya bersifat kuantitatif.
 4. Materi dalam bentuk *hand out*, hampir tidak ada ditemukan, baik dalam bentuk cetak, maupun elektronik. Karena itu kegiatan murni ceramah (*public speaking*).
 5. Komunikan (*mad'u*) komunikasi dakwah. Pada umumnya tingkat kehadiran komunikan (jama'ah) dalam setiap pengajian/pembelajaran majelis taklim, cukup

rendah, jika dibandingkan dengan populasi umat Islam di daerah setempat. Hal ini tentu erat kaitannya dengan problema-problema tersebut di atas.

KESIMPULAN

Dari kajian dan pembahasan yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa, kegiatan dakwah pada majelis taklim di kota Pekanbaru, jika dilihat dari aspek komunikasi pada umumnya terdapat tiga masalah pokok yang harus mendapat perhatian serius dari kegiatan dakwah, yaitu: aspek kredibilitas komunikator, bentuk dan model komunikasi dakwah, dan materi atau pesan komunikasi dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abizar, *Interaksi Komunikasi dan Pendidikan*, UNP press, Padang, 2008.
- Ali Aziz, Dr. Mhd, MA, *Ilmu Dakwah*, edisi I, Prenada Media, Jakarta, 2004,
- Anwar, Drs. H. Rosehan, dkk, *Majelis Taklim dan Pembinaan Ummat*, Puslitbang Lektur Keagamaan, Kemenag RI, Jakarta, 2002.
- Arifin, Prof. HM. M. Ed, *Psikologi Dawk'wah Suatu Pengantar*, Bumi Aksara, Jakarta, 1991.
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2009.
- Aubey Fisher, *Teori-teori Komunikasi*, Redja Karya CV, Bandung, 1986.
- Bachtiar, Dr. Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Logos, Jakarta, 1997.
- Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma baru ilmu Komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Remaja Rosda Karya, Bandung, 2004, .
- Haswir, cs, *Problematika Dakwah*, (kajian pemetaan dakwah di Provinsi Riau), Biro Litbang IKMI Korwil Riau, Suska Press, Pekanbaru, 2008.
- Hartono, Toni, Msi, cs, *Komunikasi Dakwah*, Yayasan Pusaka Riau, Pekanbaru, 2011.
- H. Syukur Kholil, *Komunikasi Islami*, Cita Pustaka Media, Bandung, 2007

- H. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, edisi revisi, (Grafindo Persada, Jakarta, 2009,
- I. Indrawijaya, Drs, Adam, *Perilaku Organisasi*, Sinar Baru, Bandung, 1985.
- Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik*, (Konsep dan Pendekatan), Simbiosis REkatama media, Bandung, 2007.
- J. Moleong, Prof. Dr. Lexi, MA, *Metodologi penelitian Kualitatif*, Edisi revisi, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, 2004.
- Nawawi, H. Hadari, cs, *Penelitian Terapan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1994.
- Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Karya, CV, Bandung, 1986.
- , *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Thamrin, Husni, at. all, *Peta Dakwah Kota pekanbaru, Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman*, BalitbangMUI, Pekanbaru, 2003.
- Usman, Dr. Sunyoto, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006.
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Remadja Rosda Karya, Bandung, 2011.