

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAKWAH PENGURUS WILAYAH NAHDLATUL ULAMA SULAWESI TENGGARA

¹⁾Alma Devi Fatmala, ²⁾Mahdar, ³⁾Hasdi Syahid Kasim
 (1,2,3)Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara
 Email: ¹⁾almadevy701@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif komunikasi dakwah Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R yaitu Stimulus, Organisme, dan Respon diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan teknik penentuan informan ditentukan dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang efektif dapat menghasilkan lima hasil utama: pengertian, kepuasan, pengaruh sikap, hubungan yang baik, dan tindakan. Komunikasi dakwah oleh PW NU terbukti efektif dalam menyampaikan pengertian kepada mad'u melalui ceramah, serta memberikan pemahaman baru mengenai ilmu agama. Selain itu, komunikasi ini mampu memotivasi mad'u untuk mengambil tindakan positif, yang pada akhirnya berkontribusi pada terbentuknya hubungan yang baik antara da'i dan mad'u. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi komunikasi dakwah yang terencana untuk meningkatkan dampak dan kualitas interaksi dalam konteks keagamaan.

Kata Kunci: Efektivitas Komunikasi; Dakwah; Nahdlatul Ulama

Abstract

This study aims to determine how effective the da'wah communication of the Nahdlatul Ulama Regional Management of Southeast Sulawesi is. This study uses the S-O-R theory, namely Stimulus, Organism, and Response applied in this study. This study uses a qualitative approach method with the technique of determining informants determined by purposive sampling. The results of the study indicate that effective da'wah communication can produce five main results: understanding, satisfaction, attitude influence, good relationships, and actions. Da'wah communication by PW NU has proven effective in conveying understanding to mad'u through lectures, as well as providing new understanding of religious knowledge. In addition, this communication is able to motivate mad'u to take positive action, which ultimately contributes to the formation of a good relationship between da'i and mad'u. This study emphasizes the importance of a planned da'wah communication strategy to increase the impact and quality of interaction in a religious context.

Keywords: Communication Effectiveness; Da'wah; Nahdlatul Ulama

PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang luar biasa telah membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat modern guna mendapatkan informasi secara otonom (Syahrudin, 2020). Keterbukaan informasi tentu akan memudahkan publik dalam mendapatkan sebuah informasi (Mastang et al., 2024). Media informasi dan komunikasi terus berkembang dengan pesat. Sekarang ini siapapun dapat berkomunikasi kapanpun dan di manapun. Informasi-informasi berseliweran begitu cepatnya. Peristiwa-peristiwa yang terjadi di belahan bumi manapun dapat segera diketahui. Komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa menjadi alat yang paling banyak digunakan pada saat komunikasi sebab hanya dengan bahasa seseorang mampu menyampaikan dan menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini baik mengenai hal yang konkret maupun abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang (Effendy, 2017),

Efektivitas komunikasi merupakan gabungan dari kata “Efektivitas” dan “komunikasi”. Adapun yang dimaksud dengan efektivitas itu sendiri, menurut bahasa, berasal dari kata “efektive” yang berarti ada efeknya, pengaruh, akibat, kesan, dan mempan. Sedangkan kata komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *Communication* dengan kata dasar *communis*, yang berarti “sama”. Maksud dari pengertian tersebut adalah orang yang menyampaikan dan orang yang menerima mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikannya (Aviela et al., 2021).

Menjadi babak baru pengembangan aktivitas dakwah melalui media sosial yang menarik untuk dikaji. Dakwah merupakan upaya untuk mengajak, mengikuti dan menyebarkan ajaran Islam ke seluruh lapisan masyarakat melalui media sosial. Dakwah juga merupakan proses pendidikan yang baik dan harus berkaitan dengan nilai-nilai Islam (Nusti et al., 2024).. Karena itu komunikasi dakwah melalui media sosial studi pada Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara ini memiliki keunikan dan karakteristik tersendiri. Selain melibatkan komponen-komponen komunikasi dakwah seperti komunikator, komunikan, materi, metode, media, dan efek juga tentunya membentuk pola-pola interaksi baru antara komunikator dan komunikan. Sehingga memunculkan ketertarikan dan kekaguman tersendiri dari komunikan kepada komunikator, padahal sebelumnya di antara mereka tidak saling mengenal. Di samping dari aspek *ethos* (kepribadian), *pathos* (penampilan), dan *logos* (keilmuan) dari komunikator itu sendiri yang memancarkan daya tarik tersendiri sehingga memberikan nilai ketersukaan dan kepercayaan tinggi dari khalayak. Misalnya kalau kita perhatikan ceramah Ustaz yang disampaikan melalui media sosial, apa yang menjadi daya tariknya sehingga viral dan banyak ditonton oleh banyak orang. Begitu pula ceramah-ceramah keagamaan yang disampaikan oleh ustaz melalui media sosial sangat viral dan digandrungi oleh banyak kalangan.

Efektivitas komunikasi dakwah PWNU tergantung pada berbagai faktor. Nahdlatul Ulama sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia, memanfaatkan pendekatan yang sistematis dan terstruktur dalam dakwahnya. Mereka menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti ceramah, pelatihan, dan media sosial, untuk menyampaikan pesan-pesan agama dan sosial. Pengurus Wilayah NU biasanya menyusun program dakwah yang terintegrasi dengan kebutuhan masyarakat setempat, memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dan mudah diterima. Penggunaan media sosial dan platform digital juga memungkinkan NU menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Keterlibatan aktif pengurus dan tokoh agama lokal dalam kegiatan dakwah juga berkontribusi pada efektivitas

komunikasi, karena mereka dapat lebih memahami konteks dan budaya setempat. Namun, efektivitas ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas materi dakwah, cara penyampaian, dan respon dari masyarakat.

Seperti yang dikutip pada situs www.rri.co.id, Ketua Umum Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) Sultra, Drs.KH.Muslim,M.Si mengatakan Nahdlatul Ulama sebagai salah satu organisasi yang besar di Indonesia akan selalu komitmen dalam menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pihaknya komitmen selalu mengajak kepada seluruh elemen bagaimana mencintai NKRI, bagaimana menjadikan NKRI ini sebagai wadah untuk melakukan karya-karya nyata yang bisa mengangkat derajat umat, mengangkat derajat masyarakat. Oleh karena itu ia mengajak dalam melakukan amalan ibadah tentu dengan cara yang berbeda-beda sesuai dengan keyakinan masing-masing

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2019). Pada penelitian ini, subjek yang akan diteliti adalah "Efektivitas Komunikasi Dakwah Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara".

Subjek dalam penelitian ini didapatkan dengan mengobservasi Efektivitas Komunikasi Dakwah Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara kemudian digunakan sebagai data penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang diantaranya adalah Ketua Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) Drs. KH. Muslim,M.Si, (Wakil Rais Syuriah) Dr.Abdul Gaffar,M.Th.I, (Wakil Ketua Tanfidziah) Dr. H. Samsuri,M.Pd, (Wakil Katib Syuriah) Dr.Moh Safruddin,S.Ag,M.Pd.I, adapun informan masyarakat yaitu Abid Muhaimin, Fatimah, Fauzi Mustaqim, Suryani, Abdul Rahman dan Ahmad.

Untuk menentukan informan dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik purposive sampling. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020). Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.

HASIL PENELITIAN

Komunikasi dakwah efektif adalah jenis komunikasi yang memicu interaksi sosial. Jika para dai memahami gejala sosial, tingkah laku manusia dalam masyarakatnya, dan bagaimana agama mempengaruhi tingkah laku mereka, dakwah mereka akan menjadi lebih komunikatif (Markarna, 2014). Dakwah adalah kegiatan komunikasi karena para dai berfungsi sebagai komunikator dan menyampaikan pesan (message) dalam bentuk ajaran agama Islam kepada mad'u, yang menjadi komunikan, dengan harapan mereka akan menerima, memahami, dan kemudian menerapkannya (Hanafi et al., 2022)

Ketika seseorang komunikator berhasil dalam proses komunikasi, dia dapat menjadi orang lain dengan cara yang tepat untuk menyampaikan pesan tertentu. Seorang komunikator harus dapat berperan. Namun, seorang da'i bukan hanya berbicara dalam kegiatan dakwah, mereka juga menjadi motivator dan contoh dalam kehidupan sehari-hari. Karena itu, pesan dakwah mencakup nilai-nilai keyakinan, ibadah, dan moral (akhlak), yang dibutuhkan dari pengalamannya dalam setiap aspek kehidupan individu di masyarakat.

1. Stimulus (pesan)

Stimulus adalah sesuatu yang memicu atau merangsang suatu reaksi atau perubahan. Dalam konteks dakwah atau penyampaian pesan keagamaan, stimulus dapat berupa peristiwa sosial, kebutuhan spiritual individu atau masyarakat, atau bahkan perkembangan teknologi yang memungkinkan cara-cara baru dalam berdakwah. Stimulus

ini menjadi penting karena dapat menginspirasi para pendakwah untuk mencari cara efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas dan beragam. Secara keseluruhan, stimulus yang efektif dalam dakwah meningkatkan komunikasi dan interaksi, yang pada gilirannya memperkuat dampak dan keberhasilan.

Berdasarkan dari semua hasil wawancara di atas terkait stimulus, baik dari ketua pengurus wilayah NU maupun masyarakat, terlihat bahwa pesan dakwah yang sering disampaikan berfokus pada beberapa tema utama. Pesan-pesan tersebut menekankan pentingnya menjaga ukhuwwah Islamiyah, memperkuat solidaritas antar umat, serta pendidikan agama yang moderat yang mencakup toleransi dan keadilan sosial. Selain itu, terdapat penekanan pada amal shaleh, penguatan akhlak, dan ibadah dalam kehidupan sehari-hari, serta penggunaan berbagai media dan metode untuk menjangkau audiens secara efektif. Penyesuaian pesan dakwah agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat, serta evaluasi melalui umpan balik, menjadi bagian penting dalam memastikan pesan tersebut diterima dan berdampak positif. Secara keseluruhan, pesan dakwah ini bertujuan untuk membangun masyarakat yang harmonis, cerdas, dan bertanggung jawab, dengan penekanan pada ketaatan kepada Allah dan nilai-nilai moral yang dapat menciptakan kehidupan yang lebih baik dan berintegrasi.

2. *Organism* (komunikan)

Komunikan merupakan unsur yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator, sikap komunikan terhadap stimulus yang diterima tentunya akan berbeda-beda sesuai dengan bagaimana individu tersebut merespon bentuk stimulus yang diberikan. Organism dalam konteks dakwah dapat diartikan sebagai individu atau kelompok yang aktif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan atau moral kepada orang lain. Dalam hal ini, organism dakwah bisa mencakup para dai, ulama, atau orang-orang yang secara aktif berusaha untuk menyebarkan ajaran agama atau nilai-nilai moral kepada masyarakat.

Komunikan memiliki pemahaman yang cukup baik tentang ajaran Islam melalui berbagai ceramah dan kegiatan keagamaan yang diikutinya. Mereka menangkap pesan tentang nilai-nilai seperti kejujuran, kesabaran, dan kepedulian dari ceramah di masjid But Ali, serta memahami pentingnya tauhid sebagai dasar iman dari kegiatan Maulid Nabi di Pondok Pesantren Darul Falah. Namun, meskipun komunikan mendengar dan mencatat pesan tentang mencintai tanah air dan menghargai keberagaman dari kajian di Masjid Miftahul Huda, mereka merasa kesulitan untuk menyerap dan menerapkan pesan tersebut secara mendalam akibat fokus utama mereka pada pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komunikan berusaha untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, mereka menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan antara penerapan nilai-nilai agama dengan tuntutan dan prioritas pekerjaan mereka.

3. *Response* (efek)

Response (efek) tanggapan individu atau khalayak terhadap sesuatu hal reaksi yang ditunjukkan adalah sikap atau perilaku. Perubahan ini tentunya berbeda-beda. Kepribadian dari masing-masing individu tersebut sangat penting dalam memengaruhi keputusan mereka.

Efek dari dakwah dapat sangat bervariasi tergantung pada konteks dan audiensnya. Beberapa efek yang umum termasuk perubahan sikap dan perilaku individu terhadap agama atau nilai-nilai yang diajarkan, peningkatan kesadaran spiritual, dan pengembangan komunitas yang lebih terorganisir. Dakwah juga dapat mempengaruhi pandangan masyarakat secara lebih luas terhadap isu-isu sosial dan moral. Namun, efek dakwah juga dapat menimbulkan kontroversi atau perbedaan di antara kelompok-kelompok yang berbeda.

Ceramah agama yang diikuti oleh para informan memberikan dampak positif yang signifikan dalam kehidupan mereka. Informan pertama merasakan perubahan sikap dan perilaku setelah mendengarkan ceramah dari seorang kiai Muslim tentang pentingnya solidaritas antarumat. Ceramah tersebut membantunya lebih aktif dalam kegiatan sosial, menjalin hubungan yang lebih baik dengan berbagai latar belakang, dan menjadi lebih peka terhadap kebutuhan serta perasaan orang lain. Informan kedua merasakan manfaat besar setelah mendengarkan dakwah dari usta Safiruddin mengenai ketaatan kepada Allah. Pesan tersebut mengajarkannya bahwa ketaatan bukan hanya sekadar menjalankan perintah Allah, tetapi juga mencerminkan komitmen dan cinta yang mendalam kepadanya.

Perubahan ini membuatnya lebih semangat dalam meningkatkan kualitas ibadah dan konsisten dalam mempelajari ajaran agama. Sementara itu, informan ketiga, meski jarang mengikuti kajian dakwah NU secara rutin, merasa terinspirasi setelah mendengarkan ceramah ustaz Safruddin di Masjid Babul Khair tentang pentingnya kejujuran dan kesabaran dalam menjalankan ajaran agama. Ceramah ini meningkatkan kesadarannya akan penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, serta membuatnya lebih berkomitmen dan sabar dalam menghadapi kesulitan. Secara keseluruhan, ketiga informan menunjukkan bahwa ceramah agama dapat membawa perubahan positif dalam sikap dan perilaku mereka, meningkatkan kualitas spiritual, dan memotivasi mereka untuk lebih baik dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN

Berdasarkan yang telah dikemukakan di bab-bab sebelumnya mengenai Efektivitas Komunikasi Dakwah Pengurus Wilayah Nahdlatul Sulawesi Tenggara maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi dakwah dapat dikatakan efektif apabila dapat menimbulkan lima hal yaitu: pengertian, kesenangan, pengaruh sikap, hubungan yang baik dan menimbulkan tindakan.

Komunikasi dakwah yang dilakukan oleh pengurus wilayah NU mampu memberikan pengertian kepada mad'u dalam kegiatan ceramahnya, selain memberikan pemahaman baru tentang ilmu agama komunikasi dakwah pengurus wilayah NU juga mampu memberikan perubahan sikap kepada mad'u dan memunculkan hubungan yang baik antara dai dan mad'u. Dan yang terakhir komunikasi dakwah pengurus wilayah NU mampu mendorong mad'u untuk melakukan tindakan yang mana tindakan tersebut mengarah ke suatu hal yang lebih baik dari pada sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aviela, H., Wowor, F., Putri, K. Y. S., Studi, P., Komunikasi, I., Jakarta, U. N., Aviela, H., Wowor, F., & Putri, K. Y. S. (2021). *Efektivitas Komunikasi dalam Perkuliahan Online terhadap Proses Belajar pada Mahasiswa Manokwari Papua Barat The Effectiveness of Communication in Online Lectures Against the Learning Process in Manokwari West Papua Students*. 5(1), 79–92.
- Effendy, onong uchana. (2017). *ILMU KOMUNIKASI: teori dan praktek*. PT. REMAJA EOSDAKARYA.
- Hanafi, R., Jannah, D. D. U., Sholeha, J., Hidayah, F. N., & Isnaini, R. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA DA' I DAN MAD'U DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH*.
- Markarma, A. (2014). *KOMUNIKASI DAKWAH EFEKTIF DALAM PERSPEKTIF ALQURAN*. 23.
- Mastang, Purwitasari, P., & Kasim, H. S. (2024). *Efektivitas komunikasi dalam pelayanan publik pada pemerintah kecamatan aere*. 2(2), 84–89.

- Moleong, L. j. (2019). *metodologi penelitian kualitatif*. ROSDA.
- Nusti, Asmurti, & Kasim, H. S. (2024). *EFEKTIVITAS KONTEN DAKWAH PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU MAHASISWA DI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA*. 2(2), 153–159.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. alfabeta. cv.
- Syahrudin. (2020). PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MAHASISWA. *Ilmu Komunikasi*.