

# Motif Da'i Berdakwah di Kota Ambon

DOI 10.18196/AIJIS.2017.0074.240-264

---

## **SULAEMAN**

Institut Agama Islam Negeri Ambon, Email:sulaeman@iainambon.ac.id

## **IRTA SULASTRI**

Universitas Islam Negeri Padang, Email:irta\_sulastri64@yahoo.com

---

### **ABSTRACT**

This paper describes and explains the self experience of motive behind the preacher choosing to preach. Preaching experiences in Ambon City still get scorn, insult, ridicule from multicultural environment. Environment treats them with apathy, lack of acceptance, recognition, and less respected in preaching. The preacher conveys communication message of Islam, it is still not able to open mind and awareness, in fact, there are many muslims still follow their ancestor doctrines and cannot think critically. Messages of religious communication should be communicated sympathetically and rationally. This research used subjective interpretive method with phenomenology approach. Researchers explored self experience preacher, conducted by using data collection through in-depth interviews and participatory observation with supporting data based on social action perspective. The results showed that the subject interpreted himself choosing preacher as profession for reason and purpose motive in preaching communication. Preacher communication action is not "single," there is another phenomenon shows the double motive of preaching, though the phenomenon is not likely to appear.

Keywords: Preaching, preacher motive, social action and symbolic perspective.

### **ABSTRAK**

Artikel ini mendeskripsikan dan menjelaskan pengalaman diri mengenai motif melatarbelakangi da'i memilih untuk berdakwah. Pengalaman da'i berdakwah di Kota Ambon masih mendapatkan cemoahan, hinaan, ejekan dari lingkungan multikultural. Lingkungan memperlakukan mereka dengan sikap apatis, kurang penerimaan, pengakuan, dan kurang di hargai dalam berdakwah. Da'i berdakwah menyampaikan pesan komunikasi ajaran agama Islam, masih belum mampu membuka pemikiran dan kesadaran dan realitasnya menunjukkan masih banyak umat Islam bertaklid, akibatnya umat Islam masih belum mampu berpikir kritis. Pesan komunikasi agama mestinya disampaikan dengan simpatik dan rasional.

Penelitian ini menggunakan metode interpretatif subjektif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti menggali pengalaman diri da'i berdakwah, dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan pengamatan partisipatif dengan data penunjang berdasarkan perspektif tindakan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek memaknai dirinya memilih profesi da'i dilatarbelakangi dengan motif alasan dan motif tujuan dalam komunikasi dakwah. Da'i melakukan tindakan komunikasi dakwah tidaklah bersifat "tunggal," ada fenomena lain menunjukkan motif ganda da'i berdakwah, meskipun fenomena itu tidak cenderung tampak.

Kata Kunci: dakwah, motif da'i, perspektif tindakan sosial dan interaksi simbolik.

## PENDAHULUAN

Asumsi dasar dakwah adalah kewajiban umat manusia sesuai dengan kemampuannya (QS.3:104).<sup>1</sup> Dakwah merupakan ajakan kepada Islam yang bertujuan untuk mendapatkan kebahagiaan hidup manusia di dunia dan di akhirat. Supaya nilai-nilai Islam bisa terealisasikan dalam kehidupan umat, para da'i harus melaksanakan ajaran Islam terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada orang lain, karena umat butuh keteladanan dalam menjalankan agama.

Realisasi nilai-nilai Islam, dilakukan dalam kegiatan dakwah dan atau kegiatan komunikasi, di mana da'i mengkomunikasikan pesan dakwah kepada *jamaah*, baik secara perorangan maupun kelompok. Da'i sebagai sumber informasi, unsur utama dalam dakwah. Sumber informasi dakwah adalah individu menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan mengajak umat kepada ajaran Islam.<sup>2</sup> Da'i sebagai individu seharusnya memiliki kemampuan pengetahuan agama menyampaikan pesan-pesan komunikasi agama Islam dan mengajak individu lainnya untuk mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya dengan jalan atau cara tertentu untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat kelak.

Da'i bukan hanya kerja pribadi, Ilaihi menyebutkan, da'i adalah orang melaksanakan dakwah secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan secara individu, kelompok atau bentuk perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.<sup>3</sup> Melengkapi kriteria sumber informasi dakwah ini, Supartra menjelaskan da'i berdakwah seyogyanya mampu menyelami perasaan dan logika *jamaah* sehingga ia dapat dengan mudah mengemas pesan-pesannya agar berdaya panggil kuat dan berwibawa pada jiwa seseorang.<sup>4</sup> Pesan disampaikan da'i

seharusnya menyampaikan pesan ajaran agama secara bijak dan damai (QS.16:125)<sup>5</sup> dengan melakukan perubahan melalui kesadaran, bukan paksaan, disampaikan dengan cara persuasif, itulah salah satu fungsi dakwah, namun realitas sosialnya seringkali tidak seperti itu. Pesan dakwah seringkali belum mampu membuka pemikiran dan kesadaran umat. Pesan agama mestinya dilaksanakan dengan simpatik dan rasional, namun realitasnya menunjukkan masih banyak orang Islam bertaklid, akibatnya umat Islam masih belum mampu berpikir kritis.

Padahal komunikasi dakwah bukan hanya aktivitas keagamaan surau atau rumah ibadah, komunikasi dakwah seharusnya hadir dan menyentuh setiap sisi kehidupan. Fenomena komunikasi dakwah di Kota Ambon dapat ditemui dalam berbagai kesempatan dan dalam berbagai peristiwa. Aktivitas dan gerakan komunikasi dakwah saat ini lebih menjadi sebuah kegiatan yang bisa dikatakan bersifat rutinitas. Komunikasi dakwah secara normatif lebih banyak terfokus pada ceramah, hanya menyentuh kalangan masyarakat tertentu, mengkomunikasikan halal haram, baik dan buruk, dosa dan pahala, surga dan neraka, dan sebagainya. Potret komunikasi dakwah yang demikian, menjadikan dakwah tidak populer dan pada akhirnya cenderung membuat masyarakat di Kota Ambon jenuh atau bosan dengan segala pesan yang disampaikan karena tidak menyentuh substansi permasalahan yang mereka hadapi.

Realitas pengalaman dirinya berdakwah dalam komunikasi dakwah di Kota Ambon kadangkala mendapatkan cemohan, hinaan, ejekan dari lingkungan multikultural dalam berdakwah. Lingkungan memperlakukan mereka dengan sikap apatis, kurang penerimaan, pengakuan, dan kurang dihargai dalam berdakwah di Kota Ambon. Ini menarik dikaji untuk mengetahui bagaimana subjek kajian adalah dirinya memiliki pengalaman interaksi dan komunikasi mengenai motif melatarbelakangi dirinya memilih untuk berdakwah.

### **SETTING DA'I BERDAKWAH**

Dakwah merupakan upaya "*amar makruf nahi mungkar*" istilah lainnya, upaya mengajak manusia kepada jalan kebaikan dan atau jalan Islam, mencegah manusia dari perbuatan keji dan mungkar dengan cara lisan, tulisan, dan tindakan nyata, supaya manusia memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Berdakwah sebagai tindakan komunikasi, wajib dilakukan bagi setiap umat Islam sesuai dengan kemampuannya

masing-masing.

Dakwah di Kota Ambon memiliki *setting* berbeda antara satu situasi dengan lainnya dan nama kegiatan dakwahnya. *Setting* dan atau penamaannya seringkali direlasikan dengan tempat diadakan acara. Penamaan tersebut tidak merujuk pada bentuk acara, namun kecenderungan penggunaan istilah saja bagi umat Islam. Dakwah di Kota Ambon seringkali disebut “pengajian atau ceramah,” nama pengajian dihubungkan dengan waktu dan tempat diadakan kegiatan. Meskipun tidak ada yang melegalkan dan menasahkan penamaan itu ada dan berkembang di umat Islam.

### **Setting Rumah Ibadah**

Dakwah di Kota Ambon pada umumnya dilaksanakan di Masjid-Mushalla untuk pengajian-ceramah sebagai *setting* rumah ibadah. Dakwah *setting* rumah ibadah kecenderungannya bersifat rutin maupun insidental. Dakwah bersifat rutin dikategorisasikan sebagai tindakan komunikasi pada pengajian magrib, pengajian dhuhur, dan majelis taklim. Tindakan komunikasi dakwah bersifat insidental dilaksanakan pada pengajian peringatan hari besar Islam.

*Pengajian Magrib.* Dakwah dilakukan di Masjid-Mushalla, pelaksanaannya setelah shalat magrib hingga sebelum masuk shalat isya. Tindakan komunikasinya pengajian magrib, disampaikan da'i kepada para jama'ah shalat magrib secara rutinitas.

Tindakan komunikasi dakwah dalam pengajian magrib dilaksanakan sebagai hasil kesepakatan pengelola Masjid-Mushalla, pelaksanaannya diadakan setiap malam, ada yang dua kali se-Ahad dan satu kali se-Ahad. *Setting* tempat duduk da'i pada pengajian magrib, biasanya da'i duduk di depan jama'ah menghadap ke jama'ah. Bahkan ada da'i berdiri di mimbar Masjid dan adakalanya disediakan kursi dan meja di depan mimbar.

Pengajian magrib, da'i menyampaikan pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam berdasarkan tema-tema yang telah di atur oleh pengelola Masjid-Mushalla, dilanjutkan dialog dan atau tanya-jawab antara jama'ah dengan da'i sampai memasuki waktu shalat isya. Tindakan komunikasi dengan ceramah-pengajian monoton dengan teknik penyampaiannya diserahkan kepada da'i.

*Pengajian Dhuhur.* Tindakan komunikasi dakwah dalam bentuk pengajian dhuhur dilaksanakan setelah shalat dhuhur, tanpa pembawa acara, da'i langsung duduk di mimbar yang telah disediakan pengelola



Gambar 1. *Setting* Rumah Ibadah Da'i Berdakwah

Masjid dan menyampaikan pesan-pesan komunikasinya kepada jama'ah telah melaksanakan shalat dhuhur.

Situasi pelaksanaan pengajian dhuhur di tengah jama'ah mondar-mandir mencari tempat shalat, ada yang duduk di depan da'i, serta ada jama'ah sambil melaksanakan shalat sunah dhuhur. Terkadang ada jama'ah keluar dari Masjid dan tidak mengikuti pengajian dan ada jama'ah yang baru masuk Masjid untuk shalat dan seterusnya mengikuti pengajian.

*Pengajian Majelis Taklim.* Tindakan komunikasi dakwah dalam pengajian kelompok majelis taklim ibu-ibu di Kota Ambon diadakan pada umumnya sore hari setelah pelaksanaan shalat ashar, disetiap hari Jum'at, namun bila dilaksanakan pengajian gabungan dilaksanakan hari Ahad pagi sekitar pukul 09.00-11.00 WIT. Pengajian majelis taklim ini diadakan di Masjid-Mushalla yang sudah disepakati pengelola Masjid, biasanya pengajian diadakan secara bergiliran dari Masjid ke Masjid setiap bulannya.

Ibu-ibu majelis taklim pada tindakan komunikasi ini biasanya memakai kostum seragam kelompok majelis taklim masing-masing. Bila pada tindakan komunikasi pengajian kelompok majelis taklim gabungan, nampak aneka kostum dari kelompok pengajian tersebut. Begitu pun *setting* tempat duduk da'i berada di depan menghadap ke jama'ah majelis taklim. Adakalanya berdiri di samping mimbar dan adakalanya disediakan kursi tempat duduk dan meja di hadapan para jama'ah ibu-ibu majelis taklim.

*Pengajian Peringatan Hari Besar Islam.* Tindakan komunikasi dakwah dalam bentuk pengajian peringatan hari besar Islam, seperti di antaranya peringatan *Isra-Miraj* Nabi Muhammad SAW, Maulid Nabi Muhammad

SAW, tahun baru Islam, *Nuzul Qur'an* dan sebagainya.

Tindakan komunikasi ini lebih memiliki nilai gebyar dari pada acara pengajian rutinitas, diselingi hiburan dan dihadiri pejabat-pejabat pemerintah Kota Ambon dan atau mendatangkan da'i dari luar Kota Ambon. Tindakan komunikasi ini waktunya dilaksanakan setelah shalat ashar dan atau shalat Isya. Da'i yang akan menyampaikan pesan-pesan komunikasi dakwah di undang oleh pengelola Masjid tempat acara diadakan. Tema-tema dakwah kecenderungannya disesuaikan pada tema peringatan hari besar Islam.

### **Setting Rumah Masyarakat**

Dakwah di Kota Ambon, selain dilaksanakan di Masjid-Mushalla untuk pengajian-ceramah sebagai *setting* rumah ibadah, diadakan juga di rumah umat Islam. Tindakan komunikasi dakwah ini bersifat insidentil dikategorisasikan dakwah pada acara syukuran. Tindakan komunikasi dakwah ini diadakan bila ada suatu keluarga memiliki hajatan dan atau syukuran, seperti syukuran atas kelahiran anak, syukuran memasuki rumah baru dan sebagainya. Tindakan komunikasi dakwah ini dapat dilaksanakan di rumah umat Islam, bila diadakan arisan keluarga dan pada acara ta'ziah.

*Pengajian Ta'ziah.* Tindakan komunikasi dakwah diadakan bila ada anggota keluarga meninggal dunia, pengajian diadakan di rumah anggota keluarga mendapat musibah. Waktu digunakan pengajian ini tidak menentu, tergantung pada orang datang ber-ta'ziah. Tindakan komunikasi dakwah ini diadakan setelah shalat ashar dan setelah shalat dhuhur, adakalanya setelah shalat isya. Individu-individu mengikuti ta'ziah ke rumah duka biasanya dari umat Islam di sekitar lingkungan dan atau keluarga dekat turut berduka.

Tindakan komunikasi dakwah dalam pengajian ta'ziah, da'i diundang untuk ceramah oleh wakil keluarga datang ber-ta'ziah ke rumah duka, biasanya keluarga berduka menyediakan makanan dan minuman untuk kegiatan pengajian ta'ziah itu. Pesan-pesan komunikasi dakwah dalam pengajian ta'ziah biasanya berhubungan dengan tema-tema kesabaran menghadapi musibah, persiapan menghadapi kematian dan menyadarkan mengenai adanya alam lain setelah kehidupan dunia. Durasi pesan-pesan komunikasi yang disampaikan untuk ceramah ta'ziah oleh da'i berkisar 30-45 menit.

*Pengajian Acara Syukuran.* Tindakan komunikasi dakwah dalam



Gambar 2. *Setting* Rumah Masyarakat Da'i Berdakwah

pengajian acara syukuran, biasanya dilaksanakan pada acaran syukuran keluarga dan atau bila diadakan keselamatan, seperti selamat memasuki rumah baru, anggota keluarga yang baru pulang haji, aqiqah dan sebagainya. Tindakan komunikasi ini, disamping diadakan pengajian tahlilan, berzanji dan atau pengajian agama.

Peserta tindakan komunikasi dakwah dalam pengajian acara syukuran pada umumnya anggota keluarga, tetangga, dan karib kerabat punya hajatan. Tindakan komunikasi ini disampaikan oleh da'i yang diundang oleh keluarga punya hajatan. Tindakan komunikasi dakwah ini biasanya diakhiri dengan membaca do'a dipimpin langsung oleh da'i, setelah pembacaan do'a dilanjutkan makan dan minum bersama. Bahkan tindakan komunikasi dakwah ini, tuan rumah menyediakan makanan dan minuman bagi peserta tindakan komunikasi yang datang dan setiap peserta komunikasi diberikan oleh-oleh untuk dibawa ke rumahnya dari tuan rumah hajatan.

*Pengajian Acara Arisan.* Tindakan komunikasi dakwah dalam pengajian acara arisan, biasanya dikordinator oleh pengundang yang telah memperoleh arisan sebelumnya dan menghubungi da'i untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi sesuai dengan tema-tema diajukan oleh kelompok arisan tersebut. Arisan keluarga, biasanya diadakan hari-hari libur pada sore hari diselenggarakan secara bergiliran dari rumah ke rumah anggota arisan.

Komunikator pengajian acara arisan disajikan oleh da'i dengan posisi tampilan diri menghadap kepada para jama'ah anggota arisan yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga. Biasanya tausiah disampaikan da'i dengan

durasi waktu penyampaiannya sekitar 30-45 menit. Tema-tema tausiahnya lebih kecenderungannya masalah ibadah dan *ukhuwah islamiyah*, dan diteruskan dialogis dan atau tanya-jawab antara da'i dengan para jama'ah arisan.

### **IDENTITAS SOSIAL DA'I BERDAKWAH**

Identitas merupakan suatu fenomena yang timbul dari dialektika antara individu dan masyarakat.<sup>6</sup> Dalam perspektif komunikasi identitas dibentuk melalui komunikasi dengan orang lain. Erikson berpendapat dalam Burns,<sup>7</sup> identitas sebagai bentukan dihasilkan melalui serangkaian upaya dan proses tertentu memiliki makna tersendiri dalam budaya sosial untuk memperkuat pemikiran mengenai kesamaan dan keberlangsungan secara subjektif.

Identitas dimiliki da'i merupakan bentukan yang dihasilkan melalui sejumlah interaksi dan komunikasi dalam berdakwah, baik dengan sesama da'i, jama'ah, dan pengundang. Interaksi ini memiliki makna tersendiri dalam budaya sosial mereka sehingga dapat dijadikan kerangka rujukan untuk memperkuat pemikiran mengenai kesamaan dan kelestarian kelompok mereka sendiri yaitu para da'i.

### **PENGALAMAN DA'I BERDAKWAH**

Pengalaman merupakan sesuatu dialami. Melalui pengalaman, individu memiliki pengetahuan. Pengalaman dijadikan rujukan bagi individu untuk melakukan tindakan. Pengalaman melekat pada suatu fenomena, "... *people is retrieving a memory of a prior experience of phenomena*,"<sup>8</sup> diperkuat pula pernyataan Moustakas "... *experience is connected to phenomena*."<sup>9</sup> Pengalaman menjadi fondasi bagi da'i dalam melakukan suatu tindakan dakwah. Pengalaman atas fenomena yang dimaksud dalam artikel ini adalah pengalaman atas fenomena komunikasi. Komunikasi merujuk pada suatu proses bersifat sistemik di antara da'i yang berinteraksi melalui simbol tertentu untuk menghasilkan dan menginterpretasikan makna yang melatarbelakangi memilih profesi pendakwah. Pengalaman da'i berdakwah, sesuatu dialami dan berkaitan dengan aspek berdakwah, meliputi proses, simbol maupun makna dihasilkan, serta dorongannya pada tindakan. Pengalaman dimiliki oleh da'i akan dikategorisasi menjadi jenis-jenis pengalaman tertentu, misalnya pengalaman dengan pengundang, sejawat, dan jama'ah dialami dalam berdakwah dan telah membentuk



dunia sosial yang diyakininya dan berkembang menjadi realitas dalam kehidupan sosial para da'i.

### **DA'I SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAKWAH**

Da'i merupakan komponen inti dalam dakwah, unsur ini adalah orang yang berperan menyampaikan pesan ajaran agama kepada para jama'ah. Dalam konteks dakwah, unsur ini merupakan sumber informasi dakwah dalam konteks komunikasi dakwah, sumber informasi dakwah merupakan individu menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan mengajak umat kepada ajaran Islam. Da'i sebagai subjek komunikasi dakwah dimaksudkan sebagai orang bertindak mengajak umat ke jalan Islam, menyuruh pada makruf dan mencegah dari mungkar, dengan dasar iman kepada Allah SWT, sebagaimana dijelaskan Q.S.3:104 dan 110.

Dalam diri da'i secara implisit terdapat misi kedakwahan. Da'i, bukan hanya ketika mereka berkomunikasi di mimbar, namun juga ketika tindakannya menjadi acuan bagi jama'ah di sekitarnya. Prinsip inilah terfokus untuk membedakan sebutan da'i dengan lainnya, yaitu adanya dakwah *bil-hall* (dakwah dengan keadaan dirinya) atau dakwah melalui contoh tauladan.

### **KEPRIBADIAN DA'I BERDAKWAH**

Da'i disamping harus memiliki kepribadian terpuji, mereka harus memiliki sejumlah kecakapan, kelebihan ilmu dan kemampuan menguasai khalayak. Menurut Ilaihi menjelaskan da'i harus memiliki kompetensi, karakter, koorientasi, karisma, dinamika, dan jiwa sosial.<sup>10</sup>

Setiap da'i mengoptimalkan kredibilitas dan mengkonstruksi citra positif meliputi dimensi kebersihan hati, kecerdasan pikiran, dan keberanian mental. Da'i akan bertugas menyampaikan nilai-nilai Allah SWT, niscaya harus mengkonstruksi kredibilitas diri. Membekali diri dengan keilmuan, keahlian, integritas kepribadian, dan sikap mental lainnya. Da'i yang baik harus mampu menyampaikan pesan agama kepada *jamaah* sesuai dengan tingkat kecerdasan akal pikirannya. Sehingga *jamaah* dapat dengan mudah menerima pesan agama dan tujuan dakwah dapat tercapai.

### **TINDAKAN SOSIAL DA'I BERDAKWAH**

Untuk mempelajari tindakan sosial, Max Weber menganjurkan metode analisis melalui pemahaman dan *interpretative understanding* atau

terminologinya “*verstehen*” berarti pemahaman, pemaknaan dan atau pengertian. Menurut Schutz, “pengertian” merupakan tindakan yang bermakna, termasuk ranah interpretatif.<sup>11</sup> Tindakan itu sendiri merupakan pengalaman bermakna yang disadari.<sup>12</sup>

Fenomena da’i dapat diteropong dengan tindakan sosial dari Max Weber (1864-1920). Bagi Weber, tidak semua tindakan manusia disebut sebagai tindakan sosial. Suatu tindakan hanya dapat disebut tindakan sosial apabila tindakan tersebut dengan mempertimbangkan perilaku orang lain dan berorientasi pada tindakan orang lain. Jadi, tindakan sosial merupakan tindakan manusia yang mempunyai makna subjektif bagi pelakunya.<sup>13</sup>

Tindakan sosial Weber ini dapat digunakan sebagai pijakan dalam memahami fenomena pengalaman da’i berdakwah di Kota Ambon. Karena menurut pandangan Weber, da’i melakukan tindakan sosial dalam konteks bagaimana da’i bertindak atau bertingkah laku di hadapan jama’ahnya berdasarkan interpretasi subjektifnya. Artinya, da’i melakukan dakwah terhadap suatu kelompok objek berdasarkan pemahaman, pemaknaan dan interpretasinya terhadap objek tersebut.

### **INTERAKSI SIMBOLIK DA’I BERDAKWAH**

Interaksi simbolik sesungguhnya masih berada dalam payung perspektif fenomenologis menganggap kesadaran manusia dan makna subjektif sebagai titik fokus dalam memahami tindakan sosial. Interaksi simbolik ini digunakan dalam memandu dalam meneropong fenomena pengalaman da’i berdakwah.

Bogdan dan Taylor dalam Mulyana mengemukakan interaksi simbolik merupakan salah satu dari pendekatan utama dalam tradisi fenomenologis.<sup>14</sup> Senada dengan pemikiran fenomenologis, seorang tokoh interaksionalis simbolik yaitu, George Herbert Mead dalam Sulaeman berpendapat bahwa “realitas sosial merupakan sebuah proses. Proses yang dimaksud dalam pemikiran Mead adalah proses kala individu menjadi bagian dari masyarakat.”<sup>15</sup> Interaksi simbolik pun dikenal istilah internalisasi merujuk suatu peristiwa saat *self* (diri) melakukan interpretasi subjektif atas realitas objektif yang merupakan hasil dari “generalisasi” orang lain.

Perspektif interaksi simbolik (George Herbert Mead (1863-1932) dan Herbert Blumer (1900-1987) melihat realitas sosial diciptakan manusia melalui interaksi makna-makna disampaikan secara simbolik. Simbol-simbol

tercipta dari esensi di dalam diri manusia saling berhubungan.

Perspektif interaksi simbolik mengutamakan kesadaran pemikiran, dan diri menjelaskan makna dan simbol-simbol dipikirkan oleh da'i dalam menentukan tindakannya. Melalui simbol diciptakan, dipikirkan dan dipahami dapat dijadikan sebagai dasar bagi da'i dalam melakukan tindakan komunikasi verbal dan nonverbal dalam berdakwah.

### **FENOMENOLOGI DA'I BERDAKWAH**

Asumsi dasar fenomenologi adalah manusia merupakan makhluk kreatif, berkemauan bebas, dan memiliki beberapa sifat subjektif lainnya. Fenomenologi menekankan pada esensi pengalaman yang merujuk pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Bagi Schutz, dunia kehidupan merupakan sebuah dunia yang sangat berbeda dengan apa yang biasanya diketahui ilmuwan alam.<sup>16</sup> Fenomenologi berusaha memahami kehidupan atau makna pengalaman dan mencoba untuk menggambarkan serta memberi interpretasi atas makna pada kebiasaan yang muncul atas kesadaran, bahasa, pengetahuan, dan perasaan yang tidak diketahuinya,<sup>17</sup> yang terfokus pada esensi dari pengalaman da'i berdakwah. Fenomenologi menegaskan bahwa melalui interpretasi atas pengalaman pulalah, da'i berdakwah memperoleh pemahaman mengenai tindakan komunikasi dakwah dilakukan. Penegasan ini sesuai dengan pernyataan Littlejohn dan Foss "... *phenomenological tradition assume that people actively interpret their experience and come to understand the world by personal experience with it.*"<sup>18</sup> Interpretasi lebih lanjut dijelaskan Littlejohn dan Foss sebagai "... *an active process of the mind, a creative act of clarifying personal experience.*"<sup>19</sup>

Tindakan dilakukan da'i berdakwah menjadi subjek yang berprofesi sebagai sumber informasi dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran agama. Tindakan ini digerakan oleh motif tertentu yang melatarbelakangi da'i dalam berdakwah sebagaimana diungkapkan oleh Schutz bahwa motif merupakan konteks makna yang ada pada diri individu sebagai landasan dalam bertindak.<sup>20</sup>

Fenomenologi berusaha memahami kehidupan atau makna pengalaman dan mencoba untuk menggambarkan serta memberi interpretasi atas makna pada kebiasaan muncul atas kesadaran, bahasa, pengetahuan, dan perasaan tidak diketahuinya terfokus pada esensi dari pengalaman komunikasi da'i dalam berdakwah. Tindakan dilandasi pengalaman, makna

dan kesadaran.<sup>21</sup> Asumsi ini terinspirasi oleh pemikiran Weber, maka Schutz mengembangkan konsep orientasi ini menjadi motif, digolongkan berdasarkan orientasi temporal. Schutz menegaskan bahwa *in order to motive* mengacu pada pengalaman di masa lalu sebagai pemicu kemunculan motif tersebut dan proyek ingin dicapai di masa akan datang sebagai pemicu kemunculannya *in order to motive*.<sup>22</sup> Intinya adalah, untuk membedakan kedua jenis motif da'i dalam berdakwah tersebut maka orientasi waktu dapat dijadikan sebagai pegangan.

### **MOTIF DA'I BERDAKWAH**

Pengalaman merupakan sesuatu dialami. Melalui pengalaman, individu memiliki pengetahuan. Pengalaman dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan. Pengalaman menjadi fondasi bagi da'i dalam melakukan suatu tindakan komunikasi dakwah. Penggalan tindakan da'i berdakwah menggunakan pendekatan fenomenologi, berupaya mengungkap realitas berdasarkan kesadaran dilandasi oleh pengalaman kehidupan para da'i berdakwah di Kota Ambon yang merujuk pada pernyataan "...phenomenologists explore the structures of consciousness in human experience."<sup>23</sup> Kesadaran dan pengalaman inilah membentuk pemaknaan diri da'i berdakwah akan suatu realitas sosial.

Pengalaman setiap tindakan komunikasi dakwah dilakukan da'i berdakwah, terdapat motif menjadi orientasi dari tindakannya. Menurut Max Weber dalam Mulyana, "makna dan motif subjektif inilah berhubungan langsung dengan tindakan manusia."<sup>24</sup> Tindakan komunikasi dakwah dilakukan da'i menjadi subjek dalam kajian ini berprofesi sebagai pendakwah. Tindakan ini digerakan oleh motif tertentu yang melatarbelakangi da'i berdakwah, seperti diungkapkan Schutz, motif merupakan "konteks makna yang ada pada diri individu sebagai landasan dalam bertindak."<sup>25</sup> Motif penting dalam melihat diri da'i, karena motif dapat melihat diri da'i dalam berdakwah dan tindakan "*because of motive*," dan tindakan "*in-order-to-motive*."<sup>26</sup> Motif digunakan untuk mengetahui alasan individu memilih menjadi da'i berdakwah yang merujuk pada motif masa lalu dan motif merujuk pada masa depan disebut sebagai motif tujuan.

### **Motif Alasan Da'i Berdakwah**

Motif alasan mendorong melatarbelakangi subjek untuk mengambil

tindakan menjadi da'i cukup beragam. Keberagaman orientasi dimiliki, dilatarbelakangi berbagai aspek tindakan komunikasi dakwah dalam mengkonstruksi dirinya memilih profesi da'i berdakwah sebagaimana temuan dikategorisasikan dengan kelangkaan sumber informasi da'i, senioritas, dan tuntutan agama.

*Kelangkaan Sumber Informasi Da'i.* Memiliki profesi da'i tidaklah sulit, terkesan menampilkan kemampuan retorika untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam sesuai dengan kaedah-kaedah tertentu. Menjadi individu da'i, harus memiliki kemampuan dan atau persyaratan tertentu, seperti kefasihan melafazkan ayat-ayat al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW, apalagi bisa tampil saat diminta pengundang Masjid secara dadakan. Betapapun seringnya, Masjid hampir tidak jadi melaksanakan jum'atan, khatib berhalangan hadir. Tindakan komunikasi seperti ini pula melatarbelakangi beberapa da'i di kota Ambon berdakwah terpanggil keikutsertaan mengembangkan tugas keda'ian.

*Waktu itu beta mau shalat jum'atan di Masjid yang ada di Batumerah di Kota Ambon, semasa itu beta masih jadi mahasiswa, tiba-tiba khatib dijadwalkan hari itu berhalangan datang, terus pengurus Masjid mengemukakan siapa yang bisa menggantikan, dan silahkan maju ke depan. Tidak ada satupun orang yang ditunjuk tangan termasuk beta sebagai Mahasiswa IAIN (Filial IAIN Alauddin Ujungpandang) ketika itu juga tidak bisa. Saat itu, untung ada salah seorang jama'ah yang mau tampil ke depan sambil mengambil buku khutbah yang ada di rak buku Masjid. Kemudian beliau membaca buku itu saja tanpa ada ulasan yang lain. Sejak kejadian itu, beta sangat terpanggil untuk bisa berdakwah-berkhutbah.<sup>27</sup>*

Kejadian tindakan komunikasi dialami, dengan menanamkan niat dalam hati untuk menjadi da'i dan atau mubaliq. Kesehariannya membuat konsep pidato lengkap dan menghafalkannya dan memulai berdakwah, kapan di minta mereka bertekad harus bisa melakukan tindakan komunikasi dalam berdakwah.

Motif kelangkaan sumber informasi da'i, awalnya ikut berkecimpung dalam dakwah, dilatarbelakangi pada saat katong ikut shalat jum'at di lingkungan sekitarnya, tidak ada yang tampil ke depan menggantikan khatib berhalangan datang alasan sakit. Ketika itu, sulit mencari sosok pemuda yang mau tampil dalam tindakan-tindakan komunikasi keagamaan, apalagi diminta tampil spontan. Seperti penuturan "Pertama kali

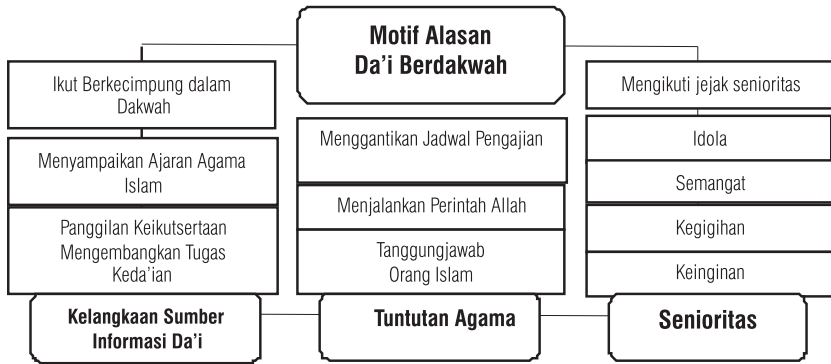
beta tampil di mimbar Masjid, bukan beta gemetar yang menggigil mandi keringat, tapi bapak beta, bapak tidak menyangka beta mau tampil untuk khutbah. Bagaimana lagi, kalau beta tidak mau tidak jadi orang shalat jum'at."<sup>28</sup> Pernyataan dan ungkapan tersebut sebagai da'i di Kota Ambon, menggambarkan bahwa yang melatarbelakangi memilih untuk berdakwah sebagai tindakan komunikasi menyampaikan pesan-pesan ajaran agama Islam dan mengklaim dirinya terpanggil oleh kelangkaan komunikator da'i.

*Senioritas.* Para da'i berdakwah di Kota Ambon menyadari adanya dirinya dilatarbelakangi ingin mengikuti jejak seniornya berdakwah. Da'i senior melakukan tindakan komunikasi dakwah, ibarat air mengalir yang efektifnya pesan-pesan komunikasi disampaikan dalam merangkai kalimat. Kata-kata diucapkan terasa mengandung makna menyentuh perasaan, menyampaikan ayat-ayat al-qur'an dan hadis tanpa melihat catatan dan atau konsep. Ketertarikan melihat da'i senior berdakwah, dirinya berusaha mencatat aspek-aspek terpenting dan menghafalnya serta mencobanya.

Beta senang dan tertarik melihat guru berdakwah, sewaktu beta masih sekolah di Madrasah Aliyah, di mana guru itu pergi mengaji selalu beta ikuti. Beta usahakan mencatat uraian dakwahnya, termasuk cerita-cerita menarik yang disampaikan guru dan beta mencatatnya. Beta merasa terpanggil mengembangkan dakwah sekaligus dengan berdakwah bisa terus-menerus belajar agama.<sup>29</sup>

*Mulanya beta menjadi mubaliq termotivasi dengan melihat sosok mubaliq senior berdakwah yang ada di Kota Ambon, ... beta merasa tertarik dan senang bila mendengarkan mubaliq berdakwah. Setelah beta menjadi mubaliq, ... beta terus belajar dan membaca buku-buku agama., ... senang sekali menyampaikan ajaran agama Islam kepada umat Islam.<sup>30</sup>*

Sosok da'i senior dijadikan sebagai idola dan ingin mencontoh seperti kepaiawaian senior dengan cara mengikuti senior pergi berdakwah, mencatat dan melatih kemampuan diri, mengulang-ulang materi akan disampaikan, akhirnya memiliki kemampuan berdakwah pula. Dengan ketertarikannya terhadap da'i senior itulah lebih banyak belajar dan membaca buku-buku agama dan ada yang mau mengikuti seniornya berdakwah supaya bisa pula seperti seniornya. Bahkan ada melatarbelakangi menjadi da'i karena membeli kaset-kaset dakwah dan diputarnya berulang untuk belajar dan menempa dirinya dengan kemampuan berdakwah. Setelah



Gambar 3. Motif Alasan Melatarbelakangi Da'i Berdakwah

beberapa lama mencoba belajar dan menjadi da'i, malah menjadi kesenangan tersendiri dan tetap ingin eksis dalam berdakwah. Dengan semangat, kegigihan dan keinginannya membuat dirinya para da'i-da'i tetap eksis, dan mereka dapat dikenal dikalangan masyarakat Islam Kota Ambon.

*Tuntutan Agama.* Tindakan komunikasi dakwah merupakan alasan keinginan selalu berada dalam kebaikan yang memberi isyarat melatarbelakangi da'i berdakwah, didorong oleh panggilan agama. Dengan memahami agama, itu pulalah yang menjadi alasan bagi sebagian da'i melaksanakan tindakan komunikasi berdakwah. Bahkan lainnya menjelaskan bahwa motif melatarbelakangi menjadi da'i untuk "melaksanakan perintah Allah SWT" serta didorong semangat dan nilai-nilai agama yang telah dipelajarinya. Ini sesuai pengungkapan Illaihi, da'i itu merupakan pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah,<sup>31</sup> artinya orang harus menyampaikan atau dikenal sebagai sumber informasi dakwah.

*Awalnya beta berdakwah,... terdorong perintah agama,... agama menyuruh kita "hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran,"... beta tahu ini perintah agama, yaaaa... karena beta sekolah agama. Ditambah lagi beta banyak belajar agama, tugas beta menyampaikan ilmu yang sudah beta miliki diberikan kepada orang lain,... ini menjadi tanggung-jawab beta sebagai orang Islam.<sup>32</sup>*

Kategorisasi motif alasan mendorong subjek untuk mengambil tindakan menjadi da'i cukup beragam. Keberagaman orientasi dimiliki, dilatarbelakangi oleh berbagai aspek pengalaman dan pengetahuan dimiliki serta

situasi telah dialami dalam melakukan tindakan komunikasi dakwah oleh masing-masing para da'i. Semakin banyak pengalaman dan pengetahuan mereka yang dipandang dari sudut tertentu maka semakin terdorong alasan memilih menjadi da'i.

Meskipun pada awalnya ada beberapa da'i berdakwah tidak merupakan niat dari hatinya, "keterpaksaan," menyadari memiliki ilmu agama, memiliki keinginan memberikan ilmu kepada umat Islam, dan berkeinginan menjadi agen perubahan, memberikan kebaikan kepada umat Islam serta menjadi penggerak baginya untuk berdakwah. Seperti dikemukakan Mulyana, "orang memiliki kemampuan beradaptasi dengan perubahan, ditandai dengan kecerdasan emosional dan spiritualnya tinggi."<sup>33</sup>

Melakukan tindakan komunikasi dakwah merupakan alasan keinginan selalu berada dalam kebaikan memberi isyarat bahwa melatarbelakangi berdakwah, didorong oleh panggilan agama. Dengan memahami agama, itu pulalah menjadi alasan bagi sebagian da'i melaksanakan tindakan komunikasi berdakwah. Bahkan lainnya menjelaskan bahwa motif yang melatarbelakangi menjadi da'i untuk melaksanakan perintah Allah SWT serta didorong semangat dan nilai-nilai agama yang telah dipelajarinya.

Motif melandasi tindakan subjek memilih menjadi da'i untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam kepada para jama'ah adalah motif dilatarbelakangi oleh pengalaman sebelumnya atau pengalaman di masa lalu. Motif dimiliki da'i disaat memutuskan memilih untuk berdakwah di Kota Ambon dapat dikategorikan sebagai "*because motive*." Pengkategorian motif ini merujuk pada identitas khusus disebut oleh Berger dan Luckmann sebagai "*typification*" untuk menjelaskan konstruksi sosial dari sebuah tindakan yang sudah menjadi habitual.<sup>34</sup> Sebagaimana pernyataan Schutz "*in every genuine because-motivation both motivating and motivated lived experiences have the temporal character of pastness*."<sup>35</sup> Motif yang disebabkan kelangkaan komunikator da'i, mengikuti jejak senioritas, dan menjalankan perintah Allah SWT sebagai tuntutan agama Islam.

### **Motif Tujuan Da'i Berdakwah**

Motif tujuan teridentifikasi yang mendorong subjek melakukan tindakan menjadi da'i untuk mendapatkan manfaat cukup beragam. Keberagaman orientasi tujuan dimiliki, dilatarbelakangi oleh berbagai aspek sebagaimana temuan dikategorisasikan menjadi ekonomi, kemampuan diri, dan kepo-



puleran. Motif tujuan da'i melakukan tindakan komunikasi berdakwah tidaklah bersifat "tunggal," ada fenomena lain menunjukkan motif ganda da'i berdakwah, meskipun fenomena itu tidak cenderung tampak.

*Ekonomi.* Da'i memilih menjadi pendakwah dilatarbelakangi ekonomi, meskipun tidak diungkap secara terang-terangan, namun realitas sosial terjadi secara berulang-ulang dari lapangan, seperti "*kalau tidak karena dakwah ini,... belum tentu kuliah beta bisa selesai menjadi sarjana.*"<sup>36</sup> Mereka mengakui, pertama kali berdakwah diperkenalkan oleh seniornya, lama kelamaan jama'ah juga menyukai dakwahnya. Akhirnya memiliki jadwal pengajian rutin semasa mahasiswa. Tindakan komunikasi dakwah dimaknai "syukur" atas nikmat diperoleh melalui berdakwah dan tidak menyangka sebelumnya akan berpeluang seperti itu dan merasakan hasil diperoleh dari tindakan komunikasi dakwah.

Perjalanan hidup individu, bisa ditentukan dengan berbagai pengetahuan dimiliki melalui pengalaman komunikasi dengan lingkungan di sekitarnya, seperti sebagian da'i tidak pernah membayangkan dirinya menjadi pendakwah. Awalnya mereka hanya memiliki hubungan persaudaraan yang akrab, bila ada di antara mereka tidak memiliki jadwal ceramah atau khutbah. Mereka saling menghubungi melalui media dan menanyakan apakah ada jadwal yang berlebih. Tidak tertutup pula kemungkinannya da'i lain menanyakan jadwal seperti itu kepada mereka. Komunikasi yang mengarah pada realitas sosial yang memiliki makna tersendiri bagi da'i, bila dapat informasi salah seorang di antara mereka yang sedang mencari da'i atau jadwalnya lebih dari satu, cepat mengkomunikasikan kepada teman lainnya. Interaksi komunikasi berlangsung antara da'i dengan da'i lainnya dapat dimaknai "hubungan harmonis" untuk terbinanya di antara sesama da'i, jika ada berhalangan bisa meminta tolong kepada da'i lainnya yang sudah saling kenal.

Interaksi dan komunikasi dalam tindakan komunikasi berdakwah dilakukan antara da'i dengan da'i lainnya merupakan tindakan saling "tolong menolong" dan saling menggantikan yang terjadi kadang disebabkan adanya desakan dari jama'ah lain secara spontan. Bila diminta penjelasan kepada da'i, akan berkomunikasi beragam, tindakan ini sering terjadi pada kultum ramadhan.

Ungkapan para da'i sebagai subjek yang melatarbelakangi tujuan berdakwah, dimaknai dengan "ekonomi" yang menyemangati dirinya untuk melakukan tindakan komunikasi berdakwah, meskipun secara tidak

terang-terangan dikemukakan subjek. Simbol-simbol komunikasi ditampilkan yang melatarbelakangi tujuan berdakwah, seperti berbagi pengalaman, berbagi jadwal dan atau saling bertukar pikiran untuk pendelegasian berdakwah.

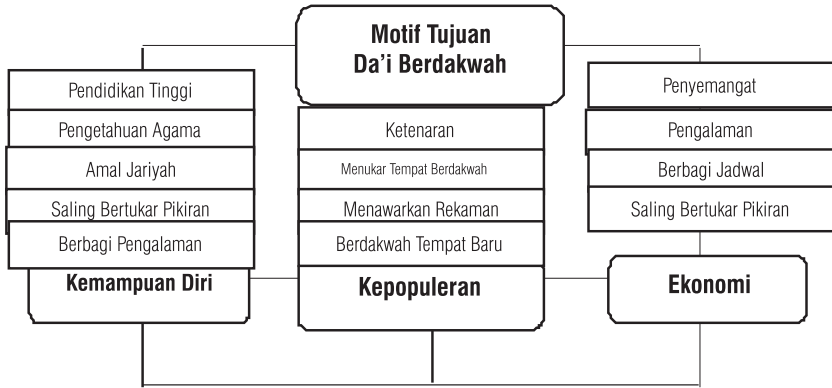
*Kemampuan Diri.* Da'i memahami berkeinginan untuk menunjukkan pada jama'ah bahwa mereka memiliki kemampuan dan terlihat adanya keengganan untuk dikonstruksi hanya bisa berdakwah adalah individu memiliki latarbelakang pendidikan agama, sebaliknya pendidikan umum sebagai latarbelakangnya tidak mampu berdakwah.

... Orang lain tahunya, yang bisa menjadi da'i adalah orang-orang Islam yang memiliki latarbelakang pendidikan agama,... Tapi beta pun ingin menunjukkan bahwa orang Islam yang tidak memiliki latarbelakang pendidikan agama tidak seperti itu, makanya beta ingin berhasil karena selain mengamalkan ilmu kepada umat Islam, beta juga pikir ini jadi kebanggaan kalau ada yang menjadi da'i dengan latarbelakang pendidikan bukan dari agama, namun pendidikan umum.<sup>37</sup>

*... Agar bisa menunjukkan bahwa beta ini mampu melakukan pekerjaan berdakwah seperti ini karena punya tantangan di lapangan. Keuntungannya juga banyak, dapat penghormatan dari jama'ah, jika beta menyampaikan dakwah dengan menyajikan spesialisasi dakwah berupa, seperti pendidikan beta ilmu hukum umum, ... Penyajian dakwah berdasarkan realitas sosial umat Islam dengan pendekatan hukum.<sup>38</sup>*

Da'i melakukan dakwah sebagai tantangan untuk menghadapi realitas kehidupan umat Islam yang menjadi aktor peristiwa komunikasi, menyajikan pesan-pesan komunikasi dakwah dengan pendekatan keilmuan pendidikan umum, "*menyajikan pesan-pesan dakwah secara spesialisasi, berdasarkan keilmuan umum direlasikan dengan realitas sosial masyarakat, untuk memperbaiki keadaan umat Islam saat ini.*"<sup>39</sup> Berdakwah, merupakan amal jariyah, saling bertukar pikiran, dan berbagi pengalaman kepada para jama'ah, sehingga seringkali jika da'i yang bukan berlatarbelakang pendidikan agama akan bisa menarik perhatian lebih banyak jama'ah secara langsung.

*Popularitas.* Sebagai motif tujuan dalam berdakwah dimaknai untuk memperoleh "ketenaran," dari fenomena yang muncul dari interaksi dan komunikasi dengan sesama da'i serta kecenderungannya diperoleh da'i dalam memilih lokasi dan atau tempat menyajikan pesan dakwah, seperti



Gambar 4. Motif Tujuan Melatarbelakangi Da'i Berdakwah

sesama da'i saling minta digantikan jadwalnya dakwahnya, karena da'i mendapatkan tawaran di tempat baru dan atau di tempat dianggap memiliki nama Masjid yang agak ramai jama'ahnya dan atau mengundang oleh orang-orang penting di kampung itu. Interaksi dan komunikasi sesama antara da'i, saling menukar tempat berdakwah dan ada terlihat lebih memilih tempat-tempat tertentu serta mempercayakan kepada teman lain jadwal berdakwah yang sudah dibuat dan disepakati pengunjung sebelumnya. Tidak kalah menariknya adalah para da'i menawarkan rekaman-rekaman karya-karyanya kepada para jama'ah pada saat sesudah melakukan dakwah.

Realitas sosial yang melatarbelakangi tujuan da'i berdakwah dengan makna "kepopuleran" saling tukar menukar jadwal dalam rangka berke-nalan ketempat yang baru. Da'i saling tukar menukar jadwal dakwah ke tempat yang baru dengan alasan perkenalkan pula beta ke tempat itu, beta tidak pernah ke sana. Realitas sosial ini dipahami bahwa da'i belum pernah berdakwah pada suatu tempat yang selama ini mereka tidak menduga ada dakwah di sana, realitasnya berdasarkan cerita dengan sesama da'i lain, da'i memperoleh informasi baru. Berdasarkan cerita tersebut memunculkan adanya keinginan untuk mencoba berdakwah pada tempat-tempat yang baru, dan belum pernah menyampaikan dakwah di tempat tersebut. Gambaran mengenai motif tujuan da'i memilih berdakwah di Kota Ambon.

Pengetahuan tidak serta merta ada di dalam diri individu. Pengetahuan



Menurut Schutz, motif bisa dilihat dari dua fase yaitu tindakan *because motive*, atau motif alasan merujuk pada masa lalu dan tindakan *in-order-to-motive*, atau motif tujuan merujuk pada masa depan.<sup>42</sup> Motif merujuk pada masa lalu dalam kajian ini disebut sebagai motif alasan yaitu motif masa lalu yang menjadi stimulus bagi subjek untuk melakukan suatu tindakan, sedangkan motif merujuk pada masa depan disebut sebagai motif tujuan karena subjek tertarik dan memiliki keinginan untuk meraihnya di masa depan.

Kecenderungan yang mendorong subjek untuk mengambil tindakan memilih menjadi da'i berdakwah dapat dilihat dari motif yang mereka miliki. Motif merupakan konfigurasi atau konteks makna yang ada pada diri individu sebagai landasan dalam bertindak dan upayanya mendefinisikan diri dan lingkungan. Atau dengan kata lain, motif adalah faktor pendorong individu untuk bertindak terhadap suatu objek, seperti pernyataan Schutz, "... *motive is meaningful ground of his behavior.*"<sup>43</sup> Artinya da'i memilih berdakwah untuk menyajikan pesan-pesan komunikasi dakwah dilandasi oleh motif tertentu.

Motif da'i berdakwah, baik motif alasan dan tujuan dimaknai bahwa da'i berdakwah memiliki motif ganda. Motif ini ada yang termasuk pada motif alasan dan adapula yang dikategorikan motif tujuan. Motif alasan ini muncul ketika terjadi interaksi dan komunikasi da'i dengan lingkungan sekitarnya, seperti teman sesama da'i dan teman sejawatnya.

## KESIMPULAN

Da'i sebagai subjek penelitian ini telah mengambil tindakan menjadi pendakwah dialami cukup beragam. Beberapa temuan menjelaskan bahwa para da'i memilih profesi pendakwah dilatarbelakangi dengan motif alasan dan motif tujuan. Sebagian dari mereka berdakwah masih mendapatkan cemoahan, hinaan, ejekan dari lingkungan multikultural dalam berdakwah. Lingkungan memperlakukannya dengan sikap apatis, kurang penerimaan, pengakuan, dan kurang di hargai dalam berdakwah di Kota Ambon

Subyek penelitian memilih menjadi da'i dilatarbelakangi pengalaman komunikasi dialami pada motif alasan dengan kelangkaan sumber informasi da'i, senioritas, dan tuntutan agama. Penelitian ini juga menemukan motif tujuan untuk mencapai target-target langsung da'i berdakwah yang dilatarbelakangi agar memperoleh ekonomi, kemampuan diri, dan kepopuleran. Kesemuanya, da'i melakukan tindakan komunikasi

dakwah tidaklah bersifat “tunggal,” ada fenomena lain menunjukkan motif ganda da’i berdakwah, meskipun fenomena itu tidak cenderung tampak dalam komunikasi dakwah.

Dalam penelitian ini, teori tindakan sosial telah bermanfaat dalam mengeksplorasi subyek memilih profesi da’i berdakwah. Khususnya memaknai dirinya dengan motif yang melatarbelakangi memilih profesi da’i berdakwah yang dibentuk dari pengalaman diri alasan dan tujuan melakukan tindakan komunikasi dakwah di Kota Ambon.

### CATATAN AKHIR

- <sup>1</sup> Qs.3, Ali-Imran:104: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”
- <sup>2</sup> Bambang S. Ma’arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, Cet.I, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 39.
- <sup>3</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 18.
- <sup>4</sup> Munzier Supartra, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h. 162.
- <sup>5</sup> Qs.16, An-Nahl:125: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”
- <sup>6</sup> Peter Ludwiy Berger and Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, Terjemahan Hasan Basari (Jakarta: LP3ES, 1990), h. 249.
- <sup>7</sup> R.B. Burns, *The Self Concept in Theory, Measurement, Development and Behavior*, (London: Longman Group Limited, 1979), h. 24.
- <sup>8</sup> Gary P. Radford, *On The Philosophy of Communication*, (USA: Thomson Wadsworth, 2005), h.151.
- <sup>9</sup> Clark Moustakas, *Phenomenological Research Methods*, (London: Sage Publications, 1994), h. 44.
- <sup>10</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 180.
- <sup>11</sup> Alfred Schuzt, *The Phenomenology of The Social World*, (London: Heinemann Educational Book, 1972), h.15.
- <sup>12</sup> *Ibid*, h. 54.
- <sup>13</sup> Engkus Kuswarno, *Fenomenologi, Metodologi Penelitian Komunikasi, Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 109.
- <sup>14</sup> Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2010), h. 59.
- <sup>15</sup> Sulaeman, *Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi Penyandang Oligodaktili: Studi Fenomenologi Penyandang Oligodaktili di Kampung Ulutaue Kabupaten Bone*. Disertasi, Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universi-

- tas Padjadjaran Bandung. 2014, h. 65.
- <sup>16</sup> Alfred Schutz, *The Phenomenology*, h. 98.
- <sup>17</sup> Lisa M. Given, *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Volume 1 and 2, (Thousand Oaks: Sage Publication, 2008), h. 614.
- <sup>18</sup> Stephen W. Little John and Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theories*, (University of New Mexico: SAGE Reference Publication, In, 2009), h. 38.
- <sup>19</sup> Stephen W. Little John and Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theories*, (University of New Mexico: SAGE Reference Publication, In, 2009), h. 39.
- <sup>20</sup> Alfred Schutz, *The Phenomenology*, h. 86.
- <sup>21</sup> Lisa M. Given, *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Volume 1 and 2, (Thousand Oaks: Sage Publication, 2008), h. 614.
- <sup>22</sup> Alfred Schutz, *The Phenomenology*, h. 8.
- <sup>23</sup> John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, (Thousand Oaks: CA. Sage Publication Inc, 1998), h. 51.
- <sup>24</sup> Deddy Mulyana, *Metode Penelitian*, h. 61.
- <sup>25</sup> Alfred Schutz, *The Phenomenology*, h. 86.
- <sup>26</sup> *Ibid*, h. 16.
- <sup>27</sup> Hasil wawancara peneliti-Muhammad, Tempat kediamannya, Senin, 11 Juli 2017, Pukul 15.30-16.20 WIT.
- <sup>28</sup> *Ibid.*, peneliti-Karim, Tempat Pengajiannya, Ahad, 20 Agustus 2017, Pukul 16.25-17.00 WIT.
- <sup>29</sup> *Ibid.*, peneliti-Fadli, Tempat kediamannya, Sabtu, 29 Juli 2017, pukul 09.15-11.30 WIT.
- <sup>30</sup> *Ibid.*, peneliti-Salman. Tempat kediamannya, Kamis, 24 Agustus 2017, pukul 16.30-17.30 WIT.
- <sup>31</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 18.
- <sup>32</sup> Hasil wawancara peneliti-Bakri, Masjid Raya Kota Ambon, Senin, 21 Agustus 2017, pukul 14.30-16.00 WIT.
- <sup>33</sup> Deddy Mulyana, *Komunikasi Media dan Masyarakat: Membedah Absurditas Budaya Indonesia* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 9.
- <sup>34</sup> Peter Ludwiq Berger and Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), h. 70.
- <sup>35</sup> Alfred Schutz, *The Phenomenology*, h. 93.
- <sup>36</sup> Hasil wawancara peneliti-Hilman. Tempat kediaman, Selasa, 26 September 2017, pukul 16.45-17.30 WIT.
- <sup>37</sup> *Ibid.*, peneliti-Untung. Masjid BTN Kanawa, Rabu, 16 Agustus 2017, pukul 13.45-16.00 WIT.
- <sup>38</sup> *Ibid.*, peneliti-Safri. Tempat kediamannya, Kamis, 28 September 2017, pukul 10.20-12.15 WIT.
- <sup>39</sup> *Ibid.*, peneliti-Muhammad. Masjid Kampus IAIN Ambon, Rabu, 04 Oktober 2017, pukul 13.45-16.00 WIT.

- <sup>40</sup> Thomas R. Lindlof, *Qualitative Communication Research Methods* (California USA, Sage Publications, 1995), h. 33.
- <sup>41</sup> Alfred Schutz, *The Phenomenology* h. 89.
- <sup>42</sup> *Ibid*, h. xvi.
- <sup>43</sup> *Ibid*, h. 86.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkhaliq, Abdurrahman. 1998. *Metode dan Strategi Dakwah Islam*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- . 1991. *Dasar-Dasar Dakwah: Generasi Islam Pertama*. Jakarta: Pustaka al-Hidayah.
- Ahmad, A.S., (Makalah) “*Dakwah-Misi dan Komunikasi*”. Disajikan pada Lokakarya Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi UNHAS Makassar, 28 Mei 2000. *al-Qur’an dan Terjemahnya*.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Annuar, M. F. Adam dan Ali AH. 2014. “The Use of Blog as a Medium of Islamic Da’wah in Malaysia.” *International Journal of Sustainable Human Development*, 2 (2), pp. 74-80.
- Berger, Peter Ludwiq and Thomas Luckmann. 1966. *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- . 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Terjemahan Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- Bukhari. 2009. “Dakwah Ahlulbait Kajian Kang Jalal.” *Disertasi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Burns, R.B. 1979. *The Self Concept in Theory, Measurement, Development and Behavior*. London: Longman Group Limited.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks: CA. Sage Publication Inc.
- Given, M. Lisa. 2008. *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Volume 1 and 2. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kusnawan, Aep. 2004. *Ilmu Dakwah (Kajian Berbagai Aspek)*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi, Metodologi Penelitian Komunikasi, Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Lindlof, Thomas R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*, California USA, Sage Publications.
- Little John, W. Stephen and Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theories*. University of New Mexico: SAGE Reference Publication, In.
- Mahadi, Ujan. 2012. “Komunikasi Dakwah Kaum Migran-Studi Komunikasi Antar Budaya dengan Pendekatan Fenomenologi pada Dai Kaum Migran dalam Dakwah Islam di Kota Bengkulu.” *Disertasi*, Program Studi Ilmu



- Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung.
- Ma'arif, S. Bambang. 2010. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Cet. I, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, Clark. 1994. *Phenomenological Research Methods*. London: Sage Publications.
- Mulkan, Abdul Munir. 1996. *Idiologisasi Gerakan Dakwah-Episode Kehidupan M. Natsir dan Ahmad Azhar Basyir*. Yogyakarta: Sipress.
- Mulkan, Dede. 2014. "Islamic Preaching (Da'wa) Portrait In Television (Indonesian Cases)." *The International Journal of Social Sciences (TIJOSS)*. Vol.19 No.1, ISSN 2305-4557, pp. 176-189.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metode penelitian Kualitatif, Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- , 2015. *Komunikasi Media dan Masyarakat: Membedah Absurditas Budaya Indonesia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Radford, Gary. P. 2005. *On The Philosophy of Communication*. USA: Thomson Wadsworth.
- Schutz, Alfred. 1972. *The Phenomenology of the Social World*. London: Heinemann Educational Book.
- Sulaeman. 2014. "Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi Penyandang Oligodaktili: Studi Fenomenologi Penyandang Oligodaktili di Kampung Ulutaue Kabupaten Bone." *Disertasi*, Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung.
- Supartra, Munzier. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Syahputra, Iswandi. 2007. *Komunikasi Profetik-Konsep dan Pendekatannya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syaiful Ma'arif, Bambang. 2008. "Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam Membina Kehidupan Beragama Jemaahnya di Bandung." *Disertasi*, Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung.
- West, R., & Turner, L. H. 2007. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Mountain View, CA: Mayfield.
- Wood, Julia T. 1997. *Communication Theories In Action*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.