



## Analisis Model Komunikasi Dakwah yang Efektif dalam Kehidupan Sehari-hari

Riska Amelia Putri<sup>1\*</sup>, Mutifatul Hamdiah<sup>2</sup>, Adhi Kusuma<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

Email: [putririska44151@gmail.com](mailto:putririska44151@gmail.com)<sup>1</sup>, [mutifatulh@gmail.com](mailto:mutifatulh@gmail.com)<sup>2</sup>, [kusuma@uinbanten.ac.id](mailto:kusuma@uinbanten.ac.id)<sup>3</sup>

Korespondensi penulis: [putririska44151@gmail.com](mailto:putririska44151@gmail.com)\*

**Abstract.** *Da'wah is a process of conveying Islamic teachings that is not limited to formal religious forums, but also occurs naturally in everyday life. The models studied include one-way, two-way, interpersonal, and persuasive communication. Each model has its own characteristics, advantages, and challenges in conveying Islamic messages effectively. One-way communication is suitable for lectures and sermons, but does not open up space for dialogue. In contrast, two-way communication is more inclusive and allows for the expansion and exchange of ideas. Interpersonal communication is effective in intimate relationships such as in families, while persuasive communication is able to touch emotions and attitudes without coercion. The application of these models in pluralistic societies, nuclear families, and the world of short-density work, communication skills, and the role models of da'wah practitioners. Successful da'wah does not only rely on words, but is also manifested through real behavior and high social awareness. Thus, every Muslim has a strategic role in spreading Islamic values through appropriate communication models, full of wisdom, and compassion as exemplified by the Prophet Muhammad SAW.*

**Keywords:** *Da'wah, One-Way Communication, Two-Way Communication*

**Abstrak.** Dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam yang tidak terbatas pada forum keagamaan formal, tetapi juga berlangsung secara alami dalam kehidupan sehari-hari. Model-model yang dikaji meliputi komunikasi satu arah, dua arah, interpersonal, dan persuasif. Setiap model memiliki karakteristik, kelebihan, dan tantangan tersendiri dalam menyampaikan pesan keislaman secara efektif. Komunikasi satu arah cocok untuk ceramah dan khutbah, namun kurang membuka ruang dialog. Sebaliknya, komunikasi dua arah lebih inklusif dan memungkinkan klarifikasi serta pertukaran gagasan. Komunikasi interpersonal efektif dalam hubungan yang intim seperti dalam keluarga, sedangkan komunikasi persuasif mampu menyentuh emosi dan sikap tanpa paksaan. Penerapan model-model ini dalam masyarakat majemuk, keluarga inti, dan dunia kerja menuntut fleksibilitas pendekatan, kecakapan komunikasi, serta keteladanan dari para pelaku dakwah. Dakwah yang sukses tidak hanya mengandalkan kata-kata, tetapi juga dibuktikan melalui perilaku nyata dan kesadaran sosial yang tinggi. Dengan demikian, setiap Muslim memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui model komunikasi yang tepat, penuh hikmah, dan kasih sayang sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

**Kata Kunci:** Dakwah, Komunikasi Satu Arah, Komunikasi Dua Arah

### 1. PENDAHULUAN

Dakwah ialah salah satu kegiatan yang memiliki tujuan mengajak manusia kepada jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan mereka di dunia dan akhirat. Dakwah merupakan salah satu kewajiban setiap Muslim dalam menyampaikan ajaran Islam kepada sesama, baik secara individu maupun kelompok. Dalam era modern saat ini, dakwah tidak hanya terbatas pada mimbar-mimbar masjid atau forum keagamaan, melainkan telah merambah ke berbagai lini kehidupan sehari-hari baik di lingkungan keluarga, masyarakat, tempat kerja, hingga media digital.

Agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan diterima secara efektif oleh khalayak, maka diperlukan model komunikasi yang tepat, relevan, dan sesuai dengan konteks sosial dan psikologis penerima pesan. Komunikasi dakwah yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada metode, media, dan pendekatan yang digunakan oleh pendakwah. Model komunikasi yang baik mampu mengakomodasi kebutuhan emosional, intelektual, dan spiritual audiens, sehingga nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami, tetapi juga diamalkan dalam kehidupan nyata.

Dalam praktiknya, berbagai model komunikasi telah diterapkan dalam dakwah Islam, mulai dari komunikasi satu arah yang bersifat informatif, komunikasi dua arah yang dialogis, hingga pendekatan interpersonal yang humanis dan persuasif. Dalam kehidupan sehari-hari, dakwah sering terjadi secara informal dan spontan, seperti ketika orang tua menasihati anaknya, teman saling mengingatkan dalam kebaikan, atau pegawai yang menunjukkan akhlak Islam di tempat kerja. Interaksi ini mencerminkan pentingnya memahami dan menerapkan model komunikasi dakwah yang adaptif terhadap situasi dan kondisi.

Oleh karena itu, penting untuk menganalisis model komunikasi dakwah yang efektif agar pesan keislaman dapat lebih menyentuh hati, menggerakkan perilaku, dan memperkuat karakter keislaman dalam berbagai lapisan masyarakat. Dengan melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengkaji berbagai model komunikasi dakwah yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, serta menganalisis sejauh mana efektivitas masing-masing model tersebut dalam membentuk pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Islam. Diharapkan hasil analisis ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam pengembangan strategi dakwah yang kontekstual, aplikatif, dan berdampak positif bagi kehidupan umat Islam secara luas.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penulisan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimana metode penelitian kualitatif ialah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Metode penelitian kualitatif dalam Analisis Model Komunikasi Dakwah yang Efektif dalam Kehidupan Sehari-hari digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana proses komunikasi dakwah berlangsung dalam konteks kehidupan nyata.

Pendekatan ini memiliki sifat yang deskriptif dan naturalistik, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena dakwah sebagaimana adanya berdasarkan pengalaman, interaksi, dan pemaknaan subjek dalam kehidupan sehari-hari. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap individu atau kelompok yang terlibat dalam praktik dakwah, baik secara formal maupun informal, seperti dalam keluarga, lingkungan kerja,

maupun media sosial. Dengan metode ini, peneliti dapat menggali model komunikasi dakwah yang paling sesuai, efektif, dan berdampak positif terhadap perilaku serta pemahaman keislaman masyarakat dalam keseharian mereka.

### **3. PEMBAHASAN**

#### **Model komunikasi dakwah yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari**

Dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Dalam praktiknya, dakwah tidak hanya terjadi di atas mimbar atau dalam forum keagamaan formal, melainkan juga secara alami dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pemahaman terhadap berbagai model komunikasi dakwah menjadi penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan berdampak secara maksimal. Ada beberapa model komunikasi dakwah yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari, yakni :

##### **1. Model Komunikasi Satu Arah**

Komunikasi satu arah dapat di gambarkan dengan salah satu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan tanpa adanya umpan balik, di mana komunikan hanya bertindak sebagai pendengar. Dengan model ini merupakan bentuk komunikasi di mana pesan disampaikan dari komunikator (pendakwah) kepada komunikan (audiens) tanpa adanya umpan balik secara langsung. Dalam konteks dakwah, model ini sering terjadi dalam ceramah, khutbah, atau nasihat yang disampaikan secara sepihak. Contoh dalam kehidupan sehari-hari ialah seorang ayah memberi suatu nasihat kepada anaknya tentang pentingnya salat tanpa dialog.

##### **2. Model Komunikasi Dua Arah**

Komunikasi dua arah merupakan salah satu komunikasi yang ditandai dengan adanya timbal balik antara komunikator dan komunikan, yang di mana komunikan diberi hak untuk memberikan tanggapan atau respon. Dengan model ini dapat melibatkan interaksi timbal balik antara pendakwah dan audiens. Komunikasi dua arah memungkinkan adanya klarifikasi, pertanyaan, diskusi, dan dialog, sehingga pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima.

##### **3. Model Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu penyampaian pesan yang disampaikan oleh seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang, dengan berbagai respon dan peluang untuk memberikan umpan balik. Contoh dalam kehidupan sehari-hari ialah seorang ibu menasihati anaknya tentang pentingnya menutup aurat dengan lembut dan penuh kasih sayang.

### **3. Model Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasif adalah proses yang bertujuan untuk mengubah atau yang dapat memengaruhi perilaku, kepercayaan, atau sikap orang lain sehingga dapat bertindak sesuai dengan harapan komunikator. Model ini dapat mengandalkan pendekatan yang membujuk secara halus agar komunikasi mengubah pandangan, sikap, atau perilaku sesuai dengan ajaran Islam. Pendakwah tidak hanya memberi informasi, tetapi juga mempengaruhi secara psikologis dan emosional. Contoh dalam kehidupan sehari-hari ialah dengan mengajak teman berhijrah dengan pendekatan kasih, empati, dan pemahaman atas latar belakang mereka.

Dengan berbagai model tentang komunikasi dakwah yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari sangat beragam dan dapat dipilih sesuai dengan konteks, tujuan, dan karakteristik audiens. Baik melalui komunikasi verbal, keteladanan, interaksi digital, maupun dialog personal, setiap model memiliki kelebihan dan tantangannya masing-masing. Yang terpenting adalah memastikan bahwa setiap pesan dakwah disampaikan dengan hikmah, kasih sayang, dan pemahaman mendalam terhadap audiens, sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah

#### **Penerapan model komunikasi dakwah tersebut dalam konteks sosial, keluarga, dan lingkungan kerja**

Penerapan model komunikasi dakwah dalam kehidupan sehari-hari mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam konteks sosial, keluarga, dan lingkungan kerja. Ketiga lingkungan ini merupakan ruang nyata tempat berlangsungnya interaksi manusia, sehingga menjadi lahan strategis untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif. Dalam konteks sosial, komunikasi dakwah diterapkan dengan cara menyesuaikan bentuk dan gaya penyampaian dengan kondisi masyarakat yang majemuk. Dakwah dilakukan dengan pendekatan yang ramah, toleran, dan penuh hikmah, sebagaimana dianjurkan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.

Masyarakat lebih mudah menerima dakwah jika disampaikan melalui keteladanan, perilaku baik, serta kontribusi nyata dalam kegiatan sosial. Misalnya, seseorang yang aktif dalam kegiatan kemasyarakatan, membantu sesama, menjaga lingkungan, dan menjalin hubungan baik dengan tetangga secara tidak langsung sedang menyampaikan dakwah melalui perbuatan (*bil hal*). Selain itu, penyebaran dakwah di era digital juga banyak dilakukan melalui media sosial, video pendek, dan konten islami yang dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami dan menarik, sehingga mampu menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat.

Di lingkungan keluarga, penerapan komunikasi dakwah sangat penting karena keluarga merupakan madrasah pertama bagi seorang individu. Dalam keluarga, dakwah berlangsung secara intens dan bersifat interpersonal. Orang tua menjadi pendakwah utama bagi anak-

anak-anaknya. Penyampaian nilai-nilai Islam dilakukan tidak hanya melalui nasihat lisan, tetapi juga melalui keteladanan dalam perilaku sehari-hari. Misalnya, orang tua yang membiasakan salat berjamaah, membaca Al-Qur'an bersama, atau menunjukkan sikap sabar, jujur, dan peduli telah menjadi contoh nyata bagi anak-anaknya. Komunikasi dakwah dalam keluarga juga bersifat dua arah, artinya terdapat ruang untuk berdiskusi dan saling memberi umpan balik. Orang tua tidak hanya menyuruh, tetapi juga mendengarkan dan memahami kondisi emosional anak, sehingga dakwah lebih mudah diterima dan dihayati.

Kasih sayang, kelembutan, serta pendekatan yang sesuai dengan usia dan psikologi terhadap anak sangat menentukan keberhasilan dakwah dalam keluarga. Sementara itu, di lingkungan kerja, komunikasi dakwah diterapkan secara lebih hati-hati dan profesional. Karena lingkungan kerja terdiri dari individu-individu dengan latar belakang dan keyakinan yang beragam, penyampaian dakwah harus dilakukan dengan cara yang persuasif, tidak menggurui, dan tetap menjaga etika komunikasi. Salah satu bentuk dakwah yang efektif di tempat kerja adalah melalui keteladanan dalam menjalankan tugas.

Karyawan yang jujur, disiplin, bertanggung jawab, dan menghormati waktu menunjukkan nilai-nilai keislaman yang luhur. Selain itu, kebiasaan-kebiasaan kecil seperti menyapa dengan salam, mengingatkan waktu salat dengan sopan, atau mengajak rekan kerja menghadiri pengajian kantor juga merupakan bagian dari dakwah. Dalam beberapa institusi, dakwah dilakukan melalui program rutin seperti kajian dhuha, ceramah singkat sebelum rapat, atau berbagi nasihat harian melalui grup komunikasi internal.

Dengan demikian, penerapan model komunikasi dakwah dalam ketiga konteks tersebut menunjukkan bahwa dakwah bukan hanya tugas para dai atau ustadz di atas mimbar, melainkan tanggung jawab setiap Muslim dalam setiap peran dan posisi kehidupannya. Pendekatan yang digunakan harus fleksibel, menyesuaikan dengan situasi dan karakter audiens, namun tetap berlandaskan pada prinsip hikmah, keteladanan, dan kasih sayang sebagaimana yang diajarkan dalam Islam.

#### **4. KESIMPULAN**

Model komunikasi dakwah yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari merupakan elemen penting dalam menjaga kesinambungan nilai-nilai Islam di tengah dinamika sosial yang semakin kompleks. Dakwah bukan hanya sebatas penyampaian ceramah di atas mimbar atau forum formal keagamaan, melainkan juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari interaksi harian setiap individu Muslim. Dengan kata lain, dakwah adalah sebuah aktivitas yang melekat pada kehidupan, yang dapat dilakukan kapan saja, di mana saja, dan kepada siapa saja, selama dijalankan dengan niat yang tulus dan metode yang tepat.

Dalam praktiknya, terdapat beberapa model komunikasi dakwah yang umum digunakan dan masing-masing memiliki karakteristik, keunggulan, serta tantangannya tersendiri. Model komunikasi satu arah sering ditemukan dalam bentuk ceramah, khutbah, atau nasihat yang disampaikan secara langsung oleh seorang pendakwah tanpa memberikan ruang bagi respon audiens. Meskipun memiliki jangkauan yang luas dan efektif dalam situasi tertentu, model ini kurang memberikan ruang untuk klarifikasi atau dialog. Sebaliknya, model komunikasi dua arah menawarkan interaksi yang lebih aktif, memungkinkan pendakwah dan audiens untuk saling bertanya, berdiskusi, dan memperdalam pemahaman. Hal ini menjadikan dakwah lebih inklusif dan personal.

Model komunikasi interpersonal merupakan bentuk yang paling intim, karena terjadi antara individu-individu yang memiliki kedekatan emosional atau hubungan sosial yang erat, seperti antara orang tua dan anak, suami dan istri, atau sahabat. Dalam model ini, pesan dakwah lebih mudah diterima karena adanya rasa percaya dan kenyamanan dalam berkomunikasi. Adapun model komunikasi persuasif lebih menekankan pada kemampuan pendakwah dalam memengaruhi perasaan, pemikiran, dan sikap komunikan secara halus dan tidak memaksa. Model ini sangat efektif untuk mengajak orang kepada perubahan positif tanpa menimbulkan resistensi.

Penerapan berbagai model komunikasi dakwah dalam kehidupan sehari-hari sangat relevan dan kontekstual, baik di lingkungan sosial, keluarga, maupun tempat kerja. Di tengah masyarakat yang beragam, dakwah harus disampaikan dengan cara yang toleran, bijak, dan penuh hikmah, sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan. Keteladanan dan kontribusi nyata dalam kegiatan sosial menjadi sarana dakwah yang kuat, terlebih di era digital saat ini yang memberikan ruang luas melalui media sosial.

Di lingkungan keluarga, komunikasi dakwah memiliki posisi yang sangat strategis karena keluarga adalah tempat pertama seorang individu mengenal nilai-nilai agama. Dakwah dalam keluarga berlangsung secara intens, personal, dan terus-menerus, yang menggabungkan antara nasihat lisan dan keteladanan nyata. Keberhasilan dakwah dalam keluarga sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi interpersonal dan pendekatan yang disesuaikan dengan kondisi psikologis anak atau anggota keluarga lainnya.

Sementara di lingkungan kerja, dakwah menuntut strategi yang bijak dan profesional. Pendekatan yang terlalu frontal atau menggurui dapat menimbulkan resistensi, terutama jika lingkungan kerja bersifat heterogen. Oleh karena itu, dakwah di tempat kerja lebih efektif jika dilakukan melalui teladan dalam etos kerja, perilaku, dan kebiasaan-kebiasaan baik yang konsisten ditunjukkan sehari-hari. Hal-hal sederhana seperti memberi salam, mengingatkan

salat, atau berbagi nasihat di forum-forum informal merupakan bentuk dakwah yang bisa berdampak besar.

Secara keseluruhan, keberhasilan dakwah dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya ditentukan oleh metode atau model komunikasi yang digunakan, tetapi juga oleh ketulusan, kecerdasan emosional, dan kemampuan dalam memahami kondisi audiens. Dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu menyentuh hati, membangkitkan kesadaran, dan mendorong perubahan, bukan hanya melalui kata-kata, tetapi juga melalui perilaku nyata dan keteladanan hidup. Hal ini sejalan dengan ajaran Rasulullah SAW yang menekankan pentingnya hikmah, nasihat yang baik, dan dialog santun dalam menyampaikan ajaran Islam. Oleh karena itu, setiap Muslim dituntut untuk menjadi komunikator dakwah yang bijak dalam setiap aspek kehidupannya, demi terciptanya masyarakat yang beriman, berilmu, dan berakhlak mulia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2015). Pendekatan personal dalam komunikasi dakwah: Antara teori dan realitas. *Jurnal Komunikasi Islam Kontemporer*, 3(1), 25–39.
- DeVito, J. A. (2014). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (1989). *Kamus komunikasi*. Bandung: PT Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hamzah, A. (2020). Model komunikasi dakwah melalui media sosial: Efektivitas penyampaian pesan keislaman di era digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(1), 45–60.
- Jalaluddin, R. (2017). *Psikologi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lubis, M. (2020). *Komunikasi Islam: Konsep dan praktik dalam kehidupan sosial*. Jakarta: Kencana.
- Mubarok, A. Z. (2017). *Komunikasi dakwah: Teori dan implementasi dalam masyarakat Muslim*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan komunikasi digital*. Bogor: Guepedia.
- Rohman, A. (2020). Dakwah berbasis nilai: Pendekatan komunikasi yang efektif dalam kehidupan masyarakat urban. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 8(1), 75–88.
- Sudaryanto, A. (2021). Model komunikasi dakwah integratif dalam membentuk karakter umat. *Jurnal Dakwah dan Sosial Kemasyarakatan*, 5(2), 133–145.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi* (hlm. 14). Bandung: CV Pustaka Setia.

Toha, Y. O. (1992). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Wijaya.

Yusuf, M., & Sari, D. (2021). Strategi komunikasi dakwah interpersonal dalam membentuk kepribadian Islami anak. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 189–203. <https://doi.org/10.24252/jki.v11i2.2345>

Zein, A. (2016). Komunikasi dakwah dalam keluarga Muslim: Antara keteladanan dan penyampaian pesan. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 115–126.