

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dakwah merupakan salah satu dimensi fundamental dalam kehidupan umat Islam. Islam tidak hanya hadir sebagai seperangkat keyakinan dan ritual keagamaan, tetapi juga membawa misi untuk mengarahkan manusia kepada kehidupan yang sesuai dengan nilai-nilai ketauhidan, kemanusiaan, keadilan, kebaikan, dan kemaslahatan. Dalam konteks tersebut, dakwah memiliki kedudukan penting sebagai proses penyampaian, pengajaran, pembinaan, dan transformasi nilai-nilai Islam kepada manusia. Dakwah pada dasarnya merupakan aktivitas mengajak manusia menuju jalan Allah Swt., menyeru kepada kebaikan, mencegah kemungkaran, serta membangun kehidupan yang berlandaskan nilai-nilai Islam¹.

Dakwah bukan sekadar aktivitas menyampaikan informasi keagamaan. Dakwah merupakan proses komunikasi yang di dalamnya terdapat komunikator atau da'i, pesan dakwah, media, mad'u sebagai penerima pesan, serta tujuan tertentu yang hendak dicapai. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh kapasitas seorang da'i dalam menguasai materi keagamaan, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan dalam memilih pesan, mengemas pesan, memilih media, memahami karakteristik mad'u, dan menentukan strategi penyampaian yang sesuai dengan konteks sosial dan psikologis masyarakat. Dalam perspektif

¹ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, ed. revisi, cet. ke-6 (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 15–20.

komunikasi, pesan merupakan salah satu komponen sentral karena melalui pesanlah gagasan, nilai, norma, pengetahuan, dan ajaran agama dikomunikasikan kepada khalayak.

Dakwah tidak dapat dilepaskan dari persoalan komunikasi. Pesan yang benar membutuhkan cara penyampaian yang benar pula. Substansi ajaran Islam yang baik apabila disampaikan dengan pendekatan yang tidak tepat dapat menimbulkan kesalahpahaman, resistensi, bahkan penolakan dari mad'u. Sebaliknya, pesan yang dikemas secara komunikatif, persuasif, humanis, dan kontekstual berpotensi lebih mudah diterima dan direnungkan oleh khalayak.

Persoalan tersebut menjadi semakin penting ketika dakwah berhadapan dengan masyarakat kontemporer yang memiliki karakteristik sosial, budaya, pendidikan, psikologis, dan media yang beragam. Masyarakat saat ini hidup dalam lingkungan komunikasi yang sangat kompleks. Informasi keagamaan dapat diperoleh melalui berbagai saluran, mulai dari masjid, majelis taklim, lembaga pendidikan, televisi, radio, surat kabar, buku, situs web, media sosial, podcast, video pendek, hingga berbagai platform digital. Perubahan lingkungan komunikasi tersebut menyebabkan dakwah mengalami transformasi, baik dalam bentuk, metode, gaya bahasa, maupun media yang digunakan.

Transformasi tersebut menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi identik dengan ceramah secara lisan di ruang-ruang keagamaan. Dakwah berkembang menjadi aktivitas komunikasi yang dapat dilakukan melalui berbagai media. Salah satu bentuknya adalah dakwah melalui tulisan atau yang sering disebut sebagai

dakwah bil kitabah. *Dakwah bil kitabah* memungkinkan pesan-pesan Islam dituangkan dalam bentuk tulisan dan disebarluaskan melalui buku, majalah, artikel, surat kabar, media daring, dan berbagai bentuk publikasi lainnya. Di antara berbagai bentuk tersebut, buku memiliki karakteristik tersendiri karena mampu menyimpan gagasan secara relatif permanen, memungkinkan pembaca melakukan pembacaan ulang, serta memberikan ruang yang lebih luas kepada penulis untuk mengembangkan gagasan secara sistematis².

Pembicaraan mengenai buku sebagai media dakwah tidak dapat dilepaskan dari perkembangan literasi masyarakat Indonesia. Literasi merupakan salah satu unsur penting dalam pembangunan sumber daya manusia karena kemampuan literasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk memperoleh, memahami, mengevaluasi, menggunakan, dan mengembangkan informasi. Dalam konteks masyarakat berbasis pengetahuan, literasi bukan sekadar kemampuan membaca dan menulis secara teknis, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan memahami informasi dan menggunakannya secara kritis.

Data Perpustakaan Nasional Republik Indonesia menunjukkan adanya perkembangan positif dalam indikator literasi masyarakat. Tingkat Kegemaran Membaca (TGM) meningkat dari 55,74 pada 2020 menjadi 72,44 pada 2024. Pada periode yang sama, Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM) meningkat dari 61,55 pada 2020 menjadi 73,52 pada 2024. Perpustakaan Nasional juga mencatat bahwa

² M. Mufid, *Dakwah Bil Qolam* (Yogyakarta: Guepedia, 2020), hal 10

jumlah perpustakaan di Indonesia pada 2024 mencapai 219.415 unit³. Data tersebut menunjukkan bahwa ekosistem literasi dan infrastruktur perbukuan serta perpustakaan terus memperoleh perhatian dalam pembangunan nasional.

Perkembangan tersebut merupakan fenomena yang penting bagi kajian dakwah. Peningkatan kegemaran membaca dan pembangunan infrastruktur literasi membuka peluang semakin luas bagi penyebaran gagasan melalui media buku. Buku tidak hanya berfungsi sebagai sumber pengetahuan umum, tetapi juga dapat menjadi medium penyebaran nilai agama, pembentukan karakter, pendidikan moral, penguatan spiritualitas, dan pembentukan perspektif keislaman.

Perpustakaan Nasional bahkan menempatkan pengembangan budaya baca dan kecakapan literasi sebagai salah satu fokus kebijakan pembangunan perpustakaan. Perpustakaan diposisikan bukan sekadar sebagai tempat penyimpanan buku, melainkan sebagai wahana pembelajaran sepanjang hayat, pengembangan kreativitas, serta pembentukan masyarakat yang berpengetahuan.

Namun demikian, perkembangan indikator literasi tersebut tidak berarti bahwa persoalan literasi di Indonesia telah selesai. Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) menekankan bahwa literasi tidak berhenti pada kemampuan membaca secara teknis. Kemampuan literasi juga berkaitan dengan akses terhadap bahan bacaan, pembiasaan membaca, serta kemampuan memahami teks yang lebih panjang dan kompleks. IKAPI pada Hari Buku Nasional 2024 menyoroti bahwa

³ perpusnas.go.id/berita/perpusnas-genjot-peningkatan-budaya-baca-dan-literasi-melalui-program-inklusi-dan-digitalisasi

meskipun lebih dari 96 persen masyarakat Indonesia telah memiliki kemampuan membaca, persoalan kapasitas membaca dan pemahaman terhadap bacaan yang kompleks masih menjadi tantangan⁴.

Kondisi tersebut memberikan dua implikasi penting. Pertama, keberadaan buku tetap relevan sebagai medium pembentukan pengetahuan dan pemahaman masyarakat. Kedua, kualitas isi dan cara penyajian buku menjadi semakin penting karena pembaca tidak hanya membutuhkan bahan bacaan yang tersedia, tetapi juga membutuhkan bacaan yang mampu menyampaikan gagasan secara komunikatif, menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan mereka.

Dalam konteks tersebut, industri perbukuan Indonesia menunjukkan ekosistem yang terus berkembang. Perpustnas menyediakan layanan ISBN sebagai mekanisme identifikasi bibliografis bagi publikasi yang diterbitkan di Indonesia dan menyediakan statistik ISBN yang menggambarkan persebaran penerbit serta terbitannya. Perpustnas juga menerbitkan data jumlah ISBN di Indonesia sebagai bagian dari sistem data perbukuan nasional.

Perkembangan ekosistem perbukuan tersebut memperlihatkan bahwa buku tetap memiliki posisi strategis dalam komunikasi pengetahuan. Bahkan dalam era digital, buku mengalami transformasi bentuk, bukan kehilangan relevansinya. Buku dapat hadir dalam bentuk cetak maupun elektronik, termasuk PDF dan EPUB.

⁴ <https://www.ikapi.org/2024/05/17/pernyataan-ikatan-penerbit-indonesia-ikapi-pada-hari-buku-nasional-2024-dan-hari-jadi-ke-74-ikapi-17-mei-2024>

Sistem layanan ISBN Perpustnas sendiri telah mengakomodasi publikasi dalam berbagai format media.

Fenomena tersebut juga berimplikasi terhadap dakwah. Ketika masyarakat memiliki semakin banyak pilihan sumber bacaan dan semakin luas akses terhadap informasi, karya-karya keagamaan dituntut untuk mampu berkompetisi dalam ruang perhatian pembaca. Buku dakwah tidak cukup hanya mengandung pesan keagamaan, tetapi perlu menghadirkan pesan tersebut melalui struktur narasi, bahasa, ilustrasi, argumentasi, dan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pembaca.

Dengan demikian, perkembangan literasi dan perbukuan di Indonesia memberikan konteks yang penting bagi penelitian terhadap buku Dakwah Itu Cinta. Buku sebagai produk literasi merupakan medium yang memungkinkan gagasan dakwah disimpan, dipelajari, dibaca kembali, dan ditafsirkan oleh pembaca dalam ruang dan waktu yang berbeda. Karena itu, isi buku dakwah menjadi objek yang relevan untuk dikaji dalam perspektif ilmu komunikasi dan ilmu dakwah.

Perubahan lingkungan media telah menyebabkan transformasi dalam praktik dakwah. Pada masa lalu, penyampaian dakwah sangat bergantung pada komunikasi tatap muka. Da'i menyampaikan pesan kepada jamaah dalam ruang tertentu, sedangkan mad'u menerima pesan secara langsung. Perkembangan teknologi komunikasi memperluas ruang tersebut. Dakwah kini dapat menjangkau masyarakat tanpa batas geografis melalui media massa dan media digital.

Meskipun demikian, perkembangan media digital tidak menghilangkan fungsi media cetak dan buku. Buku memiliki karakteristik yang berbeda dari media digital. Buku memungkinkan pesan disusun secara lebih panjang, argumentatif, sistematis, dan reflektif. Pembaca tidak harus mengikuti kecepatan komunikator sebagaimana terjadi dalam komunikasi audiovisual. Pembaca memiliki kebebasan untuk berhenti, mengulang, memberi tanda, mencatat, dan merenungkan bagian tertentu.

Karakteristik tersebut sangat relevan dengan tujuan dakwah. Dakwah pada dasarnya bukan sekadar membuat mad'u mengetahui suatu informasi agama, tetapi juga diharapkan mampu membentuk kesadaran, pemahaman, sikap, dan perilaku. Proses tersebut membutuhkan ruang refleksi. Buku menyediakan ruang tersebut melalui sifatnya yang memungkinkan pembacaan secara berulang dan mendalam.

Dalam perspektif dakwah *bil kitabah*, tulisan dapat menjadi instrumen transformasi pemikiran. Penulis bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi makna tertentu mengenai realitas kehidupan. Ketika seorang penulis menulis mengenai taubat, kesabaran, cinta kepada Allah, hubungan antarmanusia, kewajiban berdakwah, atau pentingnya akhlak, penulis sebenarnya sedang membangun kerangka pemaknaan tertentu yang dapat memengaruhi cara pembaca melihat persoalan tersebut.

Oleh sebab itu, penelitian terhadap buku dakwah tidak cukup hanya menanyakan apakah buku tersebut mengandung pesan Islam. Pertanyaan akademik yang lebih penting adalah: pesan Islam seperti apa yang dibangun? Nilai apa yang

paling ditekankan? Bagaimana pesan tersebut dikategorikan? Dalam bentuk apa pesan itu disampaikan? Bahasa dan strategi komunikasi seperti apa yang digunakan? Apakah pesan disampaikan secara instruktif, persuasif, reflektif, naratif, argumentatif, atau melalui kombinasi berbagai bentuk tersebut?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut menunjukkan pentingnya analisis isi pesan dakwah dalam media buku.

Salah satu persoalan penting dalam praktik dakwah kontemporer adalah bagaimana menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang dapat diterima oleh masyarakat yang semakin beragam. Masyarakat memiliki latar belakang pendidikan, pengalaman keagamaan, kondisi sosial, dan tingkat pemahaman yang berbeda. Karena itu, satu bentuk komunikasi dakwah tidak selalu menghasilkan respons yang sama.

Dalam kondisi demikian, pendekatan dakwah yang humanis dan persuasif menjadi relevan. Dakwah humanis menempatkan manusia sebagai subjek yang memiliki kompleksitas pengalaman dan kebutuhan. Sementara pendekatan persuasif berupaya memengaruhi kesadaran dan sikap mad'u tanpa mengandalkan tekanan atau pemaksaan.

Pendekatan semacam ini sejalan dengan prinsip hikmah dan mau'izhah hasanah. Dakwah bukan sekadar menyampaikan apa yang benar, tetapi bagaimana kebenaran tersebut disampaikan sehingga dapat menyentuh kesadaran penerima pesan. Dalam komunikasi dakwah, terdapat perbedaan antara “menyampaikan kebenaran” dan “mengomunikasikan kebenaran”. Yang pertama berkaitan dengan

substansi, sedangkan yang kedua mencakup strategi, bahasa, struktur pesan, dan pendekatan komunikasi.

Fenomena tersebut menjadi semakin penting di tengah berkembangnya informasi keagamaan di media sosial. Masyarakat dapat menemukan berbagai bentuk pesan keagamaan dengan gaya penyampaian yang berbeda-beda. Ada pesan yang bersifat edukatif, persuasif, motivasional, provokatif, bahkan konfrontatif. Dalam situasi seperti ini, buku dakwah yang mengedepankan pendekatan kasih sayang dan cinta memiliki relevansi untuk dikaji karena menawarkan model komunikasi yang berbeda.

Salah satu karya yang menarik dalam konteks tersebut adalah buku *Dakwah Itu Cinta* karya Muh. Ramli. Buku ini secara konseptual menempatkan cinta sebagai salah satu basis dalam aktivitas dakwah. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas menyampaikan pesan agama, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian terhadap manusia dan usaha untuk mengajak manusia kembali kepada nilai-nilai Islam melalui pendekatan yang menyentuh hati.

Penelitian sebelumnya terhadap buku tersebut menunjukkan bahwa *Dakwah Itu Cinta* memuat berbagai pesan yang berkaitan dengan dakwah, hubungan manusia dengan Allah, serta cara seorang da'i berkomunikasi dengan mad'u. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa buku ini memandang dakwah sebagai aktivitas yang didasari kecintaan kepada Allah dan membutuhkan kemampuan komunikasi agar pesan dapat diterima oleh mad'u.

Buku tersebut menjadi menarik bukan hanya karena judulnya yang menggunakan konsep “cinta”, tetapi juga karena konsep tersebut dapat dipahami sebagai strategi pemaknaan dakwah. Ketika dakwah dikonstruksi sebagai cinta, maka dakwah tidak lagi semata-mata dipahami sebagai aktivitas memberi perintah, memberikan peringatan, atau menyampaikan larangan. Dakwah dapat diposisikan sebagai aktivitas mengajak, merangkul, memahami, mendampingi, dan memberikan kesadaran.

Dalam konteks inilah buku *Dakwah Itu Cinta* penting dikaji sebagai teks komunikasi dakwah. Penelitian tidak hanya diarahkan untuk mengetahui apakah terdapat pesan akidah, syariah, dan akhlak di dalam buku tersebut. Penelitian juga diarahkan untuk melihat bagaimana penulis mengonstruksi pesan dakwah melalui berbagai bentuk bahasa dan narasi serta bagaimana strategi penyampaian tersebut membentuk karakter dakwah yang ditawarkan.

Analisis isi pesan dakwah dalam sebuah buku menghadirkan persoalan akademik yang lebih kompleks daripada sekadar menemukan ayat Al-Qur'an, hadis, atau istilah keagamaan. Teks dakwah dapat menyampaikan pesan secara eksplisit maupun implisit. Pesan eksplisit dapat berupa perintah untuk beribadah, anjuran berbuat baik, larangan melakukan kemungkaran, atau ajakan untuk memperkuat iman. Sementara itu, pesan implisit dapat ditemukan melalui narasi, analogi, kisah, refleksi, pilihan kata, maupun cara penulis menggambarkan suatu realitas.

Misalnya, ungkapan tentang pentingnya memaafkan masa lalu dapat mengandung pesan akhlak, tetapi pada saat yang sama dapat mengandung pesan keimanan karena pembaca diarahkan untuk percaya bahwa Allah memberikan kesempatan kepada manusia untuk memperbaiki diri. Demikian pula pesan mengenai kesabaran dapat memiliki dimensi akhlak sekaligus spiritual.

Oleh karena itu, analisis isi membutuhkan kategorisasi yang jelas dan konsisten. Peneliti harus menentukan unit analisis, menetapkan kategori, mengidentifikasi data, melakukan coding, menginterpretasikan data, serta memastikan keabsahan hasil analisis. Dengan demikian, penelitian tidak berhenti pada opini peneliti terhadap buku, tetapi menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Dalam penelitian ini, analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan pesan dakwah yang terdapat dalam buku *Dakwah Itu Cinta*. Pendekatan ini relevan karena objek penelitian berupa dokumen atau teks tertulis. Analisis isi memungkinkan peneliti mengkaji karakteristik pesan secara sistematis berdasarkan kategori yang telah ditentukan.

Penelitian mengenai pesan dakwah dalam buku sebenarnya bukan merupakan kajian baru. Sejumlah penelitian telah menggunakan analisis isi untuk mengidentifikasi pesan dakwah dalam berbagai buku. Namun, penelitian terdahulu menunjukkan kecenderungan fokus yang berbeda-beda, baik dari sisi objek, kategori pesan, metode, maupun fokus analisis.

Salah satu penelitian yang secara langsung berkaitan dengan objek penelitian ini adalah penelitian Fatriani tahun 2023 berjudul “Analisis Isi dalam Buku *Dakwah Itu Cinta Karya Muh. Ramli*” pada Universitas Muhammadiyah Mataram⁵. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan teori R. Holsti. Data penelitian berupa kalimat atau paragraf yang mengandung pesan dakwah. Peneliti mengelompokkan pesan ke dalam tiga kategori, yaitu akidah, akhlak, dan syariah.

Penelitian tersebut sangat relevan karena memiliki objek yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan. Namun, justru kesamaan objek tersebut menunjukkan perlunya posisi penelitian yang jelas. Penelitian terdahulu telah memberikan informasi mengenai klasifikasi isi pesan berdasarkan akidah, syariah, dan akhlak. Akan tetapi, fokusnya terutama pada identifikasi dan dominasi kategori pesan. Penelitian tersebut belum secara khusus mengembangkan analisis ke dalam tiga dimensi sebagaimana fokus penelitian ini, yaitu isi pesan, bentuk pesan, dan penyampaian pesan.

Dengan kata lain, penelitian terdahulu telah menjawab pertanyaan “pesan dakwah apa yang terdapat dalam buku?”, tetapi masih terdapat ruang untuk memperluas pertanyaan menjadi “dalam bentuk apa pesan tersebut dikonstruksi?” dan “bagaimana pesan tersebut disampaikan kepada pembaca?”. Perluasan fokus tersebut menjadi salah satu dasar penting penelitian ini.

⁵ Fatriani, “Analisis Isi dalam Buku *Dakwah Itu Cinta Karya Muh. Ramli*” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2023).

Penelitian lain dilakukan oleh Rudi Trianto pada 2022 mengenai “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Buku Jika Kita Tak Pernah Jatuh Cinta Karya Alvi Syahrin”. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis isi kualitatif dan berfokus pada pesan akidah serta akhlak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa buku dapat menjadi sarana dakwah bil qalam yang memungkinkan penyampaian pesan dakwah melalui media cetak⁶.

Penelitian tersebut memperlihatkan kecenderungan penelitian pesan dakwah dalam buku yang menitikberatkan pada identifikasi substansi pesan. Kontribusinya penting dalam menunjukkan bahwa karya literatur dapat dipahami sebagai medium komunikasi dakwah. Akan tetapi, penelitian tersebut belum diarahkan untuk menganalisis secara komprehensif hubungan antara substansi pesan, bentuk pesan, dan teknik penyampaian pesan.

Penelitian mengenai buku *The Miracle of Giving* karya Yusuf Mansur yang diterbitkan dalam SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i pada 2023 juga menggunakan analisis isi untuk mengkaji pesan dakwah. Penelitian tersebut menggunakan analisis isi kuantitatif dan mengklasifikasikan pesan ke dalam akidah, syariah, dan akhlak. Hasilnya menunjukkan pesan akhlak sebagai kategori dominan dengan persentase 52,34 persen, disusul pesan syariah 27,34 persen dan akidah 20,32 persen⁷.

⁶ Rudi Trianto dan Baharudin, “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam buku Jika Kita Tak Pernah jatuh Cinta karya Alvi Syahrin”, An-Nida; Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol XI no. 1 (2022)

⁷ Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Buku *The Miracle of Giving* Karya Yusuf Mansur,” SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i 10, no. 2 (2023)

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur kecenderungan atau dominasi kategori pesan dakwah. Namun, pendekatan kuantitatif memiliki keterbatasan ketika tujuan penelitian adalah memahami makna, bentuk, gaya penyampaian, dan konteks pesan. Oleh sebab itu, penelitian terhadap Dakwah Itu Cinta perlu memberikan perhatian lebih terhadap dimensi interpretatif dari pesan.

Penelitian mengenai buku Langkah Belum Usai karya @hijrahtime juga menggunakan analisis isi kualitatif dan mengklasifikasikan pesan ke dalam akidah, akhlak, dan syariah. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa buku masih relevan sebagai media dakwah dan menjadi sumber wawasan Islam, terutama dalam penyampaian tema motivasi dakwah.

Penelitian mengenai buku Bertemu Dewasa karya Farah Qoonita pada 2024 memiliki fokus yang lebih luas karena tidak hanya menganalisis isi pesan dakwah, tetapi juga mengkaji respons pembaca terhadap pesan yang terdapat dalam buku. Penelitian tersebut menggunakan analisis isi, wawancara, dan dokumentasi.

Jika dibandingkan, penelitian-penelitian terdahulu tersebut menunjukkan setidaknya tiga kecenderungan. Pertama, sebagian penelitian berfokus pada kategorisasi pesan dakwah berdasarkan akidah, syariah, dan akhlak. Kedua, sebagian penelitian mulai memberikan perhatian pada gaya atau bentuk penyampaian pesan, misalnya melalui analogi dan bahasa komunikatif. Ketiga, terdapat penelitian yang mulai menghubungkan pesan dengan respons pembaca.

Akan tetapi, masih terdapat ruang yang cukup jelas untuk mengembangkan penelitian mengenai Dakwah Itu Cinta. Penelitian yang secara khusus memadukan tiga fokus, yaitu isi pesan, bentuk pesan, dan penyampaian pesan, masih belum tampak dalam penelitian terdahulu yang ditemukan. Hal tersebut terutama penting karena buku Dakwah Itu Cinta secara konseptual tidak hanya berbicara mengenai ajaran Islam, tetapi juga mengenai bagaimana dakwah seharusnya dilakukan dengan cinta, adab, kesabaran, keteladanan, dan pendekatan yang menyentuh hati.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa *research gap* yang dapat dikemukakan. Pertama, terdapat gap objek dan kedalaman analisis. Penelitian Fatriani tahun 2023 telah secara langsung menganalisis buku Dakwah Itu Cinta, tetapi fokus utamanya adalah mengidentifikasi kategori pesan akidah, akhlak, dan syariah serta menentukan pesan yang dominan. Penelitian ini tidak dimaksudkan sekadar mengulang penelitian tersebut, tetapi memperluas ruang analisis dengan mengkaji isi pesan, bentuk pesan, dan penyampaian pesan sebagai satu kesatuan.

Kedua, terdapat gap konseptual. Penelitian terdahulu umumnya memandang pesan dakwah terutama sebagai substansi yang dapat dikategorikan menjadi akidah, syariah, dan akhlak. Penelitian ini memperluas pemahaman pesan dakwah dengan membedakan antara “isi pesan”, “bentuk pesan”, dan “penyampaian pesan”. Isi menjawab pertanyaan tentang nilai atau materi dakwah yang dikomunikasikan. Bentuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana pesan dikonstruksi atau direpresentasikan dalam teks. Sedangkan penyampaian menjawab pertanyaan mengenai cara penulis mengomunikasikan pesan tersebut kepada pembaca.

Ketiga, terdapat gap metodologis. Sebagian penelitian terdahulu menggunakan analisis isi untuk menemukan frekuensi atau kategori pesan. Pendekatan tersebut penting, tetapi belum sepenuhnya menjelaskan makna dan konteks pesan. Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif yang memberikan ruang untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data tekstual secara lebih mendalam.

Keempat, terdapat gap komunikasi dakwah. Buku Dakwah Itu Cinta memiliki karakteristik yang menarik karena gagasan utama mengenai dakwah dikaitkan dengan cinta. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat pesan sebagai doktrin keagamaan, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang mengandung strategi persuasif, humanis, reflektif, dan edukatif.

Kelima, terdapat gap pada aspek penyampaian. Penelitian terdahulu mengenai buku dakwah telah menunjukkan adanya penggunaan analogi, bahasa komunikatif, dan gaya motivasional. Akan tetapi, belum banyak penelitian yang secara sistematis menjadikan penyampaian pesan sebagai fokus tersendiri. Padahal, dalam komunikasi dakwah, cara penyampaian dapat menentukan penerimaan pesan oleh mad'u.

Dengan demikian, research gap penelitian ini bukan terletak pada klaim bahwa belum pernah ada penelitian mengenai Dakwah Itu Cinta. Justru terdapat penelitian sebelumnya dengan objek yang sama. Kebaruan penelitian harus dibangun secara lebih akademik melalui perluasan fokus dan kedalaman analisis. Posisi penelitian ini adalah melanjutkan penelitian terdahulu dari analisis klasifikasi

pesan menuju analisis yang lebih komprehensif terhadap substansi, bentuk, dan penyampaian pesan dakwah.

Kebaruan atau *novelty* penelitian ini dapat dirumuskan dalam beberapa aspek. Pertama, penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus analisis tiga dimensi. Penelitian tidak berhenti pada pertanyaan mengenai apa isi pesan dakwah, tetapi juga menganalisis bentuk pesan dan penyampaianya. Dengan demikian, objek yang sama dapat menghasilkan perspektif penelitian yang berbeda.

Kedua, penelitian ini memiliki kebaruan pada analisis konstruksi pesan. Pesan dakwah dipahami sebagai hasil konstruksi komunikatif yang dibentuk melalui pilihan kata, narasi, ilustrasi, argumentasi, kisah, refleksi, ajakan, larangan, motivasi, dan bentuk komunikasi lainnya.

Ketiga, penelitian ini memiliki kebaruan pada perspektif komunikasi persuasif dan humanis. Konsep “dakwah itu cinta” memungkinkan penelitian mengeksplorasi bagaimana nilai kasih sayang, empati, kesabaran, keteladanan, dan penghormatan kepada mad'u hadir dalam penyampaian pesan.

Keempat, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian dakwah bil qalam. Jika penelitian terdahulu banyak membahas dakwah melalui media sosial, film, video, atau platform digital, penelitian terhadap buku menunjukkan bahwa dakwah melalui tulisan tetap relevan dan memiliki karakteristik komunikasi tersendiri.

Kelima, penelitian ini dapat memberikan kontribusi metodologis melalui pemetaan antara unit teks, kategori pesan, bentuk pesan, dan strategi penyampaian.

Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya berupa daftar pesan, tetapi berupa pemahaman mengenai pola komunikasi dakwah yang terdapat dalam buku.

Mengapa Penelitian Ini Penting Dilakukan? Penelitian ini penting dilakukan setidaknya karena lima alasan.

Pertama, penelitian ini penting secara akademik karena mengembangkan kajian ilmu komunikasi dan ilmu dakwah, khususnya kajian pesan dakwah dalam media tulisan. Buku sebagai media dakwah memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dari komunikasi lisan maupun media digital. Kajian terhadap karakteristik tersebut dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi Islam.

Kedua, penelitian ini penting secara metodologis karena menunjukkan bahwa analisis pesan dakwah tidak harus berhenti pada kategorisasi akidah, syariah, dan akhlak. Analisis dapat dikembangkan pada aspek bentuk dan penyampaian pesan sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana teks dakwah dibangun.

Ketiga, penelitian ini penting secara praktis bagi para da'i dan penulis buku dakwah. Hasil penelitian dapat menunjukkan bentuk-bentuk penyampaian yang digunakan dalam buku *Dakwah Itu Cinta*, termasuk pendekatan yang bersifat persuasif, humanis, reflektif, motivasional, dan edukatif. Temuan tersebut dapat menjadi bahan refleksi bagi praktisi dakwah dalam mengembangkan pesan yang lebih komunikatif.

Keempat, penelitian ini penting dalam konteks perkembangan literasi Indonesia. Ketika budaya membaca dan pembangunan literasi terus dikembangkan,

buku menjadi salah satu medium penting untuk menyebarkan pengetahuan dan nilai. Data Perpustakaan menunjukkan peningkatan TGM dan IPLM serta bertambahnya infrastruktur perpustakaan. Dalam konteks tersebut, kualitas isi buku yang membawa pesan keagamaan perlu mendapat perhatian akademik.

Kelima, penelitian ini penting secara sosial karena masyarakat membutuhkan model dakwah yang tidak hanya benar secara normatif, tetapi juga dapat diterima secara komunikatif. Fenomena penolakan terhadap pesan keagamaan yang disampaikan secara keras menunjukkan pentingnya pendekatan yang mempertimbangkan kondisi psikologis dan sosial mad'u. Buku *Dakwah Itu Cinta* menarik karena menawarkan konsep dakwah yang dibangun melalui perspektif cinta. Karena itu, penelitian terhadap buku ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana gagasan dakwah yang humanis dan persuasif dikonstruksi melalui media tulisan.

Hubungan antara Isi, Bentuk, dan Penyampaian Pesan. Tiga fokus penelitian yang diajukan dalam penelitian ini pada dasarnya memiliki hubungan konseptual yang erat.

Fokus pertama, yaitu isi pesan dakwah, diarahkan untuk mengetahui materi keislaman yang disampaikan dalam buku. Pada tahap ini, penelitian dapat mengidentifikasi pesan akidah, syariah, dan akhlak serta subkategori yang muncul dalam teks.

Fokus kedua, yaitu bentuk pesan dakwah, diarahkan untuk mengetahui bagaimana pesan tersebut direpresentasikan. Bentuk dapat berupa ajakan kepada

kebaikan, pemberian nasihat, peringatan, motivasi, refleksi, kisah, argumentasi, keteladanan, maupun bentuk komunikasi lainnya yang ditemukan berdasarkan data penelitian.

Fokus ketiga, yaitu penyampaian pesan dakwah, diarahkan untuk mengetahui bagaimana penulis mengomunikasikan pesan kepada pembaca. Aspek tersebut dapat mencakup penggunaan bahasa yang lembut, pendekatan persuasif, pendekatan humanis, penggunaan analogi, pemberian contoh, narasi pengalaman, pertanyaan reflektif, ajakan, dan bentuk komunikasi lain yang ditemukan dalam teks.

Judul buku *Dakwah Itu Cinta* sendiri memiliki nilai konseptual yang menarik untuk penelitian komunikasi dakwah. Kata “dakwah” menunjukkan aktivitas komunikasi keagamaan, sedangkan kata “cinta” menunjukkan orientasi emosional, psikologis, dan humanis dalam aktivitas tersebut.

Konsep tersebut menimbulkan pertanyaan akademik: bagaimana cinta dikonstruksi dalam pesan dakwah? Apakah cinta diposisikan sebagai motivasi bagi da'i? Apakah cinta digunakan sebagai pendekatan komunikasi kepada mad'u? Apakah cinta ditampilkan melalui kesabaran, pengampunan, keteladanan, atau kepedulian? Bagaimana hubungan antara cinta kepada Allah dan cinta kepada manusia dibangun dalam teks?

Pertanyaan tersebut memperlihatkan bahwa buku ini bukan sekadar kumpulan nasihat keagamaan. Buku tersebut dapat dibaca sebagai representasi pemikiran tertentu mengenai bagaimana dakwah seharusnya dilakukan. Karena itu,

analisis isi terhadap buku dapat memberikan pemahaman mengenai paradigma dakwah yang dibangun oleh penulis.

Dalam konteks komunikasi persuasif, pendekatan cinta dapat dipahami sebagai upaya menciptakan penerimaan melalui kedekatan emosional dan penghargaan terhadap mad'u. Pesan tidak hanya diarahkan agar mad'u mengetahui suatu norma, tetapi juga agar mad'u merasa dipahami, dihargai, dan terdorong untuk melakukan perubahan secara sadar.

Dengan demikian, konsep “cinta” menjadi pintu masuk yang penting untuk memahami karakter pesan dakwah dalam buku tersebut.

Kajian ini juga memiliki relevansi terhadap perkembangan ilmu dakwah. Ilmu dakwah tidak dapat berkembang hanya dengan mengkaji teori normatif mengenai kewajiban berdakwah, tetapi juga perlu mengkaji praktik komunikasi dakwah dalam berbagai media.

Perubahan media membuat ilmu dakwah berhadapan dengan pertanyaan baru. Bagaimana pesan Islam dikonstruksi dalam buku? Bagaimana bahasa agama diterjemahkan menjadi bahasa yang dapat diterima masyarakat? Bagaimana pesan keagamaan dapat disampaikan tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam? Bagaimana dakwah dapat membangun kesadaran tanpa menciptakan resistensi?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadikan analisis media dakwah sebagai bagian penting dalam pengembangan ilmu dakwah. Buku *Dakwah Itu Cinta* dapat menjadi salah satu objek untuk memahami bagaimana gagasan dakwah dikonstruksi melalui media tulisan.

Dengan menganalisis isi, bentuk, dan penyampaian pesan, penelitian ini dapat memperlihatkan karakter komunikasi dakwah yang digunakan oleh penulis. Temuan tersebut dapat menjadi bagian dari pengembangan teori dan praktik dakwah bil qalam, khususnya dalam konteks dakwah yang humanis dan persuasif.

Berdasarkan seluruh uraian tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan literasi dan perbukuan di Indonesia memberikan konteks yang semakin relevan bagi penelitian terhadap buku sebagai media dakwah. Peningkatan Tingkat Kegemaran Membaca, peningkatan Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat, perkembangan perpustakaan, serta berkembangnya ekosistem penerbitan menunjukkan bahwa buku masih memiliki ruang penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Pada saat yang sama, perkembangan teknologi digital menyebabkan masyarakat memperoleh informasi keagamaan melalui berbagai media. Kondisi tersebut tidak menghilangkan keberadaan buku sebagai media dakwah, tetapi justru menuntut buku dakwah untuk memiliki kualitas pesan dan strategi komunikasi yang mampu menjawab kebutuhan pembaca.

Dalam konteks tersebut, buku *Dakwah Itu Cinta* karya Muh. Ramli menjadi objek penelitian yang relevan karena menawarkan konstruksi dakwah yang menghubungkan aktivitas dakwah dengan konsep cinta. Penelitian terdahulu oleh Fatriani tahun 2023 telah mengidentifikasi pesan akidah, akhlak, dan syariah dalam buku tersebut serta menemukan dominasi pesan akidah. Namun, penelitian tersebut sekaligus memberikan ruang untuk penelitian lanjutan yang tidak hanya

mengidentifikasi jenis pesan, tetapi juga mengkaji bagaimana pesan dibentuk dan disampaikan.

Penelitian ini menempatkan diri sebagai penelitian lanjutan yang memiliki fokus berbeda. Penelitian ini tidak bermaksud mengulang temuan mengenai dominasi kategori pesan, tetapi mengembangkan analisis terhadap tiga dimensi yang saling berkaitan, yaitu isi pesan dakwah, bentuk pesan dakwah, dan penyampaian pesan dakwah.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki posisi sebagai penelitian yang memperluas kajian terdahulu dari analisis klasifikasi pesan menuju analisis konstruksi dan komunikasi pesan. Posisi tersebut penting untuk menunjukkan bahwa suatu pesan dakwah tidak hanya dapat dipahami berdasarkan substansinya, tetapi juga berdasarkan cara pesan tersebut dibentuk dan disampaikan.

Penelitian ini juga memiliki arti penting dalam konteks dakwah kontemporer. Masyarakat tidak hanya membutuhkan pesan agama yang benar, tetapi juga membutuhkan pesan yang mampu menjawab persoalan kehidupan secara komunikatif, humanis, dan persuasif. Dakwah yang disampaikan dengan hikmah, nasihat yang baik, dan cara yang baik sebagaimana prinsip membutuhkan kemampuan mengelola pesan secara tepat.

Oleh karena itu, penelitian terhadap buku *Dakwah Itu Cinta* tidak semata-mata merupakan penelitian terhadap sebuah karya tulis, tetapi juga merupakan penelitian terhadap praktik komunikasi dakwah melalui media tulisan. Penelitian ini berusaha melihat bagaimana sebuah gagasan keagamaan dikonstruksi menjadi

pesan, bagaimana pesan tersebut dibentuk menjadi narasi yang dapat diterima pembaca, dan bagaimana pendekatan komunikasi tertentu digunakan untuk mengantarkan pembaca kepada nilai-nilai Islam.

Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian diharapkan memperkaya kajian komunikasi dakwah, khususnya mengenai pesan dakwah dalam media tulisan dan dakwah bil qalam. Secara metodologis, penelitian diharapkan memberikan model analisis yang menghubungkan substansi, bentuk, dan penyampaian pesan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi da'i, penulis buku dakwah, akademisi, mahasiswa, dan praktisi komunikasi Islam dalam mengembangkan strategi dakwah yang lebih komunikatif, persuasif, humanis, dan relevan dengan karakteristik masyarakat kontemporer.

Berdasarkan pertimbangan latar belakang yang sudah dijelaskan, bahwa berdakwah dengan media buku, harus terus dipelihara. Salah satu caranya adalah dengan melakukan penelitian yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Dakwah Itu Cinta Karya Muh. Ramli.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus kajian pada penelitian ini adalah pesan dakwah dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli.

Secara lebih spesifik penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana isi pesan dakwah yang terdapat dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli?
2. Bagaimana bentuk pesan dakwah yang terkandung dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli?
3. Bagaimana penyampaian pesan dakwah dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli?

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah yang terdapat dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk pesan dakwah yang terkandung dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli.
3. Untuk mengetahui bagaimana penyampaian pesan dakwah dalam buku Dakwah Itu Cinta karya Muh. Ramli.

1.4 Kegunaan Penelitian

A. Kegunaan Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu dakwah dan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian pesan dakwah yang disampaikan melalui media tulisan. Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai isi pesan dakwah, bentuk pesan dakwah, serta penyampaian pesan dakwah yang terdapat dalam buku *Dakwah Itu Cinta* karya Muh. Ramli. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang dakwah *bil kitabah* serta menunjukkan bagaimana nilai-nilai keislaman dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui karya tulis.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi metodologis dalam penerapan analisis isi kualitatif terhadap teks atau dokumen keagamaan. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji pesan dakwah dalam buku, karya sastra keislaman, maupun media tertulis lainnya.

B. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

Pertama, bagi penulis buku, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan refleksi terhadap isi, bentuk, dan penyampaian pesan dakwah yang terdapat dalam buku *Dakwah Itu Cinta*, serta menjadi masukan dalam pengembangan karya dakwah selanjutnya.

Kedua, bagi praktisi dakwah, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penyampaian pesan dakwah melalui media tulisan dengan pendekatan yang persuasif, humanis, penuh hikmah, dan berorientasi pada pembentukan akhlak. Ketiga, bagi akademisi dan mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pembanding dalam penelitian mengenai ilmu dakwah, komunikasi Islam, media dakwah, dakwah *bil kitabah*, dan analisis isi. Keempat, bagi pengembangan media dakwah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai potensi buku sebagai salah satu media penyampaian pesan Islam yang sistematis dan dapat menjangkau pembaca secara lebih luas. Kelima, bagi masyarakat atau pembaca, penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami dan mengambil nilai-nilai dakwah yang terdapat dalam buku *Dakwah Itu Cinta* untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Dakwah Dalam Perspektif Komunikasi Islam

Dakwah dalam perspektif komunikasi Islam merupakan suatu proses penyampaian pesan keagamaan yang tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai ilahiah. Dakwah bukan sekadar aktivitas menyampaikan ajaran Islam secara verbal, melainkan sebuah proses komunikasi yang bertujuan membimbing manusia menuju perubahan kesadaran, sikap, dan perilaku sesuai dengan kehendak Allah Swt. Dalam konteks ini, dakwah dapat

dipahami sebagai komunikasi bernilai ibadah, karena setiap unsur dan tahapannya dipertanggungjawabkan secara moral dan spiritual⁸.

Secara etimologis, dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u* yang berarti mengajak, menyeru, atau memanggil. Makna ini menunjukkan bahwa dakwah sejak awal memiliki karakter komunikatif. Dakwah memiliki unsur-unsur seperti komunikator (*da'i*), pesan yang disampaikan, komunikan (*mad'u*), serta tujuan yang hendak dicapai. Namun, berbeda dengan komunikasi umum yang sering berorientasi pada efektivitas teknis atau kepentingan pragmatis, dakwah dalam Islam berorientasi pada penyampaian kebenaran (*al-haqq*) dan kemaslahatan manusia, baik di dunia maupun di akhirat.

Dalam perspektif komunikasi Islam, dakwah diposisikan sebagai proses penyampaian risalah Allah yang dilakukan dengan cara-cara yang etis, santun, dan menghargai martabat manusia. Al-Qur'an memberikan landasan normatif yang sangat kuat melalui firman Allah dalam QS. an-Nahl ayat 125 yang menegaskan metode dakwah: *bil hikmah* (dengan kebijaksanaan), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah billati hiya ahsan* (berdialog dengan cara yang paling baik). Ayat ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah tidak boleh dilakukan secara kasar, memaksa, atau merendahkan pihak lain, melainkan harus mengedepankan kebijaksanaan, empati, dan dialog yang konstruktif.

⁸ Isman Iskandar, "Prinsip Komunikasi Al-Qur'an dalam Menghadapi Era Media Baru," *Al-Fanar: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 2, no. 1 (2019): 55–74

Dakwah sebagai komunikasi Islam juga menempatkan manusia bukan sebagai objek pasif, tetapi sebagai subjek yang memiliki akal, perasaan, dan kebebasan memilih. Oleh karena itu, dakwah tidak bersifat indoktrinatif, melainkan persuasif dan dialogis. Komunikasi dakwah mengajak manusia untuk berpikir, merenung, dan memahami pesan Islam secara sadar. Prinsip “tidak ada paksaan dalam agama” (*la ikraha fid-din*) menjadi landasan etik yang sangat penting, menegaskan bahwa keberhasilan dakwah tidak diukur dari banyaknya orang yang masuk Islam atau banyaknya jama’ah, tetapi dari tumbuhnya kesadaran iman yang lahir dari pilihan bebas⁹.

Dalam kerangka unsur-unsur komunikasi, dakwah mencakup beberapa komponen utama.

Pertama, da’i sebagai komunikator. Dalam komunikasi Islam, da’i tidak hanya dituntut memiliki kemampuan retorika dan pengetahuan agama, tetapi juga integritas moral dan keteladanan akhlak. Kepribadian da’i merupakan bagian dari pesan dakwah itu sendiri. Ketidaksesuaian antara ucapan dan perbuatan dapat merusak kredibilitas dakwah, karena dalam Islam, akhlak adalah medium komunikasi yang paling kuat¹⁰.

Kedua, pesan dakwah (*maddah*) yang bersumber dari Al-Qur’an dan Sunnah. Pesan ini harus disampaikan secara benar, proporsional, dan kontekstual. Dalam perspektif komunikasi Islam, kebenaran pesan tidak boleh dikaburkan demi

⁹ Syaiful Misbah, “Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam,” *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)* 2, no. 1 (2021)

¹⁰ M. Yakub, “Dakwah Humanis dalam Lintasan Sejarah Islam,” *Wardah* 22, no. 1 (2021): 14–38

popularitas atau kepentingan tertentu. Namun, cara penyampaiannya perlu disesuaikan dengan kondisi psikologis, sosial, dan budaya komunikan agar pesan dapat dipahami dan diterima dengan baik¹¹.

Ketiga, *mad'u* sebagai komunikan. Komunikasi dakwah menuntut pemahaman mendalam terhadap audiens. Latar belakang pendidikan, budaya, pengalaman hidup, dan persoalan yang dihadapi *mad'u* memengaruhi cara mereka menafsirkan pesan. Karena itu, dakwah yang efektif adalah dakwah yang komunikatif, empatik, dan responsif terhadap realitas sosial. Dalam hal ini, komunikasi Islam mendorong adanya proses timbal balik, bukan komunikasi satu arah yang kaku¹².

Keempat, media dakwah (wasilah). Dalam perkembangan masyarakat modern, media dakwah tidak terbatas pada mimbar masjid atau majelis taklim, tetapi meluas ke media cetak, elektronik, dan digital. Perspektif komunikasi Islam memandang media sebagai sarana yang netral; nilai dakwah terletak pada bagaimana media tersebut digunakan. Media harus dimanfaatkan secara bertanggung jawab, menjunjung etika, dan menghindari manipulasi informasi atau provokasi yang bertentangan dengan prinsip Islam¹³.

¹¹ Mursam Mursam, Luqman Abdul Jabbar, dan Saifuddin Herlambang, "Persuasive Communication in the Quran: Implications for Contemporary Preaching," *JOISCO: Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2025),

¹² *ibid*

¹³ Arifuddin, "Dakwah Through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia," *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies* 3, no. 1 (2020)

Kelima, metode dan gaya penyampaian (*uslub*). Islam sangat menekankan keindahan cara berkomunikasi. Bahasa yang santun, argumentasi yang rasional, serta penggunaan simbol dan narasi yang membumi menjadi bagian penting dari dakwah. Dalam konteks ini, dakwah memiliki kedekatan dengan konsep komunikasi persuasif yang etis, di mana perubahan sikap diharapkan lahir dari pemahaman dan kesadaran, bukan dari tekanan atau ketakutan semata¹⁴.

Tujuan dakwah dalam perspektif komunikasi Islam tidak berhenti pada perubahan perilaku lahiriah, tetapi mencakup transformasi batiniah. Dakwah bertujuan menumbuhkan iman, membentuk akhlak, dan membangun tatanan sosial yang adil dan beradab. Karena itu, efek dakwah (*atsar*) tidak selalu dapat diukur secara instan atau kuantitatif. Perubahan cara berpikir, meningkatnya sensitivitas moral, dan tumbuhnya kesadaran spiritual merupakan hasil dakwah yang sering bersifat jangka panjang.

1.5.2 Konsep Pesan Dakwah

Konsep pesan dakwah merupakan inti dari seluruh aktivitas dakwah, karena tanpa pesan tidak ada ajakan, dan tanpa makna ajakan, dakwah kehilangan arah. Dalam perspektif komunikasi Islam, pesan dakwah bukan sekadar informasi

¹⁴ Abd Hadi Borham, Zamri Hashim, dan Mohamad Marzuqi Abdul Rahim, "A Framework Concept of Ethics in Da'wah Method Based on Verse 125 of Surah Al-Nahl: A Preliminary Analysis," *Borneo International Journal* 7, no. 3 (2024)

keagamaan, melainkan risalah nilai yang membawa misi perubahan spiritual, moral, dan sosial manusia¹⁵.

Secara sederhana, pesan dakwah dapat dipahami sebagai isi ajaran Islam yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u dengan tujuan menuntun manusia menuju kebenaran, kebaikan, dan keselamatan hidup. Namun jika ditelisik lebih dalam, pesan dakwah memiliki karakter khas yang membedakannya dari pesan komunikasi pada umumnya¹⁶.

Pertama, dari sisi sumber, pesan dakwah bersumber dari wahyu: Al-Qur'an dan Sunnah, serta hasil ijtihad ulama yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan moral. Artinya, pesan dakwah tidak boleh lahir dari opini personal yang lepas dari kerangka ajaran Islam. Di sini pesan dakwah memiliki dimensi normatif. Dakwah membawa nilai kebenaran yang diyakini bersifat transenden. Namun, normatifitas ini tidak berarti pesan disampaikan secara kaku, justru tantangannya adalah bagaimana nilai wahyu diterjemahkan ke dalam realitas sosial kehidupan sehari-hari.

Kedua, dari sisi substansi, pesan dakwah mencakup tiga ranah utama ajaran Islam: akidah, syariah, dan akhlak. Akidah menyentuh wilayah keyakinan dan pandangan hidup; syariah berkaitan dengan tata aturan ibadah dan muamalah; sementara akhlak menekankan pembentukan karakter dan perilaku mulia.

¹⁵ Agus Triyono dan Nifsya Khaira Marhuda, "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2020).

¹⁶ Fathikul Bilad dan Muhammad N. Abdurrazaq, "Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah dalam Buku *Merasa Pintar, Bodoh Saja Tak Punya* (Kisah Sufi dari Madura Karya Rusdi Mathari)," *Journal of Islamic Studies* 1, no. 1 (2023): 28–38.

Ketiganya tidak berdiri sendiri. Pesan dakwah yang menekankan ibadah tanpa akhlak akan melahirkan kekeringan moral, sementara pesan moral tanpa fondasi akidah berisiko kehilangan orientasi spiritual.

Ketiga, dari sisi tujuan, pesan dakwah bersifat transformatif. Ia tidak hanya bertujuan agar *mad'u* “tahu”, tetapi agar mereka “paham, sadar, dan mau berubah”. Dalam komunikasi Islam, perubahan yang diharapkan bukan sekadar kepatuhan lahiriah, melainkan kesadaran batin yang tumbuh dari pemahaman dan keyakinan. Karena itu, pesan dakwah harus mampu menyentuh dimensi *kognitif* (akal), *afektif* (hati), dan *konatif* (tindakan) secara seimbang.

Keempat, dari sisi bentuk dan bahasa, pesan dakwah harus komunikatif dan kontekstual. Al-Qur'an sendiri menyampaikan pesan-pesannya melalui kisah, perumpamaan, dialog, dan argumentasi rasional. Ini menunjukkan bahwa kebenaran tidak selalu disampaikan dalam bentuk perintah langsung, tetapi seringkali melalui narasi yang menggugah kesadaran. Dalam praktik dakwah, bahasa pesan perlu disesuaikan dengan tingkat pemahaman, budaya, dan situasi sosial *mad'u*, tanpa mengorbankan substansi ajaran.

Kelima, dari sisi etika pesan, komunikasi dakwah diikat oleh prinsip kejujuran, kelembutan, dan penghormatan terhadap martabat manusia. Pesan dakwah tidak boleh mengandung kebohongan, ujaran kebencian, atau manipulasi emosional. Bahkan ketika menyampaikan kritik atau peringatan, Islam mengajarkan agar pesan disampaikan dengan cara yang *ma'ruf* dan *ahsan*. Etika ini

menjadikan pesan dakwah bukan hanya benar secara isi, tetapi juga indah secara cara.

Keenam, dari sisi konteks sosial, pesan dakwah harus peka terhadap persoalan umat dan kemanusiaan. Dakwah yang hanya berbicara soal ritual tanpa menyentuh problem ketidakadilan, kemiskinan, atau kerusakan moral akan terasa jauh dari realitas. Dalam perspektif komunikasi Islam, pesan dakwah idealnya hadir sebagai jawaban nilai terhadap problem nyata masyarakat, sehingga Islam dipahami sebagai agama yang hidup dan membumi.

Konsep pesan dakwah merupakan konsep yang integratif, bersumber dari wahyu, berorientasi pada perubahan manusia, disampaikan secara etis, dan kontekstual dengan realitas sosial. Pesan dakwah bukan sekadar apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana dan untuk apa pesan itu hadir. Di titik inilah pesan dakwah berfungsi sebagai jembatan antara nilai ilahiah dan kehidupan manusia yang terus berubah.

1.5.3 Buku Sebagai Media Dakwah

Buku sebagai media dakwah, dapat dipahami sebagai sarana penyampaian nilai-nilai Islam melalui medium tulisan yang bersifat reflektif, berkelanjutan, dan mendalam. Dalam perspektif komunikasi Islam, buku bukan sekadar alat penyebar informasi keagamaan, melainkan medium transmisi gagasan, nilai, dan peradaban.

Buku bekerja pelan tetapi kuat, tidak meledak seperti orasi, namun menetap lama di benak pembacanya¹⁷.

Secara komunikatif, buku termasuk media dakwah non-verbal dan tertulis, yang memiliki karakter khas dibanding media lisan. Jika ceramah mengandalkan suara, intonasi, dan situasi emosional audiens, maka buku mengandalkan struktur bahasa, logika argumentasi, dan kedalaman makna. Pembaca berinteraksi dengan teks secara personal; pembaca bisa berhenti, mengulang, merenung, bahkan berdebat diam-diam dengan penulis. Inilah keunggulan buku sebagai media dakwah. Buku memberi ruang tafakkur.

Dari sisi historis, buku dan tulisan memiliki posisi sentral dalam dakwah Islam. Wahyu pertama turun dalam bentuk perintah membaca (*iqra'*), menandai bahwa Islam sejak awal berpihak pada literasi. Tradisi keilmuan Islam kemudian berkembang melalui kitab-kitab tafsir, hadis, fikih, tasawuf, hingga filsafat. Para ulama klasik berdakwah lintas generasi bukan lewat mimbar semata, tetapi melalui karya tulis yang tetap hidup ratusan tahun setelah penulisnya wafat. Dalam arti ini, buku adalah dakwah yang melampaui ruang dan waktu.

Sebagai media dakwah, buku memiliki beberapa fungsi penting. Pertama, fungsi informatif dan edukatif. Buku menyampaikan ajaran Islam secara sistematis, runtut, dan argumentatif. Tema-tema akidah, syari'ah, akhlak, maupun persoalan sosial dapat dijelaskan secara mendalam, tidak terpotong oleh keterbatasan waktu

¹⁷ Didin Saepudin dan Ahmad Khotib, "Message of Dakwah Bi Al-Qalam in the Kitab *Miṣbāḥ Al-Zalām* by Syaikh Muhammad Muhajirin Amsar Al-Dary," *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam* 16, no. 3 (2023)

seperti dalam ceramah. Ini menjadikan buku sangat efektif untuk dakwah yang bersifat penguatan pemahaman (*tafaqquh fid-din*).

Kedua, fungsi persuasif dan transformatif. Meskipun berbentuk tulisan, buku tetap mampu membujuk dan mengubah cara pandang pembacanya. Narasi yang jujur, logis, dan menyentuh pengalaman hidup dapat menggugah kesadaran batin. Perubahan yang lahir dari membaca buku biasanya bersifat lebih tahan lama, karena melalui proses refleksi internal, bukan sekadar dorongan emosional sesaat.

Ketiga, fungsi dokumentatif dan ideologis. Buku menyimpan gagasan, nilai, dan perspektif dakwah dalam bentuk yang relatif stabil. Dalam konteks ini, buku berperan sebagai penjaga memori keislaman dan sarana pewarisan nilai. Apa yang ditulis hari ini dapat menjadi rujukan dakwah di masa depan. Karena itu, buku dakwah tidak hanya berbicara kepada pembaca saat ini, tetapi juga kepada generasi yang belum lahir.

Dalam kerangka komunikasi dakwah, unsur-unsur komunikasi tetap hadir dalam buku. Penulis berperan sebagai da'i, teks sebagai pesan dakwah, buku sebagai media, dan pembaca sebagai mad'u. Yang membedakan, hubungan antara da'i dan *mad'u* bersifat tidak langsung. Karena itu, bahasa buku dakwah harus lebih berhati-hati, jelas, dan bertanggung jawab. Tidak ada kesempatan klarifikasi spontan, teks harus cukup terang untuk dipahami lintas latar belakang pembaca.

Etika dakwah juga menjadi aspek krusial dalam buku sebagai media. Pesan dakwah dalam buku harus menghindari ujaran kebencian, sikap merasa paling

benar, atau penghakiman berlebihan. Buku dakwah idealnya mencerminkan keluasan wawasan, kedalaman ilmu, dan kerendahan hati penulis. Gaya bahasa yang dialogis, argumentatif, dan beradab justru lebih sejalan dengan prinsip komunikasi Islam daripada gaya yang provokatif.

Dalam era digital saat ini, posisi buku sebagai media dakwah tidak hilang, tetapi bertransformasi. Buku cetak berdampingan dengan e-book, artikel panjang, dan platform literasi digital. Substansinya tetap sama, dakwah melalui teks yang mengajak manusia berpikir dan merenung. Justru di tengah banjir konten singkat dan dangkal, buku menawarkan kedalaman, sesuatu yang semakin langka dan semakin dibutuhkan. Buku sebagai media dakwah menjadi medium yang tenang namun berdaya jangkauan luas, bekerja melalui akal dan hati secara simultan. Buku bukan alat propaganda cepat, melainkan sarana pembentukan kesadaran jangka panjang. Dalam perspektif komunikasi Islam, buku adalah salah satu wujud dakwah paling beradab: mengajak tanpa memaksa, membimbing tanpa menggurui, dan menyinari pikiran tanpa membakar perbedaan.

1.5.4 Dakwah Berbasis Cinta

Dakwah berbasis cinta adalah pendekatan dakwah yang menempatkan *mahabbah* (cinta), *rahmah* (kasih sayang), dan empati sebagai fondasi utama dalam proses komunikasi dakwah. Dakwah berbasis cinta, berangkat dari kesadaran bahwa Islam hadir sebagai *rahmatan lil 'alamin*, bukan sebagai ancaman, tekanan, atau alat penghakiman. Dalam perspektif ini, dakwah bukan pertama-tama soal

“memenangkan argumen”, melainkan menyentuh hati dan memulihkan kemanusiaan¹⁸.

Secara konseptual, dakwah berbasis cinta berpijak pada cara Nabi Muhammad saw. menyampaikan risalah. Sirah Nabi menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak semata ditentukan oleh ketajaman pesan teologis, tetapi oleh kelembutan sikap, kesabaran, dan ketulusan relasi. Bahkan ketika menghadapi penolakan, kekerasan, dan cemoohan, Nabi tidak membalas dengan kebencian, melainkan dengan doa dan harapan akan hidayah. Ini menunjukkan bahwa cinta dalam dakwah bukan kelemahan, tetapi justru sumber kekuatan moral.

Dalam kerangka komunikasi Islam, dakwah berbasis cinta menolak model komunikasi yang bersifat koersif, konfrontatif, atau merendahkan. Pendekatan ini selaras dengan prinsip *bil hikmah* dan *mau'izhah hasanah*, di mana pesan disampaikan dengan kebijaksanaan dan nasihat yang baik. Cinta di sini bukan romantisasi kosong, tetapi kesadaran etis bahwa setiap manusia memiliki martabat dan potensi kebaikan. Dakwah tidak dimulai dari vonis dosa, tetapi dari pengakuan atas kemanusiaan.

Dari sisi pesan, dakwah berbasis cinta menekankan harapan (*raja'*) lebih daripada ancaman semata. Ayat-ayat tentang ampunan, kasih sayang Allah, dan peluang taubat diberi ruang yang proporsional. Ini tidak berarti meniadakan

¹⁸ M. Yakub, “Dakwah Humanis dalam Lintasan Sejarah Islam,” *Wardah* 22, no. 1 (2021): 14–38.

peringatan atau hukum, tetapi menyampaikannya dalam bingkai kepedulian, bukan ketakutan. Pesan dakwah menjadi ajakan pulang, bukan teriakan pengusiran.

Dari sisi da'i, dakwah berbasis cinta menuntut ketulusan niat dan kedewasaan emosional. Seorang da'i tidak berdakwah untuk memuaskan ego, menunjukkan superioritas moral, atau menghakimi kesalahan orang lain. Da'i hadir sebagai sahabat perjalanan spiritual, bukan hakim. Dalam komunikasi, sikap mendengar, memahami konteks hidup *mad'u*, dan menghargai proses menjadi sangat penting. Cinta dalam dakwah tercermin bukan hanya dalam kata-kata, tetapi dalam kesabaran menghadapi perbedaan dan keterbatasan.

Dari sisi *mad'u*, dakwah berbasis cinta memandang mereka sebagai subjek yang sedang berproses, bukan objek yang harus segera “dibenahi”. Setiap orang memiliki latar belakang, luka, dan pergulatan batin yang berbeda. Pendekatan cinta memberi ruang bagi proses gradual (*tadarruj*), sebagaimana Islam sendiri diturunkan secara bertahap. Perubahan yang lahir dari rasa diterima cenderung lebih autentik dan bertahan lama dibanding perubahan yang lahir dari rasa takut.

Dalam konteks sosial yang plural dan penuh ketegangan, dakwah berbasis cinta memiliki relevansi yang sangat kuat. Ia menjadi penawar bagi dakwah yang keras, eksklusif, dan mudah mengkafirkan. Pendekatan ini membuka ruang dialog lintas perbedaan, baik intra maupun antaragama, tanpa kehilangan identitas keislaman. Cinta di sini bukan kompromi akidah, melainkan cara berakidah yang beradab.

Namun perlu ditegaskan, dakwah berbasis cinta bukan berarti dakwah tanpa prinsip. Cinta dalam Islam selalu berjalan bersama kebenaran (*al-haqq*). Tantangannya adalah menjaga keseimbangan, tegas dalam nilai, lembut dalam cara. Ketika cinta dilepaskan dari kebenaran, dakwah bisa kehilangan arah, ketika kebenaran dilepaskan dari cinta, dakwah berubah menjadi kekerasan simbolik.

Dakwah berbasis cinta merupakan pendekatan dakwah yang menempatkan kasih sayang sebagai ruh komunikasi, menjadikan dakwah sebagai proses memanusiakan manusia. Dakwah berbasis cinta tidak berisik, tetapi mengendap, tidak mengancam, tetapi menguatkan. Dalam dunia yang lelah oleh kebencian dan polarisasi, dakwah berbasis cinta menghadirkan Islam sebagai rumah yang menenangkan, tempat nilai-nilai ilahi disampaikan dengan wajah kemanusiaan.

1.5.5 Analisis Isi Kualitatif

Analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, memahami, dan menginterpretasikan makna yang terkandung dalam suatu data komunikasi, khususnya data berbentuk teks. Metode ini tidak hanya berorientasi pada seberapa banyak suatu kata, tema, atau kategori muncul, tetapi lebih menekankan pada apa makna yang terkandung dalam teks, bagaimana pesan dikonstruksi, serta bagaimana suatu pesan dipahami berdasarkan konteksnya. Dengan demikian, analisis isi kualitatif sangat sesuai digunakan untuk penelitian yang menjadikan buku, dokumen, artikel, naskah, atau bentuk komunikasi tertulis lainnya sebagai sumber data.

Krippendorff menjelaskan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk menghasilkan inferensi yang valid dan dapat direplikasi dari data dengan memperhatikan konteks penggunaannya¹⁹. Konsep *inferensi* menjadi penting karena analisis isi tidak berhenti pada kegiatan menemukan dan mendeskripsikan isi teks, tetapi berusaha memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai makna, pola, dan hubungan yang terdapat dalam data. Dalam konteks penelitian kualitatif, inferensi tersebut diperoleh melalui proses interpretasi yang sistematis dan tetap didasarkan pada bukti tekstual yang dianalisis. Dengan demikian, peneliti tidak bebas memberikan tafsir, melainkan harus mampu menunjukkan hubungan antara data tekstual, kategori analisis, konteks, dan interpretasi yang dihasilkan.

Mayring memandang analisis isi kualitatif sebagai prosedur sistematis untuk menganalisis materi komunikasi dengan cara mengembangkan kategori, mengidentifikasi bagian-bagian teks yang relevan, dan menginterpretasikan data berdasarkan kerangka analisis yang telah ditentukan²⁰. Karakter sistematis tersebut membedakan analisis isi kualitatif dari kegiatan membaca biasa. Dalam membaca biasa, seseorang dapat memperoleh pemahaman terhadap suatu teks tanpa harus menjelaskan secara sistematis bagaimana pemahaman tersebut diperoleh. Sebaliknya, dalam analisis isi kualitatif, peneliti harus menentukan data yang relevan, menetapkan unit analisis, melakukan *coding*, membangun kategori,

¹⁹ Krippendorff, Klaus. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

²⁰ Mayring, Philipp. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt.

membandingkan data, menemukan pola, dan kemudian memberikan interpretasi berdasarkan prosedur penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian kualitatif, teks dipandang bukan hanya sebagai kumpulan kata atau kalimat, tetapi sebagai representasi gagasan, pengalaman, nilai, ideologi, dan konstruksi makna tertentu. Oleh karena itu, analisis isi kualitatif memungkinkan peneliti untuk melihat makna yang tersurat maupun yang tersirat dalam teks. Makna tersurat merupakan pesan yang secara langsung dinyatakan oleh penulis, sedangkan makna tersirat berkaitan dengan gagasan, nilai, atau pesan yang dapat dipahami melalui konteks dan hubungan antarteks. Meskipun demikian, interpretasi terhadap makna tersirat harus tetap mempunyai dasar yang jelas dalam data dan konteks penelitian agar tidak berubah menjadi spekulasi subjektif.

Dalam penerapannya, analisis isi kualitatif dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah menentukan objek dan sumber data penelitian. Peneliti terlebih dahulu menetapkan dokumen atau teks yang akan dianalisis. Tahap kedua adalah menentukan unit analisis, yaitu bagian tertentu dari teks yang menjadi fokus penelitian, misalnya kata, frasa, kalimat, paragraf, tema, atau bagian tertentu dari dokumen. Tahap ketiga adalah menyeleksi data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Tahap keempat adalah melakukan coding, yaitu memberikan kode tertentu terhadap data berdasarkan karakteristik atau makna yang ditemukan. Tahap kelima adalah kategorisasi, yaitu mengelompokkan data yang memiliki karakteristik atau makna yang sama ke dalam kategori tertentu. Tahap berikutnya adalah interpretasi, yaitu memberikan pemaknaan terhadap data dan kategori yang

telah diperoleh. Tahap terakhir adalah menarik inferensi dan kesimpulan berdasarkan keseluruhan pola yang ditemukan.

Dalam konteks tesis “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Buku *Dakwah Itu Cinta* Karya Muh. Ramli”, analisis isi kualitatif digunakan untuk membedah teks dalam buku tersebut sehingga pesan dakwah yang terkandung di dalamnya dapat diidentifikasi dan dipahami secara sistematis. Buku tersebut diposisikan sebagai sumber data primer, sedangkan bagian-bagian teks yang mengandung pesan dakwah menjadi data penelitian. Peneliti membaca buku secara menyeluruh, menentukan bagian teks yang relevan, kemudian memberikan kode dan mengelompokkannya berdasarkan kategori yang telah ditetapkan.

Kategori tersebut dapat dikembangkan berdasarkan fokus penelitian, yaitu isi pesan dakwah, bentuk pesan dakwah, dan penyampaian pesan dakwah. Pada dimensi isi pesan, misalnya, teks dapat dikategorikan sebagai pesan yang mengajak kepada kebaikan, memberikan kesadaran, atau mendekatkan diri kepada Allah. Pada dimensi bentuk pesan, data dapat diklasifikasikan ke dalam pesan aqidah, syariah, dan akhlak. Sementara pada dimensi penyampaian pesan, teks dapat dianalisis berdasarkan karakteristik komunikasi persuasif, hikmah, *mau'izhah hasanah*, keteladanan, dan adab dalam berdakwah. Kategori tersebut berfungsi sebagai kerangka untuk membantu peneliti mengorganisasikan data sehingga pola pesan yang terdapat dalam buku dapat terlihat secara lebih jelas.

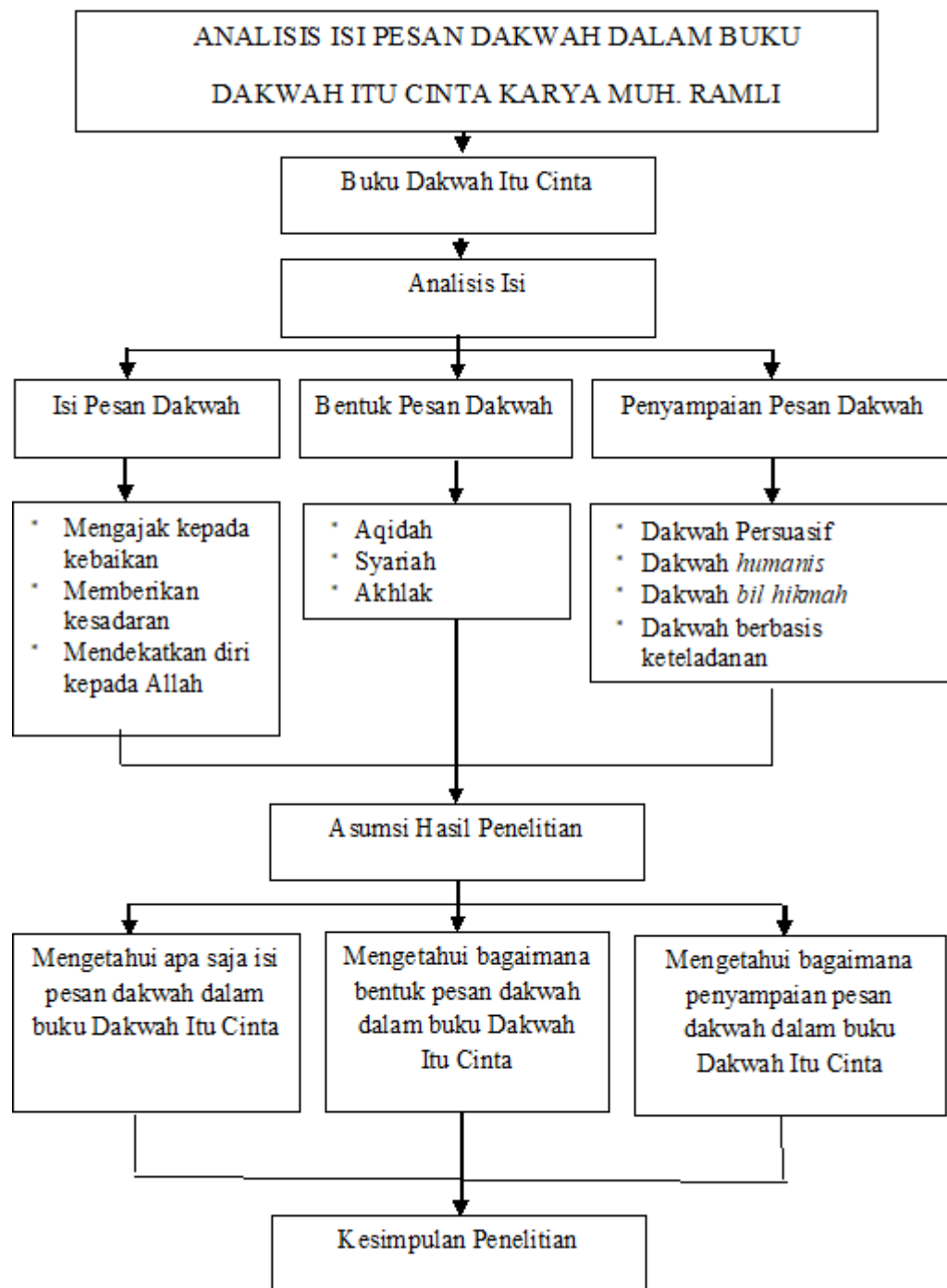
Sebagai contoh, apabila dalam buku ditemukan pernyataan mengenai larangan menghakimi orang lain, peneliti tidak cukup hanya mengutip pernyataan

tersebut. Peneliti perlu mengidentifikasi makna pesan, memberikan kode, menentukan kategorinya, dan kemudian menginterpretasikannya. Pernyataan tersebut dapat dikategorikan sebagai pesan akhlak karena berkaitan dengan perilaku terhadap sesama manusia. Dari sisi isi, pesan tersebut dapat dimaknai sebagai upaya memberikan kesadaran kepada pembaca agar tidak mudah menghakimi orang lain. Dari sisi penyampaian, apabila pesan disampaikan melalui ajakan dan penyadaran tanpa tekanan, pesan tersebut dapat dianalisis sebagai bentuk komunikasi persuasif. Dengan demikian, satu unit teks dapat dianalisis melalui beberapa dimensi sekaligus selama setiap klasifikasi mempunyai dasar konseptual dan bukti tekstual yang jelas.

Analisis isi kualitatif juga memungkinkan penggunaan pendekatan deduktif dan induktif. Pendekatan deduktif berarti kategori analisis ditentukan berdasarkan teori atau konsep yang telah tersedia sebelum proses analisis data dilakukan. Dalam penelitian pesan dakwah, misalnya, kategori aqidah, syariah, dan akhlak dapat ditetapkan terlebih dahulu berdasarkan konsep pesan dakwah. Sementara itu, pendekatan induktif memungkinkan kategori atau subkategori dikembangkan dari data yang ditemukan selama proses pembacaan. Misalnya, setelah membaca teks secara mendalam, peneliti menemukan berbagai ungkapan mengenai memaafkan, bersabar, tidak menghakimi, dan menghormati orang lain. Data tersebut kemudian dapat dikelompokkan menjadi subkategori yang lebih spesifik mengenai akhlak dalam berdakwah. Penggunaan kombinasi deduktif dan induktif dapat menghasilkan analisis yang tetap berlandaskan teori tetapi juga sensitif terhadap karakteristik data penelitian.

Dengan demikian, analisis isi kualitatif dalam penelitian Anda dapat dipahami sebagai jembatan antara teks dan pemaknaan ilmiah. Teks buku merupakan data empiris, sedangkan analisis isi merupakan metode yang digunakan untuk mengolah data tersebut secara sistematis.





Gambar 1.1 Skema Penelitian hasil olahan peneliti