



Citra Da'i Dimata Masyarakat

Azzahra Restu Aulia¹

¹Universitas Islam Negeri Salatiga
E-mail: rstllia0email@gmail.com

Article Info

Article history:

Received June 08 , 2025
Revised June 15, 2025
Accepted June 25, 2025

Keywords:

Da'I, Image, Perception, Role.

ABSTRACT

As we know, we can define society as a group of people who interact and coexist. In society a system of order is enforced, such as ethics, morals, and others in a religious context. The effectiveness of da'wah is highly dependent on the image of the da'i in the eyes of the public. If the perception of the conveyer of religious teachings is good, then the da'wah journey will be much better smooth and successful. The role of da'i in the eyes of the community is to provide insight to people who still do not know the unknown sciences. The role of da'i as a person who changes conditions for the better by spreading his da'wah, fostering the community to understand the values of Islamic teachings to understand and be accepted and applied in everyday life. Da'i image is subjective and can vary among individuals or groups, formed through various factors done intentionally or unintentionally. Every Da'i has a sense of being a warrior who has worked to save the community from disaster and deliver happiness to the community itself. Image or impression is built through the process of interpersonal communication where many people perceive it. Image is questioned only to someone whose social position is prominent in society. Even so, not all actions are perceived incorrectly, there may be perceptions that are influenced by other factors.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Azzahra Restu Aulia
Universitas Islam Negeri Salatiga
Email: rstllia0@gmail.com

Article Info

Article history:

Received June 08 , 2025
Revised June 15, 2025
Accepted June 25, 2025

Keywords:

Da'I, Citra, Persepsi, Peran.

ABSTRAK

Seperti yang diketahui kita bisa mendefinisikan masyarakat sebagai sekumpulan orang yang berinteraksi dan hidup berdampingan. Di lingkungan masyarakat sebuah sistem keteraturan diberlakukan, seperti etika, moral, dan lain-lain dalam konteks keagamaan. Berhubungan dengan nilai dalam ajaran agama, maka dari itu masyarakat perlu mengetahui dan memahami dengan benar persepsi terhadap penyampai ajaran agama. Efektivitas dakwah sangat bergantung pada citra da'i di mata publik. Jika persepsi terhadap sang penyampai ajaran agama sudah baik, maka perjalanan dakwahnya akan jauh lebih baik lancar dan sukses. Peran da'i dimata masyarakat yaitu untuk memberikan wawasan kepada masyarakat yang masih belum mengetahui ilmu-ilmu yang belum diketahui. Peranan da'i sebagai orang yang merubah kondisi menjadi lebih baik dengan menyebarkan dakwah-dakwahnya, membina masyarakat untuk memahami nilai-nilai ajaran agama Islam menjadi paham serta diterima dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Citra Da'i



bersifat subjektif dan dapat berbeda-beda di antara individu atau kelompok, terbentuk melalui berbagai faktor yang dilakukan secara sengaja ataupun tidak disengaja. Setiap Da'i memiliki rasa sebagai pejuang yang telah bekerja untuk menyelamatkan masyarakat dari bencana dan mengantarkan kebahagiaan untuk masyarakat itu sendiri. Citra atau kesan terbangun melalui proses komunikasi interpersonal dimana banyak yang mempersepsi. Citra dipersoalkan hanya kepada seseorang yang kedudukan sosialnya menonjol di masyarakat. Meskipun begitu tidak semua perbuatan dipersepsi secara tidak benar, kemungkinan ada persepsi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Azzahra Restu Aulia
Universitas Islam Negeri Salatiga
Email: rstillia0@gmail.com

Pendahuluan

Secara etimologi, citra bermakna gambar atau gambaran, sementara dalam terminologi merujuk pada kesan atau persepsi yang terbentuk pada individu atau kelompok mengenai sesuatu. Da'i adalah orang yang memiliki tanggung jawab atas aktifitas untuk mengajak orang lain menuju kebaikan, kebenaran ke jalan Allah sesuai dengan ajaran Islam. Dalam berdakwah orang tersebut harus memiliki perilaku baik dan citra itu sendiri adalah hasil dari proses komunikasi interpersonal yang intens dan persepsi yang meluas, seringkali ditunjang oleh prestasi yang konsisten. Komunikasi interpersonal ada beberapa pengertian menurut para ahli, dari Devito (1989) yang diartikan komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik. Dari Effendi diartikan yaitu komunikasi antar komunikator dengan komunikan. Dari R Wayne Pace mengasrtikannya bahwa proses penyampaian pesan yang terjadi antara satu orang komunikator dengan satu orang atau lebih komunikan.

Faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap Da'i diartikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari suatu proses seseorang mengetahui melalui panca inderanya. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan yaitu diterimanya proses stimulus oleh individu melalui alat indera atau sensoris. (1)Faktor fungsional berasal dari kebutuhan atau pengalaman masa lalu yang biasa disebut faktor personal dan ada persepsi lainnya yaitu persepsi bersifat selektif dan kerangka rujukan (*Frame of Reference*). (2)Faktor struktural yang berasal dari sifat stimuli dan efek saraf yang ditimbulkannya oleh sistem saraf individu, pada teori Gestalt bahwa pengamatan atau persepsi suatu stimulus ditangkap secara keseluruhan. (3)Faktor perhatian yang artinya pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek. (4)Faktor internal yang dimaksud sebuah perasaan, sikap atau karakteristik individu, harapan yang mempengaruhi cara memandang atau menilai seorang Da'i, seperti pengalaman pribadi, nilai dan keyakinan, emosi, pengetahuan dan pemahaman serta sikap.



Metode

Pada penelitian ini menggunakan kualitatif dan kuantitatif dengan menerapkan metode studi kasus dan menganalisis data sekunder dalam penelitian ini.. Tujuannya untuk memahami bagaimana citra Da'i dibentuk dan dipersepsikan oleh masyarakat dan menganalisis citra dai dimata masyarakat berdasarkan data yang sudah tersedia dari platform daring.

Sumber data yang digunakan platform daring (*Twitter, Instagram*, dan lain-lain) dan data-data yang didapatkan dari analisis dokumen seperti materi yang membahas tentang citra da'i dan lain sebagainya. Dan akan dianalisis untuk memahami bagaimana citra itu dikomunikasikan. Keabsahan data menggunakan berbagai sumber dan metode. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kata kunci yang relevan yaitu Da'i, dan topik tersebut sering dibahas pada dakwah.

Hasil Pembahasan

Citra da'i mengacu pada individu atau organisasi yang menyampaikan dakwah secara lisan maupun tulisan, serta memiliki perilaku terpuji baik sebagai individu , bagian dari kelompok maupun dalam struktur organisasi, atau dengan kata lain kesan kuat yang melekat pada banyak orang tentang seseorang yang menyebarkan ajaran Islam. Citra positif yang terbangun atas dasar keteladanan akhlak, kedalaman ilmu serta kemampuan komunikasi yang baik, menjadikan Da'i sebagai panutan yang dihormati. Citra da'i terbentuk melalui perilaku, komunikasi interpersonal, dan bagaimana masyarakat mempersepsi mereka.

Aspek-aspek yang membentuk citra da'i di mata masyarakat itu ada akhlak dan perilaku yaitu faktor utamanya adalah membentuk citra da'i, masyarakat yang cenderung lebih percaya dan menerima pesan dari da'i menunjukkan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Ilmu dan

Wawasan keislaman, masyarakat berharap da'i memiliki pemahaman yang mendalam tentang Al-Qur'an, hadis, fiqh dan lainnya. Gaya komunikasi dan retorika, da'i menyampaikan pesan yang sangat mempengaruhi citranya. Integritas dan motivasi, citra da'i ini saling berkaitan dengan motivasi di balik dakwahnya, masyarakat pun memberikan nilai positif kepada da'i yang berdakwah. Kemampuan beradaptasi dengan era digital, pada era kontemporer da'i mampu memanfaatkan bidangnya dalam teknologi karena sangat penting dalam menjangkau khalayak yang lebih luas. Penanganan terhadap fitnah dan ghibah, da'i juga diuji dalam menghadapi fitnah dan ghibah, seperti da'i bagaimana merespon tuduhan palsu atau gunjingan yang didapat. Sikap terhadap perbedaan dan polirisasi sosial, masyarakat bisa sensitif terhadap sikap da'i yang terlalu berpihak pada kelompok tertentu. Penampilan dan interaksi sosial, penampilan dan cara da'i berinteraksi dapat membentuk citra da'i.

Unsur-unsur pembentuknya citra da'i ada beberapa yaitu: (1)Akhlak dan perilaku merupakan fondasi utama, da'i harus menjaga kejujuran, amanah, rendah hati, sabar, dan memiliki empati atau simpati akan lebih dihormati. (2)Pengetahuan agama atau ilmu merupakan penentu utama kredibilitas, masyarakat akan menaruh kepercayaan lebih kepada da'i yang menguasai Al-Qur'an, Hadis, Fiqih dan ilmu-ilmu Islam lainnya. (3)Keterampilan komunikasi yaitu da'i dalam menyampaikan pesannya harus secara jelas, mudah dipahami, menarik dan sesuai dengan audiens dan meliputi kemampuan berbicara di depan umum, retorika, serta menggunakan bahasa yang santun dan kemampuan mendengarkan dan berdialognya. (4)Kemampuan interpersonal bahwa citra da'i dibentuk melalui kemampuan menjalin hubungan baik dengan berbagai macam sifat dan perilaku masyarakat. (5)Konsistensi terhadap perkataan dan perbuatan adalah kunci, da'i akan konsisten dalam beramal



dan berdakwah akan membangun kepercayaan jangka panjang. (6)Kepedulian sosial, keterlibatan da'i dalam masalah sosial dan kemasyarakatan seperti membantu yang membutuhkan, berpartisipasi dalam progam-progam kemanusiaan akan meningkatkan citra da'i sebagai sosok yang peduli dan bermanfaat. (7)Penampilan merupakan hal yang diperlukan bahwa masyarakat yang dilihat dari da'i adalah penampilan harus berpakaian rapi, bersih dan sesuai dengan norma kesopanan.

Tujuan komunikasi interpersonal yaitu (1)menemukan diri sejati kita disini diartikan sebagai proses ketika kita bertemu dan berinteraksi dengan orang lain, yang kemudian memberi kita pemahaman mendalam tentang diri sendiri maupun sesama. (2)Menemukan dunia luar yang artinya memiliki banyak informasi yang kita ketahui berasal dari komunikasi interpersonal. (3)Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti yang dimaksud yaitu mempergunakan waktu yang kita punya untuk membntuk komunikasi interpersonal dan menjaga hubungan sosial. (4)Berubah sikap dan tingkah laku, (5)Untuk bermain dan kesenangan dan (6)Untuk membantu orang lain dalam berkomunikasi.

Kesimpulan

Hasil dari analisis menyatakan keteladanan perilaku atau sifat menjadi dasar utama dalam pembentukan citra yang positif di mata masyarakat. Da'i yang dianggap benar dan tidak dibuat-buat mengarah untuk kepercayaan dan mampu membangun citra yang kuat di mata masyarakat. Tindakan korelasi secara langsung antara akhlak dan keberhasilan dakwah, ilmu itu sebagai pilar otoritas, adaptasi dari komunikasi dapat menentukan relevansi, integritas dan keikhlasan merupakan jaminan kepercayaan, ujian kredibilitasnya merupakan tantangan bhutan dan ghibah, menciptakan sikap inklusif mencegah polarisasi.

Analisis ini menunjukkan citra da'i adalah konstruksi kompleks yang dibangun dari integritas personal, kedalaman ilmu, kecakapan komunikasi. Citra tersebut memiliki cerminan dari kualitas seorang da'i menunjukka nseberapa jauh dakwahnya dan dapat mempengaruhi perubahan positif dalam masyarakat.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: Qiara Media. 2019.
- Arifin, Suprpto, Hadi., Ikhsan, Fuady., Kuswarno., Engkus. 2017. "Analisis Faktor Yang Mmpengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang". *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. Vol 21, No 1 Universitas Padjajaran. 28 Juni 2017.
- Effendi, Muchsin, Lalu & Faizah. "Psikologi Dakwah". Jakarta: Prenada Media Group. 2009.
- Efferi, Adri. 2013. "Profesionalisme Da'i Di Era Globalisasi". *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol 1 No 2 STAIN Kudus. Juli-Desember 2013.
- M.Arifin M, Ed. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Study*. Jakarta: Bulan Bintang. 1997.
- Mubarak. 2011. "*Citra Da'i Dimata Masyarakat*". Jakarta. Agustus 2011.
- Mukhtaraji, Indra. 2014. "*Citra Da'i Dimata Masyarakat*". Dunia dalam Dakwah. 3 November 2014.
- Mustar, Saidil. 2015. "Kepribadian Da'i Dalam Berdakwah". *Jurnal Tarbiyah*. Vol 22, No 1 STAIN Curup Bengkulu. 1 Januari-Juni 2015.



Purnama, Halim & Azhar, Muh. *Psikologi Islam*. Yogyakarta: K-Media. 2022.

Rapiki, M. 2019. *Psikologi Dakwah Terkait Citra Da'i Dimata Masyarakat*. Babangraff.blogspot.com. 27 November 2019.

Ronaydi, Muhammad. *Personal Branding Da'i Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah*. Jurnal Ilmu Dakwah Vol 5 No 2. Tahun 2023.

Said, Nurhidayat. 2020. "Citra Da'i Dalam Upaya Pengembangan Dakwah". *Jurnal Mercusuar* . Vol 1, No 1 UIN Alauddin Makassar. 1 Juli 2020.

Saidaturrahma, 2020. *Da'i Dalam Perspektif Al-Qur'an*. Jurnal Agama dan Sosial Humaniora Vol 8 no 1 Institusi Agama Islam Al-Aziziyah Samalanga Bireueun. Tahun 2020.

Suhardi. 2024. *Standarisasi Profesional Perspektif Komunitas Pendakwah Keren Indonesia*. Vol 5 No 3 IAIN Parepare. 5 Juni 2024.

Yusuf, MY. 2015. "Da'i dan Masyarakat Perubahan Sosial Masyarakat". *Jurnal Al Ijlimaiyyah*. Vol 1 No 1. Juni 2015.