

Dampak Pemilihan Tema Dakwah Terhadap Perhatian Jama'ah: Perspektif Teori Agenda Setting

Irma Khosidah¹

irmakhosidah3001@gmail.com

Stisipol Candradimuka Palembang

Sila Nirmala²

sila.nirmala@stisipolcandradimuka.ac.id

Stisipol Candradimuka Palembang

Article:

Received: 23 Agustus 2025

Accepted: 18 Oktober 2025

Published: 30 November 2025

© 2025 The Author(s).



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

Correspondence Address:

irmakhosidah3001@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini membahas bagaimana pemilihan tema dakwah berpengaruh terhadap konsentrasi jama'ah dengan menggunakan pendekatan teori Agenda Setting. Teori ini, yang pertama kali dikemukakan oleh McCombs dan Shaw, menegaskan bahwa komunikator maupun media memiliki peranan penting dalam menonjolkan isu yang dianggap urgen oleh masyarakat. Dalam praktik dakwah, da'i berfungsi sebagai komunikator utama yang mampu mengarahkan perhatian jama'ah melalui topik yang relevan dengan situasi sosial mereka. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik lapangan dan wawancara pada masyarakat Desa Talang Makmur, Kecamatan Sungai Menang, Kabupaten Ogan Komering Ilir. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa tema-tema dakwah yang berkaitan dengan kehidupan nyata, seperti ekonomi umat, pembinaan moral generasi muda, dan keharmonisan keluarga lebih disukai jama'ah dibandingkan tema yang bersifat abstrak maupun teoretis. Dengan demikian, teori Agenda Setting terbukti relevan dalam menganalisis praktik komunikasi dakwah di tingkat pedesaan.

Kata Kunci: Dakwah, Pemilihan Tema, Jama'ah, Teori Agenda Setting, Komunikasi Nonverbal.

Abstract: This study examines how the selection of da'wah themes influences the concentration of the congregation by using the Agenda Setting theory approach. This theory, first introduced by McCombs and Shaw, emphasizes that communicators and the media play a crucial role in highlighting issues considered urgent by society. In the practice of da'wah, the da'i serves as the primary communicator who can direct the congregation's attention through topics that are relevant to their social context. This study employs a descriptive qualitative method with field techniques and interviews conducted among the community of Talang Makmur Village, Sungai Menang District, Ogan Komering Ilir Regency. The results show that da'wah themes related to real-life issues such as the economic condition of the Muslim community, moral development of the younger generation, and family harmony are preferred by the congregation compared to abstract or theoretical themes. Therefore, Agenda Setting theory is proven to be relevant in analyzing da'wah communication practices at the rural level.

Keyword: Da'wah, Theme Selection, Congregation, Agenda Setting Theory, Nonverbal Communication.

Pendahuluan

Dakwah Islam merupakan proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan-pesan Islam agar dipahami dan diamalkan oleh umat.¹ Dalam praktiknya, dakwah sering menghadapi hambatan ketika tema yang dipilih tidak sesuai dengan kebutuhan sosial masyarakat.² Pemilihan tema menjadi elemen penting dalam memastikan pesan dakwah diterima dengan baik oleh jama'ah.

Tema dakwah yang tepat akan meningkatkan perhatian jama'ah karena mereka memiliki latar belakang sosial dan pengalaman hidup yang beragam. Pesan yang relevan dengan pengalaman keseharian akan lebih mudah diterima.³ Fenomena ini tampak di Desa Talang Makmur, di mana jama'ah lebih antusias mengikuti ceramah bertema sosial-keagamaan dibanding tema abstrak yang menuntut pengetahuan teoretis.

Teori Agenda Setting yang diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw⁴ memberikan dasar analitis yang kuat. Meskipun awalnya digunakan untuk memahami pengaruh media, konsep ini relevan dalam konteks dakwah karena da'i memainkan peran sebagai

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)

² Anwar Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994).

³ Daryanto, *Teori Komunikasi* (Surabaya: Penerbit Gunung Samudera, 2014).

⁴ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187.

komunikator yang menentukan isu keagamaan yang penting untuk diperhatikan jama'ah.⁵ Komunikasi dakwah dapat dikaji melalui berbagai perspektif seperti psikologis, kultural, dan interaksional.⁶ Teori *Agenda Setting* menyatakan bahwa media tidak memberi tahu apa yang harus dipikirkan, tetapi isu apa yang harus dipikirkan.⁷

Dalam konteks dakwah, da'i memiliki fungsi serupa dengan media, yaitu memilih isu keagamaan yang akan menjadi fokus audiens. Pemilihan tema oleh da'i bergantung pada kondisi sosial, kebutuhan jama'ah, dan relevansi isu dengan kehidupan mereka.⁸

Agenda Setting memiliki dua level penting: penonjolan isu dan penonjolan atribut isu. Keduanya berperan dalam membentuk persepsi audiens mengenai pentingnya suatu topik.⁹ Pendekatan ini selaras dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menekankan bahwa jama'ah hadir dalam kegiatan dakwah untuk memenuhi kebutuhan informasi dan spiritual.¹⁰ Selain itu, teori Interaksi Simbolik menjelaskan bahwa pemaknaan jama'ah dipengaruhi oleh simbol dan bahasa yang digunakan da'i.¹¹

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian berada di Desa Talang Makmur, yang memiliki dinamika sosial beragam dan relevan untuk dikaji dalam konteks dakwah.¹² Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan tokoh masyarakat dan jama'ah, serta dokumentasi. Validitas data dijaga dengan triangulasi

⁵ Maxwell E. McCombs, "A New Approach to the Network Agenda Setting Model," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025 ; Lei Guo and Chris Vargo, "Second-Level Agenda-Setting Effects of News Media," *Information, Communication & Society*, 2024

⁶ Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Teori-Teori Komunikasi*, ed. ke-9 (Belmont, CA: Wadsworth, 2021).

⁷ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187.

⁸ Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Teori-Teori Komunikasi*, ed. ke-9 (Belmont, CA: Wadsworth, 2021).

⁹ Lei Guo and Chris Vargo, "Second-Level Agenda-Setting Effects of News Media," *Information, Communication & Society*, 2024

¹⁰ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. (New York: Free Press, 2003).

¹¹ Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969).

¹² A. Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

sumber dan teknik.¹³ Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁴ Analisis tematik juga digunakan untuk mengidentifikasi pola yang muncul dari wawancara dan observasi. Etika penelitian dijaga dengan merahasiakan identitas informan dan memperoleh persetujuan sebelum pengambilan data.

Hasil dan Pembahasan

Jama'ah memberikan perhatian lebih pada tema dakwah yang berkaitan dengan persoalan kehidupan nyata, seperti pendidikan anak, moralitas remaja, ekonomi umat, dan harmoni keluarga, sejalan dengan prinsip bahwa audiens lebih responsif terhadap isu yang memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan mereka.¹⁵ Da'i yang memahami kondisi sosial masyarakat berperan sebagai penentu agenda dengan memilih tema yang relevan sehingga pesan dakwah lebih efektif, misalnya ketika topik ekonomi dan keluarga menjadi sangat menarik pada saat masyarakat menghadapi tekanan ekonomi.¹⁶ Penguatan pesan juga terjadi ketika simbol dan bahasa yang digunakan selaras dengan konteks budaya lokal, sebagaimana dijelaskan dalam teori Interaksi Simbolik bahwa makna terbentuk melalui pemaknaan simbolik antara komunikator dan komunikan.¹⁷ Temuan lapangan menunjukkan bahwa kehadiran jama'ah meningkat ketika tema dakwah bersifat sosial dan menurun ketika tema bersifat abstrak; kondisi ini konsisten dengan prinsip *Agenda Setting* bahwa isu yang memiliki relevansi tinggi akan lebih menarik perhatian audiens.¹⁸ Secara keseluruhan, pemilihan tema dakwah sangat memengaruhi perhatian dan konsentrasi jama'ah, di mana da'i berfungsi sebagai aktor pengatur agenda yang menentukan fokus isu

¹³ A. Hidayat, "Systematic Literature Review Report: Agenda-Setting on Social Media," *ResearchGate*, 2023.

Daryanto, *Teori Komunikasi* (Surabaya: Penerbit Gunung Samudera, 2014). ; W. Russell Neuman, "Algorithmic Agenda-Setting: The Subtle Effects of Digital Platforms," *Information, Communication & Society*, 2025.

¹⁵ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. (New York: Free Press, 2003).

¹⁶ Maxwell E. McCombs, "A New Approach to the Network Agenda Setting Model," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

¹⁷ Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969).

¹⁸ Wayne Wanta, "Research Transmutation of Agenda Setting Theory (2010–2023)," *SCIRP Journal of Mass Communication*, 2023.; X. Zhang, "Analysis of the Characteristics of Agenda Setting Theory in the New Media Era," *ResearchGate*, 2022.

religius bagi masyarakat.¹⁹ Bahasa yang sederhana serta simbol yang familiar turut membuat pesan dakwah lebih mudah diterima,²⁰ sementara dari perspektif *Uses and Gratifications*, jama'ah memilih hadir untuk memperoleh manfaat spiritual dan solusi atas persoalan kehidupan.²¹ Teori *Spiral of Silence* juga menjelaskan kecenderungan jama'ah menghindari tema dakwah yang dianggap bertentangan dengan opini mayoritas,²² sedangkan perbedaan karakter masyarakat desa dan kota menunjukkan adanya variasi model komunikasi dakwah yang dibentuk oleh latar sosial dan lingkungan budaya masing-masing.²³

Kesimpulan

Efektivitas dakwah di tingkat masyarakat pedesaan sangat ditentukan oleh kemampuan da'i dalam membaca, menyeleksi, dan mengonstruksi isu-isu yang dianggap relevan oleh jama'ah, sehingga proses pemilihan tema bukan sekadar aktivitas teknis, tetapi merupakan praktik komunikasi strategis yang sarat muatan sosial dan psikologis. Temuan bahwa jama'ah lebih responsif pada tema-tema yang berkaitan langsung dengan realitas hidup mereka seperti ekonomi, moralitas remaja, dan keharmonisan keluarga mencerminkan bahwa proses agenda setting dalam dakwah bekerja secara nyata: da'i tidak hanya menonjolkan isu, tetapi juga membentuk persepsi tingkat urgensi yang memengaruhi tingkat konsentrasi serta kehadiran jama'ah. Dalam konteks ini, *Agenda Setting* tidak dapat dipahami secara parsial, karena interaksinya dengan teori *Uses and Gratifications* dan Interaksi Simbolik memperlihatkan bahwa jama'ah hadir bukan hanya karena kebutuhan spiritual, tetapi juga karena mereka menemukan makna, identitas, serta solusi praktis melalui bahasa dan simbol yang digunakan da'i. Selain itu, gejala *Spiral of Silence* yang terlihat dari kecenderungan jama'ah menghindari tema kontroversial menegaskan bahwa dakwah tidak berlangsung dalam ruang netral, melainkan dalam

¹⁹ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187.

²⁰ Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969).

²¹ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. (New York: Free Press, 2003).

²² Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Teori-Teori Komunikasi*, ed. ke-9 (Belmont, CA: Wadsworth, 2021).

²³ Anwar Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994).

lanskap sosial yang penuh tekanan opini mayoritas. Oleh sebab itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah yang efektif bukan hanya bertumpu pada kedalaman materi, tetapi pada kecerdasan komunikatif da'i dalam mengelola fokus isu, memahami kondisi sosial, serta menjaga kesesuaian bahasa dan simbol dengan pengalaman jama'ah. Penelitian ini juga membuka ruang kritik bahwa kegiatan dakwah di banyak wilayah masih belum mengoptimalkan analisis sosial sebelum menentukan tema, sehingga implikasinya menunjukkan urgensi pelatihan komunikasi berbasis riset bagi para da'i agar agenda dakwah lebih adaptif, kontekstual, dan mampu menjawab persoalan aktual umat.

Referensi

- Arifin, Anwar. Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi. Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Arifin, Anwar. Teori-Teori Komunikasi: Analisis. Jakarta: Rajawali Grafindo, n.d.
- Blumer, Herbert. Symbolic Interactionism: Perspective and Method. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969.
- Daryanto, Drs. Teori Komunikasi. Surabaya: Penerbit Gunung Samudera, 2014.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Guo, Lei, and Chris Vargo. "Second-Level Agenda-Setting Effects of News Media." *Information, Communication & Society*, 2024.
- Hidayat, A. "Systematic Literature Review Report: Agenda-Setting on Social Media." *ResearchGate*, 2023.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. Belmont, CA: Wadsworth, 2009.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Teori-Teori Komunikasi*. Edisi ke-9. Belmont, CA: Wadsworth, 2021.
- McCombs, Maxwell E. "A New Approach to the Network Agenda Setting Model." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.
- McCombs, Maxwell E., and Donald L. Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187.
- Neuman, W. Russell. "Algorithmic Agenda-Setting: The Subtle Effects of Digital Platforms." *Information, Communication & Society*, 2025.
- Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press, 2003.
- Suherman, A. *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Vu, Hong Tien. "Network Agenda-Setting Analysis." *Journal of Medical Internet Research* 24, no. 4 (2022): e34321.
- Wanta, Wayne. "Research Transmutation of Agenda Setting Theory (2010–2023)." *SCIRP Journal of Mass Communication*, 2023.

Zhang, X. "Analysis of the Characteristics of Agenda Setting Theory in the New Media Era."
ResearchGate, 2022.