BAB II
KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Berdakwah Pada Komunitas Terpinggirkan

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa), dakwah berasal dari Bahasa Arab, yang berarti "panggilan, ajakan atau seruan." Dalam ilmu tata Bahasa Arab, kata dakwah berbentuk sebagai "isim masdhar." Kata ini berasal dari fi'il (kata kerja) "da'a-yad'u", artinya memanggil, mengajak atau menyeru. Orang yang memanggil, mengajak atau menyeru atau melaksanakan dakwah dinamakan "da'i." Jika yang menyeru atau da'inya terdiri dari beberapa orang (banyak) disebut "du'ah."

Dakwah menurut arti istilahnya mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Banyak ahli Ilmu Dakwah dalam memberikan pengertian atau definisi terhadap istilah dakwah terdapat beraneka ragam pendapat. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Sehingga antara definisi menurut ahli yang satu dengan lainnya senantiasa terdapat perbedaan dan kesamaan.[1]

Dakwah secara harfiyah berarti mengajak atau menyeru. Dakwah merupakan salah satu dari istilah keagamaan yang telah banyak disalahgunakan baik fungsi maupun hakikatnya. Terlebih ketika kata atau istilah tersebut telah menjadi bagian bahasa Indonesia yang dibakukan dan mempunyai makna

[1] Ibid, h. 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beragam. Dalam kamus bahasa Indonesia misalnya, kata dakwah diartikan antara lain propaganda yang mempunyai konotasi positif dan negatif. Sementara dakwah dalam istilah agama Islam konotasinya selalu tunggal dan positif. Yakni mengajak kepada peningkatan ibadah dan pengabdian pada sang *Khaliq* (dalam arti luas). Bahkan dalam Alquran dan *Sunnah* merupakan bagian dari prinsip ajaran yang diwajibkan.[2]

Dakwah menurut definisi H. Endang S. Anshari sebagaimana dikutip Tasmara, terbagi dalam dua kategori, yakni:

1) Dakwah dalam arti terbatas ialah menyampaikan Islam kepada manusia secara lisan maupun secara tulisan, ataupun secara lukisan, seperti panggilan, seruan ajakan kepada manusia pada Islam.
2) Dakwah dalam arti luas adalah penjabaran, penerjemahan dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan dan penghidupan manusia (termasuk di dalamnya politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan dan sebagainya).[3]

Strategi berasal dari bahasa Yunani: *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata agein (memimpin). Istilah *stratego* dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi dan

[2] A. Sunarto, *Etika Dakwah*,.... h. 4.
[3] Abdul Aziz, dkk, *Jelajah Dakwah Klasik-Kontemporer*,.... h. 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat dan hal ini telah berlangsung lebih dari seribu tahun lamanya.

Strategi merupakan teknik untuk mendapatkan kemenangan (*victory*) pencapian tujuan (*to achieve goals*). Untuk lebih jelasnya telah dirangkum beberapa strategi menurut para ahli, berikut ulasannya:

1. Menurut Pearce dan Robinson mendefinisikan strategi merupakan 'rencana main' suatu perusahaan. Strategi sendiri mencerminkan kesadaran perusahaan mengensi bagaimana, kapan dan di mana ia harus bersaing menghadapi lawan serta dengan maksud dan tujuan untuk apa.
2. Carl Von Clausewitz menurutnya strategi merupakan pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan sebuah peperangan. Dan perang itu sendiri merupakan kelanjutan dari politik.
3. A. Halim menurutnya strategi itu merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai suatu tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya.
4. Morrisey mendefinisikan bahwa strategi merupakan proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh suatu perusahaan supaya dapat tercapai segala misinya.
5. Siagaan mendefinisikan strategi merupakan serangkaian keputusan serta tindakan yang mendasar dan dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seluruh jajaran dalam suatu organisasi demi pencapaian tujuan organisasi tersebut.[4]

Strategi menurut Arifin (1994: 10) adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi dakwah, berarti memperhitungkankondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas atau mencapai tujuan. Dengan strategi dakwah, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.[5]

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu :

1. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
2. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

---

[4] Ubay, *Seputar Pendidikan Portal Situs Berita Pendidikan Online* (http://www.seputarpendidikan.com/2016/04/12-pengertian-strategi-menurut-para-ahli.html. Diakses tanggal 4 November 2016)

[5] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 227.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagaimana yang dikutip oleh Moh. Ali Aziz, Al-Bayanuni (1993: 46 & 195) mendefinisikan strategi dakwah (*manahij al-da'wah*) sebagai berikut:

"*Ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah*".[6]

Jika seorang da'i mampu menjalankan strategi dakwah secara bijak, Insha Allah ia akan mudah mencapai keinginannya, yakni keberhasilan dakwahnya. Nabi saw., sebagai imam para da'i, telah menerapkan strategi dakwah secara bijak sehingga, melalui beliau, Allah memberi manfaat kepada hamba-Nya dan menyelamatkan mereka dari syirik menuju tauhid. Siasat beliau tersebut bermanfaat besar dalam menyukseskan dakwahnya, membangun negaranya, menguatkan kekuasaannya dan meninggikan kedudukannya.

Cara atau strategi dakwah tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Memilih waktu kosong dan kegiatan terhadap kebutuhan audiens (penerima dakwah).
2. Jangan memerintahkan sesuatu yang menimbulkan fitnah. Terkadang seorang da'i menjumpai suatu kaum yang sudah mempunyai tradisi mapan. Tradisi tersebut bertentangan dengan syariat, tetapi jika dilakukan perombakan akan mendatangkan kebaikan. Jika seorang da'i menyadari bahwa apabila dilakukan perombakan akan terjadi fitnah, maka hal itu tidak perlu ia lakukan.
3. Menjinakkan hati dengan harta dan kedudukan.
4. Menjinakkan hati dengan memberi maaf ketika dihina, berbuat baik ketika disakiti, bersikap lembut ketika dikasari dan bersabar ketika dizhalimi.

[6] Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah*,... h. 351.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cemoohan dibalas dengan kesabaran, ketergesa-gesaan dibalas dengan kehati-hatian.

5. Pada saat memberi nasihat, jangan menunjuk langsung kepada orangnya tetapi berbicara dengan sasaran umum.
6. Memberikan sarana yang dapat mengantarkan seseorang pada tujuannya.
7. Seorang da'i harus siap menjawab berbagai pertanyaan. Setiap pertanyaan sebaiknya dijawab secara rinci dan jelas sehingga orang yang bertanya merasa puas.
8. Memberikan perumpamaan-perumpamaan.[7]

b. Macam-macam Strategi dakwah

Strategi dakwah terbagi menjadi tiga bentuk dalam buku (Al-Bayanuni, 1993: 204-219), yang dikutip oleh Moh. Ali Aziz, yaitu:

1) Strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*)
2) Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*)
3) Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi sentimental (*al-manhaj al-athifi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Strategi rasional (*al-manhaj al-aqli*) adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Al-Qur'an mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain: *tafakkur, tadzakkur, nazhar, taammul, i'tibar, tadabbur dan istibshar*. *Tafakkur* adalah menggunakan

[7] Said Bin Alin Bin Wahid Al Qahthani, *Al hikmatu Fid Da'wah Ilallah Ta'ala*, terjemahan Masykur Hakim (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), h. 84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemikiran mencapainya dan memikirkannya; *tadzakkur* merupakan menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan; *nazhar* ialah mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada objek yang sedang diperhatikan; *taammul* berarti mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya; *i'tibar* bermakna perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang lain; *tadabbur* suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah; *Istibshar* ialah mengungkap sesuatu atau menyingkapnya, serta memperlihatkannya kepada pandangan hati (Muhammad Yusuf al-Qardlawi, 1998: 63-64). Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.[8]

Salah satu praktik keagamaan adalah shalat. Semua gerakan shalat adalah gerakan untuk kesehatan. Bahkan, shalat tidak hanya menjaga kesehatan, tapi juga mengembalikan hidup sehat dari berbagai macam penyakit. Dr. Alexis Carel, pemenang hadiah Nobel bidang kedokteran dan direktur riset pada *RockefellerFoundation* Amerika mengatakan, "Sebagai seorang dokter, saya melihat banyak pasien yang gagal disembuhkan secara medis, tiba-tiba penyakit itu hilang setelah mereka melakukan sholat. Shalat bagaikan Tambang Radium yang menyalurkan sinar dan melahirkan kekuatan diri. Shalat merupakan meditasi suci yang pelakunya merasakan kehadiran Allah, seperti merasakan panasnya cahaya matahari. Banyak pasien saya berpenyakit tuberculosis, radang tulang, luka membusuk dan sebagainya sembuh dengan shalat".

[8] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,... h. 353.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Shalat juga bisa membuat seseorang bahagia. Semua orang ingin hidup bahagia dan Islam telah mendorong untuk mencapainya. Setiap hari dorongan hidup bahagia itu dikumandangkan melalui adzan, "*hayya alal falah*" (mari meraih kebahagiaan). Bahagia bisa ditandai dengan jiwa yang tenang, bersikap positif menghadapi semua keadaan dan cobaan hidup. Bisakah shalat mengantarkan manusia kepada kebahagiaan? Allah berfirman, "Sungguh beruntung (berbahagialah) orang-orang beriman, yaitu mereka yang khusyuk dalam sholatnya" (QS. Al Mukminun (23): 1-2). Keberuntungan itu berupa kesehatan fisik dan ketenangan batin dalam kehidupan dunia dan kenikmatan surga di akhirat.[9]

Penentuan strategi dakwah juga bisa berdasar surat al-Baqarah ayat 151. Yang bunyinya:

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولا مِنْكُمْ يَتْلُو عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُمْ مَا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ

Artinya: "Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmat Kami kepadamu) Kamu telah mengutus kepadamu Rasul di antara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepada kamu yang belum kamu ketahui".

Ayat tersebut mengisyaratkan tiga strategi dakwah, yaitu ***Strategi Tilawah*** (membacakan ayat-ayat Allah SWT), ***Strategi Tazkiyah*** (menyucikan jiwa) dan ***Strategi Ta'lim*** (mengajarkan Al-Quran dan al-hikmah).

[9] Moh. Ali Aziz, *60 Menit Terapi Shalat Bahagia*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2014), h. 191.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Strategi Tilawah. Dengan ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.
2) Strategi Tazkiyah. Menyucikan jiwa atau melalui aspek kejiwaan.
3) Strategi Ta'lim. Ini hampir sama dengan strategi tilawah, tetapi strategi ta'lim bersifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis.

Setiap strategi membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis paling tidak berisi analisis SWOT yaitu *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) yang dimiliki atau dihadapi organisasi dakwah. Keunggulan dan kelemahan lebih bersifat internal yang terkait dengan keberadaan strategi yang ditentukan. Ketika strategi tersebut dihubungkan dengan pendakwah maupun mitra dakwah (eksternal), maka ia akan memunculkan ancaman maupun peluang. Strategi rasional yang ditawarkan al-Bayanuni di atas tidak terlepas dari kelebihan dan kekurangan. Relevan dengan ajaran Islam yang rasional adalah di antaranya kelebihannya, sedangkan kekurangannya adalah ia tidak menjangkau hal-hal yang berada di luar akal. Sebab ada beberapa ajaran Islam yang tidak bisa dijelaskan secara rasional. Ajaran seperti ini harus diterima secara dogmatis berdasar keimanan semata. Ancamannya mungkin terletak pada pendakwah yang tidak percaya dengan pemikiran akal, atau tidak biasa berpikir secara filosofis. Tetapi, adanya mitra dakwah yang terpelajar bisa dikategorikan sebagai peluangnya. Strategi dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang.[10]

2. Metode dan Teknik Dakwah

Dalam ilmu dakwah metode merupakan suatu cara yang digunakan seorang da'i dalam menyampaikan pesannya kepada mad'u. Untuk merealisasikan suatu metode diperlukan strategi yang merujuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan.[11]

Setelah mengetahui prinsip-prinsip metode atau hakikat suatu metode, seorang da'i diharapkan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan dan penggunaan suatu metode, agar metode yang dipilih dan digunakan benar-benar fungsional. Maka faktor-faktor yang dimaksud adalah:

a. Tujuan, dengan berbagai jenis dan fungsinya.
b. Sasaran dakwah (masyarakat) dengan segala kebijakan pemerintah, tingkat usia, pendidikan, peradaban dan lain sebagainya.
c. Situasi dan kondisi yang beraneka ragam keadaannya.
d. Media dan fasilitas yang tersedia, dengan berbagai macam kuantitas dan kualitas.
e. Kepribadian dan kemampuan seorang da'i atau muballigh.[12]

Pada garis besarnya, metode dakwah ada 6 metode. Diantaranya:

1) Metode Ceramah (rhetorika dakwah)

[10] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,....., hlm. 349.
[11] Ibid,..., hlm. 357.
[12] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*,..., hlm. 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ceramah adalah suatu tehnik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara oleh seseorang da'i/ muballigh pada suatu aktivitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat propaganda, kampanye, berpidato (rhetorika), khutbah, sambutan, mengajar dan sebagainya.

Metode ceramah sebagai salah satu metode atau tehnik berdakwah tidak jarang digunakan oleh da'i-da'i ataupun para utusan Allah dalam usaha menyampaikan risalah-risalah.

Metode ceramah dipergunakan sebagai metode dakwah, efektif dan tepat bilamana:

(a) Obyek atau sasaran dakwah berjumlah banyak.

(b) Penceramah (muballigh) orang yang ahli berceramah dan berwibawa.

(c) Sebagai sarat dan rukun suatu ibadah, seperti khutbah jum'at, hari raya.

(d) Tidak ada metode lain yang dianggap paling sesuai dipergunakan. Seperti dalam walimatul 'arusy mungkin yang cocok hanyalah metode ceramah, bukan simulasi *games*, *role playing*, diskusi dan sebagainya.[13]

Metode ceramah atau *muhadlarah* atau pidato ini telah dipakai oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran Allah. Sampai sekarang pun masih merupakan metode yang paling sering digunakan oleh para pendakwah sekalipun alat komunikasi modern telah bersedia.

[13] Ibid, hlm. 104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Umumnya, ceramah diarahkan kepada sebuah publik, lebih dari seorang. Oleh sebab itu, metode ini disebut *public speaking* (berbicara di depan publik). Sifat komunikasinya lebih banyak searah (monolog) dari pendakwah ke audiensi, sekalipun sering juga diselingi atau diakhiri dengan komunikasi dua arah (dialog) dalam bentuk tanya jawab. Umumnya, pesan-pesan dakwah yang disampaikan dengan ceramah bersifat ringan, informatif, dan tidak mengundang perdebatan. Dialog yang dilakukan juga terbatas pada pertanyaan, bukan sanggahan. Penceramah diperlakukan sebagai pemegang otoritas informasi keagamaan kepda audiensi.

2) Metode diskusi

Metode ini dimaksudkan untuk mendorong mitra dakwah berpikir dan mengeluarkan pendapatnyaserta ikut menyumbangkan dalam suatu masalah agama yang terkandung banyak kemungkinan-kemungkinan jawaban. Diskusi dengan perbincangan suatu masalah di dalam sebuah pertemuan dengan jalan pertukaran pendapat di antara beberapa orang.

3) Metode Konseling

Konseling adalah pertalian timbal balik di antara dua orang individu di mana seorang (konselor) berusaha membantu yang lain (klien) untuk mencapai pengertian tentang dirinya sendiri dalam hubungannya dengan masalah-masalah yang dihadapinya pada saat ini dan pada waktu yang akan datang. Metode konseling merupakan wawancara secara individual dan tatap muka antara konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Konselor sebagai pendakwah akan membantu mencari pemecahan masalahnya.

4) Metode Karya Tulis

Metode ini termasuk dalam kategori dakwah *bi al-qalam* (dakwah dengan karya tulis). Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan penuh. Kita bisa memahami Al-Qur'an, hadis fikih para Imam Mazhab dari tulisan yang dipublikasikan.

Metode karya tulis merupakan buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Keterampilan tangan ini tidak hanya melahirkan tulisan, tetapi juga gambar atau lukisan yang mengandung misi dakwah.

5) Metode Pemberdayaan Masyarakat

Salah satu metode dalam *dakwah bi al-hal* (dakwah dengan aksi nyata) adalah metode pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian. Metode ini selalu berhubungan antara tiga aktor, yaitu masyarakat (komunitas), pemerintah dan agen (pendakwah).

6) Metode Kelembagaan

Metode dakwah *bil al hal* adalah metode kelembagaaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instrumen dakwah. Untuk mengubah perilaku anggota melalui institusi umpamanya, pendakwah harus melewati proses fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakkan (*actuating*) dan pengendalian (*controlling*). Metode kelembagaan dan pemberdayaan berbeda satu sama lain. Perbedaan pokok dari kedua metode ini adalah terletak pada arah kebijakannya. Metode kelembagaan lebih bersifat sentralistik dan kebijakannya bersifat dari atas ke bawah (*top-down*). Sedangkan strategi pemberdayaan lebih bersifat desentralistik dengan kebijakan dari bawah ke atas (*bottom-up*). Perbedaan yang lain adalah kontribusi keduanya pada suatu lembaga. Ada kata kunci yang membuat keduannya berbeda: metode kelembagaan menggerakkan lembaga, sedangkan metode pemberdayaan mengembangkan lembaga.[14]

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Menurut Wina Sanjaya teknik adalah cara yang dilakukan seorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode.[15]

Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi. Karena ilmu dakwah banyak berhubungan bahkan sangat memerlukan disiplin ilmu lain, seperti Ilmu Komunikasi, Ilmu Manajemen, Psikologi dan Sosiologi, maka penjabaran metode dan teknik-tekniknya banyak meminjam dari beberapa ilmu di atas dengan beberapa modifikasi.[16] Teknik dalam ceramah dibagi menjadi tiga macam, antara lain:

---

[14] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,....., hlm. 359.
[15] Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 125.
[16] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,....., hlm. 358.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(a) Teknik Persiapan Ceramah

Dua persiapan yang pokok sebelum pelaksanaan ceramah adalah persiapan mental untuk berdiri dan berbicara di muka khalayak dan persiapan yang menyangkut isi ceramah. Jika persiapan mental masih kurang dan belum mantap sehingga pembicara dihinggapi rasa cemas (*nervous*), kurang percaya diri, maka hal ini akan berakibat kacaunya sikap dan kelancaran penyampaian isi ceramah, sekalipun sudah sedemikian rupa dipersiapkan sebelumnya. Demikian juga sebaliknya pidato akan kacau jika yang disiapkan hanya mental semata sedang persiapan isi pidato masih kurang.

(b) Teknik Penyampaian Dakwah

Dalam penyampaian ceramah diperlukan alat-alat bantu seperti audio visual, dapat pula dikembangkan cara penyajian dengan induktif dan deduktif. Cara induktif maksudnya cara menjelaskan sesuatu (pesan dakwah) melalui berpikir dari hal-hal yang bersifat khusus ke arah hal-hal yang bersifat umum. Sedangkan cara penyajian deduktif maksudnya cara menjelaskan materi dakwah yang dimulai dengan berpikir tentang hal-hal yang bersifat umum. Penyampaian ini sudah barang tentu harus didasarkan pada alasan-alasan yang logis berdasarkan logika sebab akibat, kronologis ataupun topikal dan seterusnya.

(c) Pembukaan dan penutupan adalah bagian yang sangat menentukan. Kalau pembukaan ceramah harus dapat mengantarkan pikiran dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menambahkan perhatian kepada pokok pembicaraan, maka penutupan harus memfokuskan pikiran dan gagasan pendengar kepada gagasan utamanya.

3. Komunitas Terpinggirkan

Liponsos adalah singkatan dari Lingkungan Pondok Sosial yang di dalamnya menampung, membina dan memberdayakan orang-orang kurang beruntung seperti Gepeng, orang sakit jiwa, PSK Jompo dan lain sebagainya.

Maksud dari komunitas terpinggirkan adalah orang yang mengalami gangguan kesehatan mental. Seperti kaum gelandangan, pengemis, orang gila, anak jalanan serta anak yatim. Menurut Zakiah Daradjat yang dikutip oleh Sururin dalam buku Islam dan kesehatan mental, menampilkan pengaruh gangguan kesehatan mental, bukan pengaruh penyakit mental (jiwa), karena pengaruh sakit jiwa sudah jelas, yaitu hilangnya kesadaran seseorang. Sedangkan pengaruh terganggunya mental adalah:

a. Perasaan: misalnya cemas, takut, iri hati, dengki, sedih tak beralasan, marah pada hal-hal yang remeh, bimbang, merasa diri rendah, sombong tertekan (frustasi), pesimis, putus asa, apatis dan sebagainya.
b. Pikiran: kemampuan berpikir kurang, sukar memusatkan perhatian, mudah lupa, tidak dapat melanjutkan rencana yang telah disusun dan sebagainya.
c. Kelakuan: nakal, pendusta, menganiaya diri sendiri atau orang lain dan berbagai kelakuan menyimpang lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Kesehatan tubuh, penyakit jasmani yang tidak disebabkan oleh gangguan pada jasmani.[17]

Arti dari kaum gelandangan dan pengemis (gepeng) adalah kelompok kelas bawah dalam struktur masyarakat berupaya mengekspresikan keberadaan mereka dengan menekuni dunia informal sebagai bentuk resistensi terhadap pembangunan yang cenderung perpihak pada sektor formal. Gepeng merupakan gambaran masyarakat tak berdaya. Gepeng tidak mampu berkompetisi di sektor formal, karena berpendidikan rendah, tidak memiliki modal, tidak memiliki keterampilan yang memadahi. Mereka bekerja *serabutan*, kerja apa saja, pada sektor yang tidak membutuhkan pengetahuan, modal dan skill, termasuk meminta-minta. Semua dilakukan demi kelangsungan hidup pada gelandangan-pengemis.[18]

Mengutip pengertian orang stress Handoko (1993), stress merupakan suatu kondisi ketegangan yang mempengaruhi emosi, proses berpikir dan kondisi seseorang. Kondisi yang cenderung menyebabkan stres disebut *stressor*.[19]

Sedangkan anak yatim adalah anak yang tidak beribu atau berbapak atau tidak beribu bapak.[20] Pengertian dari anak yatim adalah sosok manusia yang mendapat kedudukan khusus dan mulia di sisi Allah swt. Perhatian Allah swt. begitu besar kepada mereka, sebagaimana tercermin dari banyaknya ayat dalam Al-Qur'anul Karim yang membicarakan masalah anak yaitm. Bahkan, bila Al-

---

[17] Sururin, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 176.
[18] Maghfur Ahmad, *Strategi Kelangsungan Hidup Gelandangan-Pengemis*, Jurnal Penelitian, Volume 7, Nomor 2, Nopember 2010.
[19] Husein Umar, *Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 34.
[20] Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Amelia, 2003), h. 159.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Qur'an menyebutkan nama-nama kaum dhuafa, maka anak yatim menduduki urutan pertama. Bahkan kata yatim (tunggal) atau yatama (jamak) disebut kurang lebih 23 kali dalam Al-Qur'an. Adalah wajar jika mereka mendapat perhatian yang besar dari Allah swt. Sebab, selain dhuafa, sejak kecil mereka telah merasakan penderitaan lahir-batin.[21]

Dan anak jalanan termasuk dalam kategori anak terlantar. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, "Anak terlantar adalah anak yang tidak terpenuhi kebutuhannya secara wajar, baik fisik, mental, spiritual maupun sosial". Pada realitas sehari-hari, kejahatan dan eksploitasi seksual terhadap anak sering terjadi. Anak-anak jalanan merupakan kelompok yang paling rentan menjadi korban. Anak-anak yang seharusnya berada di lingkungan belajar, bermain dan berkembang justru mereka harus mengarungi kehidupan yang keras dan penuh berbagai bentuk eksploitasi.

Menurut Suryanto (2010), "anak jalanan adalah anak-anak yang tersisih, marjinal dan terealisasi dari perlakuan kasih sayang karena kebanyakan dalam usia yang relatif dini sudah harus berhadapan dengan lingkungan kota yang keras dan bahkan sangat tidak bersahabat" (hlm 185). Di berbagai sudut kota sering terjadi anak jalanan harus bertahan hidup dengan cara-cara yang secara sosial kurang atau bahkan tidak dapat diterima masyarakat umum, sekadar untuk menghilangkan rasa lapar dan keterpaksaan untuk membantu keluarganya. Tidak jarang pula mereka dicap sebagai pengganggu ketertiban dan membuat kota

[21] Muhsin M.K, *Mari Mencintai Anak Yatim*, (Jakarta: GEMA INSANI PRESS, 2003), h. 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi kotor, sehingga yang namanya razia atau penggarukan bukan lagi hal yang mengagetkan mereka.[22]

Maka dari itu sebagai pendakwah wajib untuk mengajak kebaikan meskipun mad'unya dari berbagai macam latar belakang, yakni seperti komunitas terpinggirkan. Sebagaimana dalam hadits dakwah yang mengatakan:

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍفَلَهُ مِثْلُ أَجْرِفَاعِلِه (رواه ابن مسعودالبدرى)

Artinya : "*barang siapa yang menunjukkan kepada perbuatan baik, maka baginya pahala seperti orang yang melaksanakannya*." (Diriwayatkan oleh Ibnu Mas'ud Al Badri)[23]

B. Landasan Teori

Salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Persuasi didefinisikan sebagai "perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain" (Olson dan Zanna, 1993, hlm.135). Banyak riset telah dilakukan berkenaan dengan komunikasi yang ditujukan pada perubahan sikap.

Banyak sikap yang sulit untuk berubah. Sikap biasanya memiliki nilai dan manfaat bagi orang yang memegang sikap itu, dan biasanya sikap tersebut melekat erat pada ego atau jati diri seseorang. Sering usaha-usaha untuk mengubah sikap seseorang dipandang sebagai ancaman dan ditolak.

Selama berabad-abad manusia harus bertindak berdasarkan intuisi dan akal sehat dalam upaya mereka untuk melakukan persuasif. Aristotle salah satu orang

---

[22] Fedri Apri Nugroho, *Jurnal Skripsi Realitas Anak Jalanan di Kota Layak Anak Tahun 2014*, Januari 2014.
[23]Fachrudin HS, dkk, *PILIHANSABDA RASUL (Hadis-hadis Pilihan)*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2001), h.517.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang pertama kali menganalisis dan menulis tentang persuasi dalam karya-karya klasiknya mengenai retorika. Beberapa tahun kemudian, khususnya ketika komunikasi massa menjadi lebih menyebar luas, orang mulai mempelajari persuasi bahkan secara lebih sistematis.[24]

Selanjutnya teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kanon Retorika. Aristoteles yakin bahwa, agar suatu pidato persuasif dapat menjadi efektif, pembicara harus mengikuti tuntunan tertentu atau prinsip-prinsip, yang ia sebut kanon. Ini merupakan rekomendasi untuk membuat suatu pidato lebih menggugah. Para ahli retoris klasik telah mempertahankan pengamatan Aristoteles ini, dan hingga hari ini, kebanyakan penulis mengenai teks *public speaking* dalam komunikasi mengikuti kanon-kanon Aristoteles untuk menghasilkan pidato yanng efektif.

Walaupun tulisannya dalam retorika berfokus pada persuasi, kanon-kanon ini telah diterapkan di dalam beberapa situasi pembicara. Aristoteles menyatakan ada lima hal yang paling dibutuhkan untuk pidato yang efektif: penemuan, pengaturan, gaya, penyampaian, dan ingatan.

Kanon yang pertama adalah penemuan. Istilahnya ini dapat menjadi sedikit membingungkan karena penemuan dalam sebuah pidato tidak berarti penemuan dalam pengertian ilmiah. **Penemuan** (*invention*) didefinisikan sebagai konstruksi atau penyusunan dari suatu argumen yang relevan dengan tujuan dari suatu pidato. Penemuan berhubungan erat dengan logos, yang telah dibahas sebelumnya. Penemuan, karenanya, dapat mencakup penggunaan cara berpikir

[24] Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, metode, dan terapan di dalam Media Massa*, (Jakarta: PRENADA MEDIA, 2005), h.177.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

entimen dalam suatu pidato. Selain itu, penemuan diinterpretasikan secara luas sebagai sekelompok informasi dan pengetahuan yang dibawa oleh seorang pembicara ke dalam situasi berbicara. Tumpukan informasi ini dapat membantu seorang pembicara dalam pendekatan persuasifnya. Misalkan saja, contohnya, Anda sedang memberikan sebuah pidato mengenai keuntungan olahraga. Penemuan yang dikaitkan dengan pidato ini akan mencakup baik daya tarik logis yang ada di dalam pidato Anda ("Anda akan hidup lebih lama" atau "Asuransi kesehatan anda akan lebih rendah") serta sekelompok informasi yang anda miliki mengenai kesehatan secara umum. Dalam mengonstruksi argumen Anda, anda akan menggunakan ini semua.

1. Penemuan. Definisi penemuan adalah integrasi cara berpikir dan argumen di dalam pidato. Dan deskripsinya adalah menggunakan logika dan bukti di dalam pidato membuat sebuah pidato menjadi lebih kuat dan persuasif.
2. Pengaturan. Definisi pengaturan adalah organisasi dari pidato. Deskripsinya yakni mempertahankan struktur suatu pidato-Pengantar, Batang Tubuh, Kesimpulan-mendukung kredibilitas pembicara, menambah tingkat persuasi dan mengurangi rasa frustasi pada pendengar.
3. Gaya. Penggunaan bahasa di dalam pidato. Deskripsi dari gaya adalah penggunaan gaya memastikan bahwa suatu pidato dapat diingat dan bahwa ide-ide dari pembicara diperjelas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Penyampaian. Presentasi dari pidato. Penyampaian yang efektif mendukung kata-kata pembicara dan membantu mengurangi ketegangan pembicara.
5. Ingatan. Penyimpanan informasi di dalam benak pembicara. Mengetahui apa yang akan dikatakan dan kapan mengatakannya meredakan ketegangan pembicara dan memungkinkan pembicara untuk merespons hal-hal yang tidak terduga.[25]

Menurut B. Aubrey Fisher, seseorang dapat memandang tindakan persuasi sebagai upaya sumber untuk memanipulasikan penerima atau persepsi penerima yang menyaring pesan-pesan manipulatif dengan jalan itu mengendalikan responsnya terhadap usaha persuasif. Akan tetapi, praktek persuasi dengan sendirinya berkaitan dengan sejenis efek. Perspektif-perspektif yang terdahulu menerangkan efek itu dalam pengertian stimuli atau dalam pengertian persepsi penerimanya. Sekalipun begitu, konsep persuasi umumnya adalah sebab-akibat, stimulus-respons, masukan-keluaran, yakni adanya hasil atau perubahan yang nyata pada penerimanya. Dengan kata lain, tindakan persuasi pada akhirnya merupakan tindakan persuasi diri pada pihak orang yang dipersuasi.[26]

C.Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk menghindari terjadinya pengulangan yang membahas permasalahan yang sama dari seseorang, baik dari buku ataupun bentuk tulisan lain dan

[25] Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), h. 11.
[26] B. Aubrey Fisher, *Teori-Teori Komunikasi*, terjemahan Jalaluddin Rakhmad (Bandung: Remadja Karya, 1986), h. 262.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk menghindari plagirisme, maka penulis sampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain :

1. Ira Pratiwi Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014. Skripsi tersebut berjudul "Strategi Dakwah Remaja Masjid (REMAS) Baitul-Taqwa Dalam Upaya Meningkatkan Nilai Keislaman Bratang Surabaya". Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan skripsi terdahulu adalah terletak pada faktor obyeknya saja. Yang mana secara garis besar yang menjadi sasaran atau obyek dakwah dalam penelitian yang terdahulu meneliti para remaja non REMAS yang tinggal di wilayah Bratang Surabaya. Sedang skripsi ini meneliti seorang Ustadz Syuaib yang membahas mengenai bagaimana strategi dakwah dia agar mudah diterima oleh semua kalangan masyarakat dan komunitas terpinggirkan tidak hanya remaja saja. Persamaan dalam penelitian yang terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan strategi dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.
2. Adapun penelitian kedua yang berjudul "Strategi Dakwah Majelis Az-zikra dalam Menciptakan Keluarga Sakinah", yang diteliti oleh Bobby Rahman Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah, 2010. Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan skripsi terdahulu adalah terletak pada faktor obyeknya saja. Yang mana secara garis besar yang menjadi sasaran atau obyek dakwah dalam penelitian yang terdahulu adalah khusus untuk yang sudah berkeluarga. Sedang skripsi ini sasaran atau obyeknya untuk komunitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terpinggirkan. Persamaannya sama-sama menggunakan strategi dakwah ketika berdakwah atau sedang melakukan aktivitas dakwahnya

3. Penelitian ketiga berjudul "Strategi Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Anak Muda", yang diteliti oleh Miss Patimoh Yeemayor Manajmenen Dakwah, UIN Walisongo, 2015. Yang menjadi perbedaan dengan skripsi ini adalah sasaran atau obyeknya, yakni lebih tertuju kepada anak muda. Sedangkan skripsi ini sasaran atau obyeknya untuk komunitas terpinggirkan. Persamaan skripsi Miss Patimoh Yeemayor dengan skripsi ini adalah sama-sama mengkaji strategi dakwah.
4. Pada tahun 2010 Sri Wahyuni juga menulis skripsi yang berjudul "Strategi Dakwah M. Natsir dalam Menghadapi Misionaris Kristen" dalam penelitian ini dapat disimpulkan yang menjadikan perbedaan adalah, skripsi terdahulu sasaran dakwahnya adalah misionaris Kristen. Sedangkan skripsi ini sasarannya untuk komunitas terpinggirkan. Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah, membahas tentang strategi dakwah yang digunakan para da'i.
5. Nur Rochman, 2014, dengan judul "Strategi dakwah melalui pemasaran online pada situs www.sahabataqsa.com". Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah obyeknya berbeda. Obyeknya menggunakan media online. Sedangkan dalam skripsi ini obyeknya adalah komunitas terpinggirkan. Dan persamaannya adalah membahas tentang strategi dakwah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama, Tahun,	Judul Skripsi	Masalah penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ira Pratiwi, 2014	Strategi Dakwah Remaja Masjid (REMAS) Baitul-Taqwa Dalam Upaya Meningkatkan Nilai Keislaman Bratang Surabaya	Membahas bagaimana strategi dakwah remaja masjid (REMAS) dalam upaya meningkatkan nilai keislaman remaja Bratang?	Kualitatif deskriptif	Sama-sama membahas masalah strategi dakwah	Perbedaan mendasar terletak pada sasaran dakwah. skripsi iniobyek dakwahnya adalah remaja Bratang Surbaya
2	Bobby Rahman, 2010	Strategi Dakwah Majelis Az-zikra dalam Menciptakan Keluarga Sakinah	Penelitian ini membahas tentang bagaimana membangun keluarga sakinah	Kualitatif deskriptif	Sama-sama membahas masalah strategi dakwah	Perbedaan terletak pada sasaran dakwah. Skripsi ini sasaran dakwahnya adalah keluarga
3	Miss Patimeh Yeemayor, 2015	Strategi Dakwah dalam meningkatkan Pemahaman Agama Anak Muda	Penelitian ini membahas bagaimana meningkatkan pemahaman agama pada anak muda	Kualitatif deskriptif	Sama-sama membahas strategi dakwah	Sasaran dakwahnya adalah anak muda
4	Sri Wahyuni ,2010	Strategi dakwah M. Natsir dalam menghadapi Misionaris Kristen	Bagaimana pandangan dan strategi dakwah M. Natsir	Kualitatif	Sama-sama membahas strategi dkawah	Perbedaan terletak pada sasaran dakwah, yakni Misionaris Kristen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			tentang Misionaris Kristen			
5	Nurrochman, 2014	Stratgi Dakwah melalui pemasaran media online pada situs www.sahabataqsa.com	Membahas bagaimana strategi dakwah melalui online	Library research deskriptif	Sama-sama membahas strategi dakwah	Objeknya berbeda. Yakni melalui media online

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id