BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. KERANGKA TEORITIK

1. Strategi Dakwah Persuasif

Salah seorang tokoh besar Islam yakni Sayyidina Ali bin Abi Thalib *Karomallahu Wajhah* menjelaskan bahwa *Kebaikan yang tidak diorganisir dengan baik akan dikalahkan oleh kejahatan yang diorganisir dengan baik.*

Kalimat tersebut memiliki arti yang sangat besar nilainya. Ketika suatu hal kebaikan itu tidak terkonsep dengan baik, maka kebaikan tersebut akan tetap berjalan sesuai dengan kebaikannya hanya saja tidak akan berjalan dengan baik. Hal tersebut pasti akan memiliki suatu kelemahan.

Berbeda dengan kebathilan yang dikonsep dengan baik dan rapi. Kebathilan tersebut akan dapat mengalahkan suatu kebaikan yang dilaksanakan tanpa sebuah konsep dan kerjasama

Maqolah dari Sayyidina Ali bin Abi Thalib tersebut di zaman sekarang ini disebut dengan Ilmu Manajemen. Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris, *management*, yang berarti

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

ketatalaksanaan, tata pimpinan, dan, pengolahan. Artinya, manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan[1].

Dalam bahasa Arab, istilah manajemen diartikan sebagai *an-nizam* atau *at-tanzhim,* yang merupakan suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya.[2]

Dalam buku lain disebutkan Terry menjelaskan arti manajemen yaitu mencapai tujuan yang ditetapkan terlebih dhaulu dengan mempergunakan kegiatan-kegiatan orang-orang lain.[3] jadi, bisa disimpulkan bahwa manajemen adalah ilmu untuk mengatur suatu hal untuk mencapai suatu tujuan.

Lalu, apa saja fungsi dari Manajemen ? Menurut Terry, fungsi itu ada empat, yaitu : Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling.[4] Sehingga, untukk menggapai suatu hal yang diinginkan perlu adanya perencanaan, pengorganisasian,penggerakan kerja, dan pengawasan. Ketika hal tersebut dilakukan maka tujuan yang ingin kita raih akan lebih besar kemungkinannya bisa tercapai.

Planning atau perencanaan adalah menentukan garis-garis besar untuk dapat memulai usaha. Lalu setelah ditetapkan rencana, maka

---

[1] M. Munir, Wahyu Illaihi, *Manajemen DakwaH*, (Jakarta: Prenada Media), 2006. H. 9
[2] Al-Mujam al-Waijiz, *Majma'ul Lughoh al-'Arabiyah,* huruf Nuun.
[3] Hazil Panglaykim, *Manajemen Suatu Pengantar,* (Jakarta: Ghalia Indonesia), Cetakan ke 15, 1991, H. 38
[4] Hazil Panglaykim, *Manajemen Suatu Pengantar,* H. 39

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

kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu, dibagi-bagi antara anggota manajemen dan bawahannya yang disebut dengan Organizing. Lalu, untuk melaksanakan secara fisik kegiatan dan aktivitas tersebut, maka manajer mengambil tindakan-tindakannya ke arah itu.lalu controlling atau pengawasan, manajer-manajer pada umumnya menganggap perlu untuk mengecek apa yang telah dilakukan, guna memastikan apakah pekerjaan orang-orangnya berjalan dengan memuaskan dan menuju ke arah tujuan yang ditetapkan itu.[5]

Langkah awal untuk menggapai suatu tujuan adalah melakukan perencanaan. Perencanaan adalah proses mendefinisi tujuan organisasi dan bagaimana mencapai tujuan tersebut.[6] Perencanaan merupakan suatu proses untuk merumuskan tujuan-tujuan dari organisasi ataupun individu. Lalu kemudian menyajikan dengan jelas berbagai strategi-strategi, taktik-taktik, dan operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin).[7] Istilah strategi ini dipakai dalam konteks militer sejak zaman Yunani dan Romawi hingga pada masa Industrialisasi.

---

[5] Hazil Panglaykim, *Manajemen Suatu Pengantar*, H. 39
[6] Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rineka Cipta), 1993. H. 141
[7] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2011, cet. Pertama, 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

Lalu, istilah strategi tersebut mulai berkembang ke berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi, ekonomi, dakwah dan lain sebagainya.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, Strategi merupakan taktik, rencana langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dalam perang.[8] Atau dapat diartikan bahwa strategi merupakan rencana-rencana yang terdiri berbagai tahapan yang akan dilakukan dalam berperang.

Sedangkan, secara khusus, Steiner dan Miner menyebutkan bahwa strategi adalah penempaan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.[9]

Griffin mendefinisikan strategi sebagai rencana yang menyeluruh dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi.[10] Namun, tidak hanya sekedar untuk mencapai tujuan, akan tetapi strategi juga bertujuan untuk mempertahankan dan menjaga keberlangsungan suatu organisasi di lingkungan organisasi tersebut berada dalam menjalankan aktifitasnya. Sehingga, tujuan organisasi secara umum dan khusus akan tercapai.

---

[8] Tanti Yuniar Sip, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Agung Media Mulia, 2004) H. 560

[9] George A. Steiner dan John B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga), 1997, H. 18

[10] Ernie Tisnawati. Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Pernada Media Group), 2005, H. 132

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 Halim menjelaskan bahwa strategi ialah sebuah seni dalam menentukan rancangan untuk membangun sebuah perjuangan (Pergerakan) yang dapat dijadikan siasat yang biasanya lahir dari pemikiran, penelitian, dan pengalaman seseorang untuk mencapai tujuan.[11]

Sedangkan Asmuni Syukir menjelaskan pula bahwa Strategi ialah metode, cara, siasat, taktik, atau langkah-langkah yang digunakan dalam hal aktivitas (kegiatan).[12]

Menurut Husein Umar "Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti Seni Berperang. Menurutnya, strategi merupakan dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi, pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus, serta dlakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapakan oleh orang lain di masa depan. Dan bisa dikatakan lagi bahwa strategi itu merupakan rancangan atau rencana yang cukup matang dan benar-benar rinci untuk mencapai tujuan.[13]

Dari beberapa pendapat di atas, penulis memahami bahwa strategi adalah suatu rancangan yang berisi langkah-langkah yang akan digunakan seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan.

---

[11] A. Halim, Strategi Dakwah Yang Terabaikan dalam Jurnal ilmu Dakwah (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel), 2002, h 43
[12] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas), 1983, H. 132
[13] Husein Umar, *Strategic Manajement in Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 2002. H. 31

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

b. Tahapan-tahapan Strategi

Dalam aspek perencanaan, kita menentukan strategi, tekhnik, ataupun metode yang akan kita gunakan untuk mencapai tujuan kita. Sebuah perencanaan strategi tersebut, tidak hanya sebatas merumuskan konsep serta aplikasinya melainkan juga perlu adanya sebuah evaluasi terhadap perencanaan tersebut. Hal itu dilakukan untuk mengukur sejauh mana rencana tersebut telah dilaksanakan. Fred R. David mengatakan bahwa dalam proses strategi ada tiga tahapan-tahapan yang harus ditempuh, yaitu perumusan strategi, penerapan strategi dan penilaian (evaluasi) strategi.[14]

1. Perumusan Strategi

Menurut Fred R. David, perumusan atau perencanaan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran antara kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternative dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.[15]

2. Penerapan Strategi

Menurut Fred R. David, penerapan strategi sering kali disebut Tahap Aksi dari manajemen strategis. Menerapkan strategi berarti monilitasi karyawan dan manajer untuk melaksanakan strategi yang telah

[14] Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep,* (Jakarta: Salemba Empat), 2012, Cet. Ke-12, h. 6
[15] Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep,* (Jakarta: Salemba Empat).

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

dirumuskan. Penerapan strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang merupakan seni daripada pengetahuan, strtaegi tersebut dirumuskan, namun bila tidak diterapkan tidak ada gunanya.[16]

3. Penilaian Strategi

Di dalam bukunya, Fred R. david menjelaskan bahwa penilaian strategi atau evaluasi merupakan tahap terakhir dalam manajemen strategi. Manajer mesti tahu kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik. Penilaian atau evaluasi strategi merupakan cara utama untuk memperolej informasi semacam ini. Semua strategi terbukan untuk di modifikasi di masa yang akan datang karena berbagai faktor eksternal dan internal terus menerus berubah.[17]

c. Hubungan antara Strategi, Metode dan Taktik

Dalam literature dan praktek manajemen, kedua istilah di atas sering digunakan. Dan karena belum terdapat konsesus, maka sering salah terjadi kekacauan semantuk (semantic confusion). Sebab itu, kita perlu harus hati-hati untuk memahami apa yang dimaksud penulis dan praktisi apabila menggunakan kedua kata tersebut.[18]

---

[16] Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep,* (Jakarta: Salemba Empat), h. 7
[17] Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep,* (Jakarta: Salemba Empat), h. 7
[18] Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar,* (Jakarta: Rineka Cipta), 1993. H. 157

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

Ketika berbicara tentang strategi tidak dapat dilepaskan dengan istilah metode dan taktik. Masyarakat umum sering mengalami kerancuan penggunaan istilah tersebut. Antara strategi, metode dan taktik sebenarnya merupakan istilah berbeda yang hampir sama.

George A Steiner membedakan strategi dan taktik sebagai berikut :

a. *Tingkat perilaku (level of conduct).* Strategi dikembangkan pada tingkat manajemen puncak. Sedangkan taktik digunakan pada tingkat manajemen yang lebih rendah.
b. *Sudut pandang (point of view).* Stratgi diformulasikan dari sudut pandang perusahaan, sedangkan taktik dibentuk dari sudut pandang fungsional.
c. *Pentingnya (importance).* Strategi lebih berarti bagi organisasi dibanding taktik.
d. *Referensi (reference).* Strategi adalah sumber pengembangan taktik. Taktik dirumuskan untuk mengejar tujuan strategi.[19]

Dari pendapat Steiner tersebut dapat disimpulkan bahwa Strategi memiliki jangkauan yang lebih luas daripada taktik. Sedangkan taktik memiliki jangakaun yang lebih sempit daripada strategi.

Dalam bukunya Prof. Ali Azis dijelaskan, bahwa strategi yaitu semua cara untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Setiap strategi menggunakan beberapa metode dan setiap metode membutuhkan teknik,

[19] Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar* H. 163

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

yaitu cara yang lebih spesifik dan lebih operasional. Selanjutnya setiap teknik membutuhkan taktik, yaitu cara yang lebih spesifik lagi dari teknik.[20]

Strategi merupakan rumusan untuk menggapai misi dan tujuan, yang merupakan sumber utama segala kegiatan organisasi atau individu untuk mencapai tujuannya. Secara sederhana adalah strategi merupakan apa yang kita ingin lakukan, sedangkan taktik adalah bagaimana kita melakukannya.

2. Dakwah Persuasif

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim baik secara individu maupun secara jamaah. Dakwah adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun masyarakat.[21] Disadari atau tidak, dakwah merupakan bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak lahir telah menerima dakwah dari orang lain, apabila kalau "proses pendidikan" dikatakan dakwah juga, bayi dalam kandungan pun telah mendapat dakwah – lihat pendidikan prenatal.[22]

Kehidupan manusia saat ini menjadi lebih kompleks. Dakwah dalam menghadapi situasi dan kondisi masyarakat yang seperti ini perlu menetapkan sebuah strategi baru yang multikomples pula yakni dengan pendekatan persuasif.

---

[20] Ali Azis, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*,(Kencana: Jakarta), 2012, h. 347
[21] Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*, Amzah, 2001,h 148
[22] Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*.

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. Pengertian Dakwah

Munawwir menjelaskan dalam karya Ali Azis, ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'wah* (الدعوة). *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh, datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.[23]

اُدْعُ اِلَى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهِ وَهُوَاَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan "mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain masuk ke dalam *sabil* Allah SWT bukan untuk mengikuti dai atau sekelompok orang.[24]

Asep Muhiddin menjelaskan bahwa dakwah adalah upaya memperkenalkan Islam yang merupakan satu-satunya jalan hidup yang benar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia.[25]

---

[23] Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani* h. 6
[24] Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), 2010 Cet pertama, h. 14
[25] Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Perspektif Al Quran*, (Bandung: Pustaka Setia), 2002, h. 35.

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

Sedangkan Muhammad Sulthon menjelaskan bahwa dakwah adalah panggilan dari Tuhan dan Nabi Muhammad SAW untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupan.[26]

Jamaludin Kafie menjelaskan dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, kelompok, atau segolongan umat Islam sebagai aktualisasi *imaniyah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa yang disampaikan dengan ikhlas dengan menggunakan metode, sistem, dan bentuk tertentu, agar mampu menyentuh kalbu dan *fitrah* seseorang, sekeluarga, sekelompok, massa dan masyarakat manusia, supaya dapat memengaruhi tingkah laku untuk mencapai suatu tujuan tertentu.[27]

Dari penjelasan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu jalan atau upaya untuk memperkenalkan Islam sebagai jalan hidup yang benar, yang diserukan kepada semua orang untuk kembali ke Jalan Allah SWT, dengan menggunakan berbagai metode, sistem dan cara tertentu, yang merupakan kewajiban bagi setiap muslim baik secara individu maupun jamaah lalu mewujudkannya dalam segala segi kehidupan.

Dakwah yang dikenal oleh masyarakat pada umumnya adalah dakwah yang dilakukan oleh para mubaligh atau penceramah yang mana

---

[26] Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 2003, h 13
[27] Jamaludin Kaffie, *Psikologi Dakwah,* (Surabaya: Indah), 1993, h. 28.

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

dalam menyampaikan pesan dakwahnya dengan berbicara di depan khalayak ramai (umum) atau yang dilakukan di atas mimbar-mimbar khutbah dan mimbar pengajian. Pemahaman ini tidaklah salah, namun juga bukan pemahaman yang paling benar. Karena dakwah bukan hanya sekedar ceramah yang dilakukan di atas panggung, namun ada berbagai cara dan metode lain yang bisa dilakukan yang mana hal-hal tersebut juga bisa disebut dengan dakwah.

b. Dakwah Persuasif

Persuasif berasal dari istilah bahasa inggris *persuation.* Sedang istilah *persuation* itu sendiri diturunkan dari bahasa Latin *Persuasio*, sedang *verb* (kata kerja)nya dalam bahasa inggris *to persuade* yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.[28]

Persuasif merupakan cara memengaruhi pendapat, pandangan, sikap ataupun mengubah tingkah laku seseorang dengan memengaruhi jiwa seseorang, sehingga dapat membangkitkan kesadarannya untuk menerima dan melakukan suatu tindakan.[29] Dalam hal ini, dakwah termasuk jenis cara yang menganut persuasif. Dakwah persuasif memerlukan persiapan yang sungguh-sungguh, sebab persuasif mendasarkan usahanya pada segi-segi psikologis dan yang ingin diraih adalah kesadaran seseorang untuk melaksanakan sesuatu.

[28] Jamaludin Kaffie, *Psikologi Dakwah,* (Surabaya: Indah).
[29] Ali Azis, *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi,* h. 446.

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

Dalam buku komunikasi dijelaskan menurut Applbaum, persuasi adalah proses komunikasi yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan menggunakan cara verbal atau non verbal dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan tertentu dari orang lain.[30] Yosep Ilardo mengartikan komunikasi persuasif hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku melalui aspek-aspek psikologis.[31]

Para ahli komunikasi sering menekankan bahwa persuasif adalah kegiatan psikologis. Dalam pengertian yang lebih luas, persuasif dapat diartikan sebagai suatu proses mempengaruhi pendapat, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis, sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri.[32]

Akibat yang ditimbulkan dari suatu kegiatan persuasif adalah sebuah nilai kesadaran, kerelaan disertai suatu perasaan menyenangkan tanpa adanya paksaan dan ancaman rasa takut. Hal ini sangat berbeda dengan kegiatan *coersif*, yaitu mengubah sikap, pendapat atau perilaku yang banyak mengandung sanksi dan ancaman, perintah, instruksi, bahkan suap, pemerasan dan boikot.

Dakwah dan komunikasi merupakan dua hal yang memiliki kemiripan dan hampir sama. Akan tetapi yang membedakan antara

---

[30]Applbaum L. Ronald dan Anatal W.E Karl, *Strategy for Persuasive Communication,* (Ohio: Bell & Howel), 1974. H. 12
[31] Yosep Ilardo, *Speaking Persuasively,* Mc. Millan, 1981. H. 4
[32] Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah,*, H. 125

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

keduanya hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Komunikasi memiliki tujuan umum untuk mengharapkan partisipasi dari komunikan atas pesan-pesan yang disampaikan sehingga terjadi perubahan pada diri komunikan. Sedangkan tujuan dari komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan sikap dan tingkah laku dari komunikan yang mana perubahan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran Al-Quran dan hadits sebagai sumber hukum Islam.

Komunikasi merupakan bagian dari salah satu tindakan mempengaruhi yang dapat menggunakan cara persuasif. Maksud komunikasi persuasif dalam kerangka dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran islam.[33]

Agar dalam proses komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka seorang dai perlu melakukan perencanaan secara matang. Sedangkan, perencanaan dlakukan didasarkan komponen-komponen proses komunikasi. Bagi seorang dai atau komunikator, suatu pesan dakwah yang akan dikomunikasikan sudah jelas isinya, tetapi yang perlu dijadikan pemikirannya ialah pengelolaan pesan (*message management).* Pesan harus ditata sesuai dengan diri komunikan atau mad'u sesuai yang akan dijadikan sasaran. Komunikator harus terlebih dahulu melakukan komunikasi interpersonal yakni komunikasi dengan diri

[33] Wahyu Illaihi, *Komunikasi 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

sendiri, berdialog dengan diri sendiri, bertanya untuk diri sendiri untuk dijawab oleh diri sendiri.

Dalam melakukan dakwah persuasif memerlukan persiapan yang sungguh-sungguh, sebab persuasif mendasarkan usahanya pada segi-segi psikologis dan yang ingin diraih adalah kesadaran seseorang untuk melaksanakan sesuatu. Oleh karena itu, dakwah persuasif harus dilakukan oleh orang-orang yang memang memiliki pengetahuan dan keahlian.[34]

c. Karakteristik Dakwah Persuasif

1. Dakwah Persuasif versus Argumentatif

Dalam beberapa hal persuasif sejenis dengan argumentative. Perbedaan utamanya ialah bahwa kita mengharap pendebat menekankan bukti, logika, dan fakta dalam argumentasinya. Sedangkan dalam persuasif, kita tidak hanya mengharapkan agar pembicara membuat argumentasi yang baik, tetapi juga dapat dipercaya, mengandung emosi dan motivasi.

2. Dakwah Persuasif Versus Motivasi

Setiap orang memiliki yang namanya motivasi dasar. Motivasi dasar tersebut berkembang dengan cara yang kompleks dan dipengaruhi oleh faktor keturunan, pendidikan dan tokoh yang diidolakan, Oleh karena itu, kita tidak bisa menanamkan motivasi secara singkat kepada manusia.

[34] Ali Azis, *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, h. 446.

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

Kita harus menyadari bahwa apapun motivasi dasar yang dimiliki pendengar, sebagai pendakwah yang persuasif kita harus dapat mengadaptasikan diri dengan motivasi yang ditampilkan oleh hadirin.[35]

Jikalau kita mampu menanamkan motivasi kepada hadirin, ini sebagian besar karena kita mampu menyesuaikan usulan kita dengan motivasi hadirin. Hanya dengan memancing motivasi yang sebelumnya telah ada itu, kita baru dapat membuat hadirin mau melakukan atau mempercayai hal yang kita bicarakan.[36]

3. Dakwah Persuasif dan Perubahan Sosial

Dakwah persuasif erat hubungannya dengan suatu perubahan sosial. Di dalam kehidupan sehari-hari kita memiliki banyak kebiasaan. Dari kebiasaan ini kita bisa mempelajari suatu hal yang tidak kita sadari sering kita rasakan dan lakukan. Ketika kita memasuki suatu pola kehidupan baru maka kita pun akan mengembangkan pola kehidupan dan kebiasaan baru yang akan mengoyak-ngoyak pola kebiasaan lama. Pada periode inilah kita sering merasa rindu dengan masa-masa indah pola kehidupan kebiasaan kita yang lama.

Begitu pula pada saat kita berusaha mempengaruhi orang lain untuk merubah kebiasaan buruk nya menjadi suatu kebiasaan yang

[35] Syahroni, AJ, *Teknik Pidato dalam Pendekatan Dakwah, (*Surabaya: Dakwah Digital Press) H 83
[36] Syahroni, AJ, *Teknik Pidato dalam Pendekatan Dakwah,* H 82

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

baik. Hal itu bukanlah perkara mudah karena berhubungan dengan kebiasaan. Ketika kita menganalisis hadirin, kita harus ingat bahwa jika kita mampu menunjukkan kebenaran nasihat kita, maka hadirin pasti akan memilih usul kita. [37]Kita harus ingat bahwa pesan bujukan kita mungkin akan menghasilkan yang menyenangkan bagi pendengarnya kita harus siap menghadapi tantangan yang berbentuk penolakan perubahan.

4. Dakwah dan Konseling

Dalam melaksanakan tugas dakwah, seorang Da'i dihadapkan pada kenyataan bahwa individu-individu yang akan didakwahi memiliki keragaman dalam berbagai hal. Keragaman tersebut akan memberikan corak yang berbeda pula dalam menerima dakwah (materi dakwah) yang menyikapinya, karena itulah untuk mengefektifkan usaha dakwah seorang Da'i dituntut untuk memahami Mad'u yang akan dihadapi. Dengan kata lain seorang Da'i dituntut menguasai tentang kejiwaan manusia sebagai individu maupun anggota kelompok.[38]

Esensi dakwah sesungguhnya ialah terletak pada usaha pencegahan munculnya penyakit-penyakit masyarakat yang sifatnya

[37] Syahroni, AJ, *Teknik Pidato dalam Pendekatan Dakwah*, H 83
[38] http://immdakwahpwt.blogspot.co.id/2011/09/hubungan-dakwah-dan-konseling.html. Di akses 7 April 2017 pukul 21.30 WIB

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

psikis. Cara menanggulanginya ialah dengan cara mengajak, memotivasi, merangsang, serta membimbing individu agar sehat dalam berfikir, sejahtera jiwa dan raganya sehingga dapat menerima ajaran agama dengan kesadaran dan dapat menjalankan tunntunan agama sesuai dengan syariat.

Konseling adalah suatu proses menolong tetapi bukan merupakan memberi nasihat saja. Dalam proses menolong, konselor perlu membina, membimbing klien supaya lebih memahami mengenai dirinya, kebolehannya, kemampuannya, dan keupayaannya.

Dengan ini ia akan dibimbing supaya dapat membuat rancangan untuk masa depan. Segala keputusan dan pilihan klien itu bukanlah datang dari konselor tetapi dari klien itu sendiri. Peran konselor hanya untuk membimbing klien dalam proses membuat keputusan dan pilihan.

d. Strategi Dakwah

Dalam membahas strategi dakwah, perlu dibahas pula istilah-istilah yang terkait, yaitu pendekatan, strategi, metode, teknik dan taktik. Jika istilah-istilah tersebut dikaitkan secara keseluruhan maka pendekatan adalah langkah yang paling awal dalam menentukan pilihan strategi yang akan dipakai.

1. Pendekatan 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

Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. Umumnya, penentuan pendekatan didasarkan pada mitra dakwah dan suasana yang melingkupinya.[39] Pendekatan-pendekatan ini melihat lebih banyak pada kondisi dari mitra dakwah dan segala lingkungannya. Oleh karenanya pendakwah, metode dakwah, pesan dakwah, dan media dakwah harus disesuaikan dengan kondisi dari mitra dakwah.

Sebagaimana definisi dari pendekatan dakwah di atas yaitu titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah, maka, terdapat dua pendekatan dakwah, yaitu pendekatan dakwah yang **terpusat pada pendakwah** dan pendekatan dakwah yang **terpusat pada mitra dakwah**.[40]

Pendekatan dakwah yang terpusat pada pendakwah hanya bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Berdasar pendekatan ini, maka hukum berdakwah adalah *fardlu ain* artinya setiap muslim wajib berdakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing. Dengan menggunakan pendekatan ini, maka unsur-unsur dakwah yang lain diharuskan untuk mengikuti dari kemampuan sang pendakwah. Pesan dakwah yang dikuasai oleh pendakwah sajalah yang akan disampaikan kepada mitra dakwah. Media dakwah yang mampu dimanfaatkan

[39] Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, h 347
[40] Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, h 348

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

pendakwah sajalah yang dipakai berdakwah. Metode yang paling dikuasai pendakwah lah yang akan dipakai.

Pendekatan dakwah yang terpusat pada mitra dakwah berupaya mengubah keagamaan mitra dakwah. tidak hanya pada tingkatan pemahaman, tetapi lebih dari itu, yaitu mengubah sikap dan perilaku mitra dakwah. Dalam hal ini, semua unsur dakwah harus menyesuaikan kondisi mitra dakwah. tidak semua orang bisa melakukan pendekatan ini. Melalui pendekatan ini pendakwah harus menyesuaikan diri dengan kondisi mitra dakwah. Pendakwah seperti apakah yang cocok dengan mitra dakwah, pesan dakwah manakah yang dibutuhkan oleh mitra dakwah, media dakwah manakah yang dapat menggugah hati dari mitra dakwah, metode dakwah manakah yang dapat diterima dengan senang hati oleh mitra dakwah. Dengan persiapan seperti itu maka diharapkan sekali berdakwah tetapi menghasilkan perubahan keagamaan orang lebih baik dan lebih signifikan daripada beberapa kali dakwah tetapi tidak menghasilkan apapun.

2. Strategi Dakwah

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai metode, siasat, taktik, atau manuvers yang dipergunakan dalam kegiatan dakwah.[41] Sedangkan menurut Ali Azis, strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi

[41] Rubiyanah dan Ade Mashuri, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), 2010, h 60

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

rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.[42]

Strategi dakwah sangat erat kaitannya dengan manajemen, karena orientasi kedua term atau istilah tersebut sama-sama mengarah pada sebuah keberhasilan *planning* yang sudah ditetapkan oleh individu maupun organisasi.[43]

Sedangkan menurut Abu Zahra yang dikutip oleh Acep Aripudin mengatakan bahwa strategi dakwah Islam adalah perencanaan, penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.[44]

Strategi dakwah merupakan perpaduan antara ilmu strategi yang berorientasi pada sebuah keberhasilan perencanaan yang dikombinasikan dan dipadukan terhadap tujuan dakwah sehingga dapat melahirkan sebuah pemikiran bagaimana tujuan dakwah tersebut dapat berhasil.

Strategi dakwah adalah kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari *da'i* serta organisasi atau lembaganya, pesan, metode, dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Strategi dakwah harus dipandang sebagai kita yang melibatkan penalaran dengan

---

[42] Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, h 349
[43] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas), 1983, h 32
[44] Acep Aripudin & Syukriadi Sambas, *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 2007, Cet Ke-1, h. 138

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

menggunakan semua sumber daya dan mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif.[45]

Sebuah strategi merupakan suatu rencana tindakan yang berisi tentang pemilihan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan yang bisa digunakan untuk menggapai suatu tujuan. Sehingga, dengan demikian, strategi merupakan suatu proses penyusunan rencana kerja dan belum sampai pada tindakan.

Arah dari suatu keputusan penyusunan strategi ialah untuk menggapai suatu tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu adanya perumusan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Dalam penyusunan strategi dakwah harus mengetahui tujuan dakwah. Tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan utama (umum) dan tujuan khusus (perantara). Tujuan utama merupakan garis pokok yang menjadi arah semua kegiatan dakwah, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai dengan ajaran Islam.[46] Tujuan utama ini tidak bisa dicapai secara sekaligus, sehingga perlu tahapan-tahapan pencapaian untuk menggapai tujuan utama tersebut. Tujuan pada setiap tahapan inilah yang dinamakan tujuan perantara. Tujuan khusus harus realistis, konkret, jelas, dan bisa diukur.

---

[45] Anwar Ariin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2011, Cet ke-1, h 232-233

[46] Ali Azis, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* h. 350

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

3. Macam-macam Strategi Dakwah

Al Bayanuni dalam bukunya menjelaskan bahwa strategi dakwah adalah ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah.[47]

Selain membuat definisi, Al Bayanuni juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu :

1. Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athif).*
2. Strategi rasional (*al-manhaj al-aqli).*
3. Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi).*

Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athif)* adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan strategi ini. Metode-metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para mualaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim, dan sebagainya. Strategi ini diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW saat menghadapi kaum musyrik Mekkah.

[47] Ali Azis, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 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

Strategi rasional (*al-manhaj al-aqli)* adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional.

Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi)* juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Beberapa metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.

Hubungan antara dakwah dan konseling pun dapat memberikan suatu metodologi baru yang dibutuhkan oleh para dai dalam berdakwah sesuai dengan kebutuhan asas manusia. Metodologi yang diambil dari ilmu konseling itu bernama Konseling alih tangan (referal).

Alih tangan kasus (referal) yaitu asas bimbingan dan konseling yang menghendaki agar pihak-pihak yang tidak mampu menyelenggarakan pelayanan bimbingan dan konseling secara tepat dan tuntas atas suatu permasalahan klien mengalihtangankan permasalahannya itu kepada yang lebih ahli.[48] Dalam keilmuan dakwah,alih tangan atau referal juga dapat diartikan apabila seorang pendakwah telah mengerahkan segenap tenaga

[48] Fenti Hikmawati, *Bimbingan dan Konseling*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h 15

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

dan kemampuannya dalam berdakwah, tetapi mengalami suatu kendala dan belum berhasil, maka pendakwah tersebut membutuhkan bantuan atau bimbingan kepada orang lain yang lebih mengetahui.

4. Metode dan Teknik

Setelah menentukan pendekatan yang akan digunakan berdasarkan kondisi mitra dakwah dan sekitarnya serta menentukan strategi yang akan dipakai, maka untuk merealisasikan strategi tersebut perlu adanya metode. Strategi merupakan sebuah perencanaan untuk mencapai tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat dipakai untuk melaksanakan strategi. Dalam setiap penerapan metode, membutuhkan beberapa teknik.

Al-Bayanuni dalam Ali Azis menjelaskan bahwa metode dakwah yaitu cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara-cara menerapkan strategi dakwah.[49] Dalam Kamus Ilmiah Populer, metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk melaksanakan sesuatu atau cara kerja.

Metode merupakan bagian dari strategi dakwah yang masih bersifat konseptual sehingga metode harus bersifat lebih praktis dan konkret agar mudah untuk dilaksanakan. Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. Metode dakwah berupaya untuk

[49] Ali Azis, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, h. 357

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

menggerakkan keunggulan dari suatu strategi dan memperkecil kekurangan dari strategi.

Sedangkan teknik merupakan bagian-bagian yang berada di dalam metode itu sendiri. Teknik merupakan suatu pendukung dari tiap-tiap metode dakwah yang ada yang bisa dipelajari oleh tiap-tiap pendakwah. Teknik dapat membantu pendakwah untuk mengembangkan kemampuan individunya sesuai dengan metode yang dipilih.

Pada garis besarnya, bentuk dakwah ada tiga, yaitu : Dakwah Lisan, Dakwah tulis dan Dakwah Perbuatan. Berdasarkan ketiga bentuk dakwah tersebut ada beberapa metode yang bisa dikembangakan, di antaranya metode ceramah, metode diskusi, metode konseling, metode karya tulis, dan metode kelembagaan. Dan di dalam metode tersebut terdapat teknik-teknik yang bisa digunakan para pendakwah untuk meningkatkan kemampuan dakwahnya sesuai dengan metode tersebut.

B. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

Dalam subbab ini akan dijelaskan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian atau skripsi ini. Dalam subbab ini akan dijelaskan isi, perbedaan dan persamaan antara hasil penelitian terdahulu dengan penelitian atau skripsi ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rani Ainun Masruroh jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2006. Penelitian ini berjudul :

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

"STRATEGI RETORIKA NYAI HJ. TUTI AFIFAH DALAM TABLIGH PADA JAM'IYAH YASIN TAHLIL KELURAHAN PUNCANGANOM KECAMATAN SIDOARJO KABUPATEN SIDOARJO"

Penelitian ini menjelaskan bahwa Nyai Hj. Tuti Afifah dalam menyampaikan *tablighnya* hampir sesuai dengan lima unsur strategi retorika yaitu, Analisis Calon Pendengar, Penetapan Tujuan, Persiapan, Pelaksanaan dan Evaluasi.

Fokus penelitian ini terletak pada Strategi tabligh yang Beliau lakukan dan faktor apa saja yang menjadi dasar Beliau dalam membuat strategi *tabligh*.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini ialah sama-sama meneliti strategi dalam sebuah dakwah Islam untuk kemajuan dan penyebaran agama Islam. Perbedaannya terletak pada tokoh yang diteliti, obyek, dan metode dakwah yang dilakukan Subyek penelitian berbeda.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mariatul Qibtiyah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2016. Penelitian ini berjudul

STRATEGI DAKWAH UKM IQMA (UNIT KEGIATAN MAHASISWA IKATAN QARI QARIAH MAHASISWA) DALAM MEMPERSIAPKAN MAHASISWA SEBAGAI KADER DAI

Penelitian ini menjelaskan bahwa UKM IQMA dalam mempersiapkan mahasiswa sebagai kade dai adalah menggunakan strategi Sentimentil, Strategi Rasional, dan strategi indriawi.

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

Dan faktor pendukung strategi tersebut adalah adanya motivasi dari berbagai piha, mengayomi para anggota secara menyeluruh, adanya alokasi bimbingan dai diluar jam kuliah (hari libur) dan adanya komunikasi yang baik. Sedangkan faktor penghambatnya adalah faktor kinerja dari pengurus yang kurang baik karena adanya faktor perekonomian, faktor idealis yang berbeda, faktor kesibukan, lokasi kegiatan yang kurang kondusif dan kurangnya praktek di lapangan.

Persamaan skripsi ini dengan penelitian penulis ialah keduanya sama-sama membahas tentang Strategi dakwah islam, hanya saja perbedaannya terdapat pada obyek dan fokus dari strategi tersebut diterapkan. Dalam skripsi ini, strategi diterapkan kepada anggota IQMA khususnya bidang Dakwah. Sedangkan untuk skripsi dari peneliti, strategi yang dilakukan oleh ketua umum IQMA ini diterapkan kepada para pengurus IQMA maupun para anggota IQMA.

3. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muhammad Yusra Nuryazmi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2015. Penelitian ini berjudul

   STRATEGI DAKWAH USTADZ MUHAMMAD ARIFIN ILHAM DI KALANGAN MASYARAKAT PERKOTAAN

   Penelitian ini fokus terhadap seorang tokoh besar yakni Ustadz Arifin Ilham yang melakukan dakwahnya di daerah masyarakat perkotaan. Penelitian ini menghasilkan bahwa meskipun Beliau merupakan tokoh

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

besar disaat sekarang ini, beliau juga menggunakan sebuah strategi dalam dakwahnya.

Kesamaan penelitian diatas dengan skripsi penulis ialah sama-sama membahas seuah strategi dakwah yang menggunakan dalill yang sama. Letak perbedaannya berada fokus dakwah yang digeluti oleh kedua tokoh. Untuk ustadz Arifin Ilham merupakan tokoh besar yang sering berdakwah di depan umum. Sedangkan tokoh yang menjadi subyek penelitian penulis adalah seorang yang sedang belajar berdakwah dan berdakwah dalam kehidupan sehari-hari, bukan dakwah yang berada di atas panggung.

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