# BAB II

# KAJIAN TEORITIS

## A. Strategi Komunikasi

### 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi memiliki cakupan makna yang jauh lebih luas daripada sekedar apa yang selama ini kita ucapkan. Komunikasi adalah bagaimana kita "mengatakannya". Komunikasi dapat didefinisikan sebagai pertukaran ide-ide, komunikasi merupakan transnisi informasi yang dihasilkan oleh pengiriman stimulus dari suatu sumber yang direspons penerima.[35] Adapun menurut Eni Kardi Wiyati, proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada seorang (komunikan). pikiran dapat berupa gagasan, informasi, maupun opini. Sedangkan perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan maupun keberanian.[36] Dari berbagai definisi diatas dapat kita cerna bahwa proses komunikasi adalah merupakan proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesan dan diterima oleh komunikan atau dalam konteks dakwah dapat kita sebut sebagai da'i dan mad'u atau mitra dakwah. Yang tentu tujuan da'i adalah untuk memberikan pencerahan, mengajak kepada jalan kebaikan dan mengajak

[35] Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana 2011), 35.
[36] Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*, (Jakarta: Kencana. 2011).,384.

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 mencegah kemungkaran. Semua itu akan sukses dan mendapatkan respons yang baik dari mitra dakwahnya, apabila seorang da'i mengetahui terlebih dahulu bagaimana keadaan psikologis dan latar belakang mitra dakwahnya sehingga pesan-pesan yang disampaikan sesuai keadaan mitra dakwahnya. Dan Ketika orang menjadi komunikator yang lebih baik, mereka menjadi hebat dalam segala hal, baik dalam, hubungungan cintanya hingga persoalan bisnis sekalipun dan khususnya mempengaruhi mitra dakwahnya saat berdakwah

**2. Strategi Komunikasi**

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan oprasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*magement*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya.[37] Oleh karenanya dari paparan secara teori diatas, agar komunikator Pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk simbol atau kode dari dari satu pihak kepada yang lain dengan efek untuk mengubah sikap, atau tindakan.[38] Menurut Effendy Uchjana komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh satu orang ke

[37] Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia 2015), 155.
[38] Humaidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press), 6.

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

orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media).[39] Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai tujuan.[40] Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komuniasi, adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.[41] rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan faktor-faktor dari proses komunikasi guna kegiatan operasional dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran. Pada hakekatnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.[42]

Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan

---

[39] Efendy, Onong Uchana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya2005)
[40] *Ibid*, 32.
[41] *Ibid*, 240.
[42] Hafied Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2013), 61.

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 komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran.[43]

R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication,* menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu :[44]

1. *to secure understanding*
2. *to establish aceptance*
3. *to motivate action*

*To secure understanding* artinya memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya. Ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya, kegiatan komunikasi dimotivasikan (*to motivate action*).[45]

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruan perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan

---

[43] Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico1984), 59.
[44] *Ibid*, 115.
[45] *Ibid*, 116.

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

penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung atau penghambat pada setiap komponen, diantaranya faktor kerangka refrensi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi.[46]

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi,[47] yaitu :

1. Mengenal Khalayak

   Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

2. Menyusun Pesan

   Merupakan langkah kedua setelah mengenal khlayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

---

[46] Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*, (Bandung: Pustaka Setia), 116.
[47] *Ibid*, 72-78.

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. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihatdari 2 aspek: (1) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (2) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Metode redudancy, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.
b. Metode Canalizing, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikapsikap dan motif khalayak.

Sedangkan Menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Metode Informatif, dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informative, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak

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

dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.

b. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.

c. Metode Koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.

d. Metode Persuasif, merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar.

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

Wilbur Scharamm mengatakan dalam syarat-syarat berhasilnya pesan adalah sebagai berikut.[48] :

a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.

b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada kedua pengertian itu bertemu.

c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara mencapai kebutuhan itu.

d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memperoleh jawaban yang dikehendaki.

Strategi Komunikasi Samovar dan Porter Penggunaan kode verbal dan non verbal yang diketahui bersama.[49]

a. Tidak tergesa-gesa membuat kesimpulan tentang orang lain.

b. Mempertimbangkan kondisi fisik dan lingkungan.

---

[48] Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009), 194.

[49] Liliweri, Alo, Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 43.

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

c. Memberikan kesempatan pada pihak lain untuk memberikan feedback.

d. Mengembangkan empati atas dasar asumsi adanya perbedaan.

## B. Strategi Dakwah

### 1. Aktivitas Dakwah

Dalam praktiknya dakwah merupakan kegiatan yang sangat tua yaitu sejak berlakunya tugas manusia sebagai khalifah yang ditandai dengan diutusnya nabi Adam as. Dengan demikian dakwah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia itu sendiri, karena aktivitas dakwah merupakan sebuah proses tiada henti dengan tujuan penyelamatan manusia dari unsur-unsur yang merusak dan merugikan.[50]

Selain proses tiada henti, dakwah juga merupakan sebuah proses komunikasi yang terencana, dengan demikian diperlukan sebuah cara yang baik dan sesuai dengan medan dakwah, tentunya hal tersebut tidak terlepas dari ruang lingkup kultur yang dimilikinya. Pendekatan-pendekatan murni harus dilakukan untuk mendukung suksesnya kegiatan dakwah, hal tersebut menjadi sebuah keharusan bagi siapapun dan lembaga apapun yang akanmelakukan kegiatan dakwah.

Seorang yang hendak berdakwah dituntut untuk mengetahui segala macam hal tentang dakwah, tidak sekedar mengetahui apa itu aktivitas

[50] Enjang dan Aliyuddin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), 6.

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, namun terlebih mengetahui bagaimana cara berdakwah yang efektif, sehingga apa yang menjadi tujuan dakwah dapat tercapai. Untuk itulah berikut akan dibahas definisi dan unsur-unsur penting yang terdapat dalam aktivitas dakwah.

**a. Definisi dakwah dan aktifitasnya**

Secara etimologis kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar, yaitu *da'a> yad'u> da'watan*, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil. Kata tersebut telah menjadi istilah baku dalam Bahasa Indonesia, dalam kamus besar bahasa indonesia, dakwah memiliki arti; penyiaran, propaganda, penyiaran agama dikalangan masyarakat dan pengembangannya, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan agama.[51] Abdul Aziz dalam Enjang dan Aliyuddin, memberikan sedikitnya 5 arti dari kata dakwah yaitu; memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, dan memohon atau meminta.[52]

Sedangkan menurut Ali Aziz, setidaknya terdapat 10 macam makna yang dikandung dalam kata dakwah dalam Al-Qur'an, yaitu; (1) mengajak dan menyeru, baik kepada kebaikan maupun kemusyrikan, (2) Do'a, (3) mendakwa atau menganggap tidak baik, (4) mengadu, (5) memanggil Atau panggilan, (6) meminta, (7)

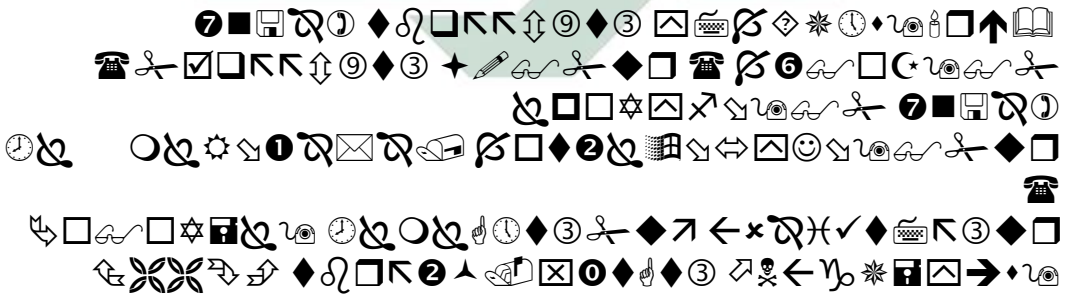
[51] Departemmen Pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta:Balai Pustaka, 1990), 181.
[52] *Ibid*, 3.

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

mengundang, (8) malaikat israfil sebagai penyeru, (9) panggilan nama atau gelar (10) anak angkat.[53]

Menurut Muhammad Fuad Abdul Baqi, dalam al-Quran Kata dakwah dan kata-kata yang terbentuk darinya disebutkan tidak kurang dari 213 kali,[54] sedangkan menurut hitungan Ahmad Sulthon ditemukan sebanyak 198 kali dan 212 menurut Asep Muhiddin,[55]

Pemahaman kata dakwah yang representatif bagi kajian ini tidaklah cukup hanya dengan mengetahuinya dari segi bahasa saja, hal ini dikarenakan arti kata dakwah dari segi bahasa masih memiliki sifat dan karakteristik yang umum, kata mengajak, memanggil, dan menyeru masih dapat digunakan dalam beberapa hal, baik yang sifatnya kebaikan maupun yang bersifat keburukan, demikian pula yang terdapat dalam Al-Quran, kata dakwah dalam beberapa ayat yang mengacu pada 2 hal tersebut (kebaikan dan keburukan), contoh; pada Surat Al-Baqarah: 221.



“ Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. dan Allah menerangkan ayat-

[53] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Prenada Media Group 2009), 6-9.
[54] Muhammad Abdul Baqi, *Al-Mu’jam Al-Mufahras li Alfazh Al-Qur’an*, (cairo; Dar Al-Kutub Al-‘Arabiyah), 120. Lihat juga, Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta; Amzah,2009), 2.
[55] Asep Muhiddin, *Dakwah dalam perspektif Al-Qur’an*, (Bandug: Pustaka setia 2002), 40.

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

ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran."[56]

Dalam ayat tersebut terdapat 2 kata yang mengarah pada makna dakwah yaitu mengajak, yang pertama mengacu pada keburukan sedangkan yang kedua mengacu pada kebaikan.[57]

Untuk memahami istilah dakwah yang sebenaranya maka diperlukan penjelasan yang lebih kongkrit tentang arti hakiki dari istilah dakwah, salah satunya dengan mengetahui penjelasan para ahli tentang definisi dakwah, berikut beberapa definisi dakwah yang dikemukakan oleh para ahli yang peneliti anggap penting untuk memahami term dakwah;

Menurut Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah memotivasi memotivasi manusia untuk berbuat kebaikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah keungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan didunia dan akhirat.[58] Sedangkan Menuru. Hasjmy, dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariat islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalakan oleh pendakwah itu sendiri.[59]

Menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah

---

[56] Departemen Agama RI, *Mushaf al-Qur'an Terjemahan*, (Jakarta: Al-Huda, 2005), 36.
[57] *Ibid*, 3.
[58] Ali Mahfudz, *Hidayat Al-Mursyidin*, (Cairo: Dar Al-Kutub Al-Arabiyah, 1952), 1.
[59] *Ibid*, 3.

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

tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.[60]

Menurut Arifin dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan sacara sadar dan bearencana dalam usaha mempengaruhiorang lain, baik secara individu maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.[61]

Menurut Qurasy Shihab dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus berperan menuju pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.[62]

Demikian beberapa pendapat para ahli dalam memaknai kata dakwah, Jika diperhatikan dengan seksama, maka hampir semua pengertian yang dikemukakan oleh para ahli diatas terdapat kata “

[60] Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah*, (Jakarta: Zakia Islami Press, 2004), 67.
[61] *Ibid* 3.
[62] *Ibid*, 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

mengajak dan menyeru", hal tersebut menunjukkan bahwah dakwah merupakan sebuah aktivitas, terlebih lagi hal tersebut merupakan sebuah proses yang dilakukan secara berkesinambungan. Hal tersebut dipertegas dengan makna-makna dari kata dakwah dan kata yang terbentuk darinya dalam Al-Qur'an mengandung unsur-unsur usaha atau upaya yang dinamis. Maka, hampir semua yang ada kaitannya dengan dakwah dalam Al-Quran diekspresikan dengan kata kerja (*fi'il ma>dhi, mudha>ri'* dan *amr*).[63]

Pengertian-pengertian para ahli diatas juga menunjukkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan yang bertujuan perubahan positif bagi manusia, perubahan positif tersebut mengarah pada peningkatan keimanan seseorang, karena bertujuan yang baik, maka secara otomatis kegiatannya bersifat baik pula. Ukuran baik dan buruknya sesuatu terangkum dalam syariat islam yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Hadis.[64] Dengan demikian, dapatlah dipahami bahwa sebuah ajakan, seruan ataupun panggilan yang mengarah pada perbuatan yang merusak tidak termasuk pada arti hakiki dari dakwah itu sendiri.

Jika seorang da'i mampu menjalankan strategi dakwah dengan hikmah, ia akan mudah mencapai keinginannya dalam arti keberhasilan atau efektifitas dakwahnya.

---

[63] Asep Muhyiddin, dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia 2002), 27.

[64] *Ibid*, 19.

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

Nabi Muhammad 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:[65]

1. Memilih waktu kosong dan kegiatan terhadap kebutuhan audiens (penerima dakwah)
2. Jangan memerintahkan sesuatu yang jika tidak dilakukan, menimbulkan fitnah.
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 didzalimi.
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.

[65] Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah,* (Malang: UMM Press)

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

## 2. Kualifikasi Pendakwah

Kualifikasi pendakwah yang penulis maksud dalam tulisan ini mengutip dari Abd al-Karim Zaydan adalah da'i yang memiliki kesempurnaan sebagai seorang pendakwah. Ia menuntut pendakwah agar memiliki pemahaman islam yang mendalam, iman yang kokoh, dan hubungan yang kuat dengan Allah SWT.[66]

Secara terperinci, al- bayanuni memberikan persyaratan pendakwah sebagai berikut:[67]

a. Memiliki keyakinan yang mendalam terhadap apa yang akan didakwahkan.
b. Menjalin hubungan yang erat dengan mitra dakwah
c. Memiliki pengetahuan dan wawasan tentang apa yang didakwahkan
d. Ilmunya sesuai dengan perbuatannya dan konsisten dalam perbuatannyan
e. Memiliki kepekaan yang tajam
f. Bijak dalam mengambil metode
g. Prilakunya terpuji
h. Berbaik sangka dengan umat islam
i. Menutupi cela orang lain
j. Berbaur dengan masyarakat jika dipandang baik untuk dakwah dan menjauh jika justru tidak menguntungkan

[66] Abd al-Karim Zay dan dalam Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana 2012), 218.
[67] Mohammad Abu al-Fath al-Bayanuni, *al-Madkhol ila 'Ilm al-Da'wah.* Beirut, Muassasah Al-Risalah, 1993, Dalam Ali Azis, 218.

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

k. Menempatkan orang lain sesuai dengan kedudukannya dan mengetahui kelebihan masing-masing individu
l. Saling membantu, saling bermusyawaroh, dan saling menasehati dengan sesame pendakwah.

Sedangkan menurut Abul A'la Al-Maududi mengatakan bahwa sifat-sifta yang harus dimiliki oleh pendakwah secara perorangan dapat disimpulkan sebagai berikut:[68]

a. Sangguh memerangi musuh dalam dirinya sendiri, yaitu hawa nafsu demi ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya
b. Sangguh berhijrah dari hal-hal yang maksiat yang dapat merendahkan dirinya dihadapan Allah SWT. Dan di hadapan masyarakat.
c. Mampu menjadi uswatun hasanah dengan budi dan kahlaqnya bagi mitra dakwahnya.
d. Memiliki persiapan mental:
    1) Sabar yang memiliki didalamnya sifat-sifat teliti, tekad yang kuat, tidak bersifat pesimis dan putus asa, kuat pendirian serta selalu memelihara keseimbangan antara akal dan emosi
    2) Senang memberi pertolongan kepada orang dan bersedia berkorban, mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, dan harta serta kepentingan yang lain.

[68] Abul A'la Al-Maududi, *Petunjuk untuk Juru Dakwah*, terjemahan Aswadi Syukur, (Jakarta: Media Dakwah 1982), dalam Ali Azis, 217.

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) Cinta dan memiliki semangat yang tinggi dalam mencapai tujuan
4) Menyediakan diri untuk berkorban dan bekerja terus menerus secara teratur dan berkesinambungan.

## C. Karisma Komunikator Dakwah

Karisma berasal dari bahasa Yunani yang berarti "anugrah". Kekuatan yang tidak bisa dijelaskan secara logika disebut kekuatan karismatik. Karisma dianggap sebagai kombinasi dari pesona dan daya tarik pribadi yang berkontribusi terhadap kemampuan luar biasa untuk membuat orang lain mendukung visi dan juga mempromosikannya dengan bersemangat.[69]

Karisma terkadang berupa anugrah langsung dari Allah SWT. Untuk orang – orang tertentu yang diistimewakan. Dalam hal ini ada suatu kepercayaan bahwa karisma merupakan kekuatan gaib (*supranatural power*). Seorang yang memiliki karisma, biasanya memiliki daya tarik, kewibawaan dan pengaruh yang sangat besar.[70]

Akan tetapi, Kevin Hogan menjelaskan rahasia khusus untuk menumbuhkan karisma dalam diri seorang. Inti dari rahasia tersebut adalah komunikator mampu membentuk persepsi orang sesuai dengan keinginannya melalui olah kata dan gaya bicara yang mampu menguasai komunikan. untuk mempertegas pernyataan diatas, kami jelaskan sebagai berikut:[71]

---

[69] Abdullah, Syamsuddin, *Agama Dan Masyarakat* :Pendekatan Sosiologi Agama, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu), 65.
[70] Veithzal Rivai, et.all, Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi, (Jakarta: Rajawali Pers 2013), 8.
[71] Kevin Hogan, The Art of Communication, Mengungkap Rahasia Berkomunikasi, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer), 229.

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. Membantu pendengar anda merasa benar, bahkan sekalipun ia salah. Maksud dari pernyataan ini adalah seorang komunikator harus mempu memberikan kenyamanan terhadap komunikan dengan tidak membuat seorang komunikan merasa bersalah. Terkadang yang terjadi saat komunikator merasa benar dan ketika itu pula komunikan justru akan merasa salah. Bila pendengar merasa salah, dia akan merasa dirinya buruk dengan adanya komunikator.
2. Menghindari kebiasaan komunikator yang sangat tidak efektif.

   Diantara kebiasaan komunikator yang sangat penting untuk dihindari antara lain:

   a. Terlalu argumentatif, sering kali terjadi saat diskusi yang ditonjolkan adalah keunggulan komunikator dengan cara mencari suatu yang kontradiktif, seakan pernyataan lawan bicara tidak sesuai dengan apa yang mejadi fokus pembicaraan dalam diskusi tersebut. Dengan dimikian terkadang lawan bicara merasa minder dan bersalah saat pernyataannya dikritisi.
   b. Suka membuat perbandingan,
   c. Berbicara terlalu banyak melebihi harapan komunikan,
   d. Suka memberikan penilaian
   e. Terlalu banyak interupsi

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

f. Suka menyampaikan keluahan

g. Suka bergosip

Adapun ciri-ciri komunikator yang baik menurut Larry King adalah sebagai berikut: [72]

a. Mereka memandang suatu hal dari sudut baru, mengambil titik pandang yang tak terduga pada subjek yang umum.
b. Mereka mempunyai cakrawala yang luas. Mereka memikirkan dan membicarakan isu-isu dan pengalaman yang luas diluar kehidupan mereka sehari-hari.
c. Mereka antusias, menunjukkan minat besar pada apa yang mereka perbuat dalam kehidupan mereka dan pada apa yang anda katakana pada kesempatan itu.
d. Mereka tidak pernah membicarakan diri mereka sendiri.
e. Mereka sangat ingin tahu. Mereka bertanya "mengapa?" mereka ingin lebih mengetahui tentang apa yang anda katakana.
f. Mereka mempunyai selera humor. Dan mereka tidak keberatan mengolok-olok diri sendiri. Sungguh, konfersasionalis terbaik sering mengisahkan pengalaman lucu mereka sendiri.
g. Mereka mempunyai gaya bicara sendiri.

[72] Bill Gilbert, Seni Berbicara Kepada Siapa Saja, Kapan Saja, Dimana Saja. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2004), 46.

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