BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Kepustakaan

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

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). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi dan dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat dan hal ini telah berlangsung lebih dari seribu tahun lamanya.

Strategi tidak dapat dilepaskan dengan istilah "taktik" dan teknik. Karenanya, tidak jarang pengertian dan penamaan ketiga istilah tersebut campur aduk menjadi satu. Untuk memudahkan pemahaman, perlu kiranya disampaikan pengertian harfiah ketiga istilah tersebut.

"Strategi ialah: *The art of planning a war.* Teknik ialah: *a way of doing some spesialist activity or work.* Sedangkan taktik sebagai: *a mean of getting a desire result.*

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

Dari pengertian tersebut, jelas sekali bahwa ketiga istilah dimaksud menunjukkan keterkaitan yang sangat erat, yaitu: Teknik berfungsi untuk memenangkan taktik, dan taktik adalah untuk memenangkan strategi. Jadi taktik sesungguhnya merupakan pelaksanaan detail dari strategi. Karena strategi adalah sebuah seni dalam menentukan rancangan bangun sebuah perjuangan (pergerakan), maka rumusan strategi –yang terkadang diterjemahkan dengan "siasat" – biasanya lahir dari pemikiran, penelitian, dan pengalaman. Demikian pula dengan strategi dakwah. Atas dasar itu, konsep dakwah idealnya dirancang oleh "kelompok pemikir" *(think thank dakwah)* yang bertugas menghimpun dan mengelola data serta hal-ihwal yang berkaitan dengan seluruh rangkaian proses dakwah, kemudian dibuat peta dakwah, pemilihan metode dakwah yang tepat, serta penentuan taktik dakwah yang tepat pula. Masuk dalam bagian ini adalah langkah-langkah, tahapan-tahapan dan mekanisme dakwah.

Setiap kegiatan apapun tidak akan mencapai kesuksesan yang maksimal tanpa didorong oleh strategi yang matang. Kegiatan dengan strategi yang matang pun kadang-kadang terjadi kegagalan yang berakhir dengan tujuan yang tak tercapai. Apalagi tanpa perencaan sebuah strategi, bisa dibayangkan apa yang nantinya akan terjadi. Itulah sebabnya mengapa strategi perlu disebarluaskan penjelasannya, agar semua orang mengenal apa itu strategi dan apa manfaatnya.

Berikut beberapa pendapat, 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

1) Menurut Asmuni Syukir

Strategi dakwah artinya siasat atau taktik, yang dipergunakan dalam aktifitas dakwah yang harus diperhatikan beberapa dari azaz-azaz dakwah.[20]

2) Menurut Purnomo Setiawan Hari

Kata strategi itu sebenarnya berasal dari bahasa Yunani "*Strategos,*" kata itu diambil dari kata *stratus* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai generalship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan.[21]

3) Menurut Halim

Strategi ialah sebuah sebuah seni dalam menentukan rancangan untuk membangun sebuah perjuangan (pergerakan) yang dapat dijadikan siasat yang biasanya lahir dari pemikiran, penelitian, pengamatan seseorang untuk mencapai tujuan.[22]

4) Menurut Husain 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

---

[20] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah,* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 32

[21] Setiawan Hari Purnomo, *Managemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar,* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996), h. 8

[22] A. Halim, *Strategi Dakwah Yang Terabaikan dalam Jurnal Ilmu Dakwah* (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2002), h. 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

yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan 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.[23]

5) Menurut Napa J. Awat

Yang dimaksud strategi adalah suatu kesatuan rencana konprenship dan terpadu yang menghubungkan kondisi internal organisasi dengan situasi lingkungan eksternal agar tujuan organisasi dapat tercapai.[24]

6) Menurut Murad

Strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Menerutnya strategi bukan hanya sekedar suatu rencana saja, tetapi strategi itu merupakan rencana yang menyatukan semua bagian strategi itu menjadi satu dan saling melengkapi.[25]

7) Menurut Ali Aziz

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah.[26]

---

[23] Husein Umar, *Stategic Management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 31

[24] Napa J. Awat, *Maanajemen Strategi: Suatu Pendekatan Sistem* (Yogyakarta: Liberty, 1989), h.20

[25] Murad, *Strategi Management and Business Policy,* (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 9

[26] M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 349

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

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah" (دعوة). *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. Dalam Al-Qur'an, kata *da'wah* dan berbagai bentuk katanya ditemukan sebanyak 198 kali menurut hitungan Muhammad Fu'ad 'Abd al-Baqi', atau 212 kali menurut Asep Muhiddin. Ini berarti Al-Qur'an mengembangkan makna dari kata *da'wah* untuk berbagai penggunaan.[27]

Sedangkan ditinjau dari segi terminologi, banyak sekali perbedaan pendapat tentang definisi dakwah di kalangan para ahli, antara lain:

1) Abu bakar Aceh :

   "Dakwah adalah perintah mengadakan seruan kepada sesame manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik."

2) Abd al-Karim Zaidan :

   "Dakwah kepada agama Allah, yaitu Islam."

[27] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* Edisi Revisi Cetakan II, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 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

3) Toha Yahya Omar

"Dakwah Islam adalah "Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat."

4) Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni

"Dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikannya dalam kehidupan nyata."

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.[28]

Dengan demikian, yang dimaksud dengan strategi dakwah disini adalah rumusan konsep-konsep dasar dakwah yang dibuat oleh intelejen sebelum operasi dilaksanakan. Keberhasilan atau kegagalan

[28] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 16-17

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

suatu operasi (militer), banyak ditentukan oleh seberapa akurat rumusan strategi tersebut. Dan strategi operasi itu telah dipersiapkan secara matang, termasuk kemungkinan kegagalannya.

Demikian pula dengan strategi dakwah, idealnya juga harus dipersiapkan terlebih dahulu, baru kemudian "operasi" dakwah dilaksanakan. Sebagaimana dalam strategi militer, strategi dakwah juga cukup menentukan terhadap keberhasilan atau kegagalan dakwah. Meskipun diakui keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh sebuah strategi yang baik, tetapi juga ditentukan mengoperasikan strategi tersebut, sertta faktor X (hidayah Allah). Hanya saja untuk yang terakhir ini, sudah berada diluar (batas) strategi.[29]

Strategi dakwah pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.[30]

Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa strategi dakwah merupakan perencanaan yang berisi tentang serangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan yakni mengajak pada kema'rufan dan mencegah pada kemungkaran. Strategi bisa dikatakan tektik atau siasat yang berperan penting dalam berdakwah karena mempengaruhi hasil

---

[29] A. Halim, "Strategi Dakwah Islam yang Terabaikan", *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 5, No. 1 April 2002, hh. 43-44

[30] Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek,* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), h. 32

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

akhir yang akan di dapat nantinya. Dalam peranannya strategi yang dilakukan berbeda-beda sesuai dengan objek dakwah yang akan ditinjau.

Strategi dakwah bertujuan untuk memastikan bahwa komunikan (mad'u) mengerti pesan yang diterimanya, andai kata komunikan sudah mengerti dan menerima pesan tersebut maka komunikan tersebut harus dibina, kemudian pada akhirnya komunikator memberikan motivasi positif kepada komunikan.

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.[31]

Strategi dakwah menurut Prof. Dr. Ali Aziz ada tiga macam yaitu:

[31] M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2009), h.345

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 strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.

2) Strategi Tazkiyah

Jika strategi tilawah melalui indra pendengaran dan indra penglihatan, maka strategi tazkiyah melalui aspek kejiwaan. Salah satu misi dakwah adalah menyucikan jiwa manusia. Kekotoran jiwa dapat menimbulkan berbagai masalah individu atau sosial, bahkan menimbulkan berbagai penyakit, baik penyakit hati maupun badan. Sasaran strategi ini bukan pada jiwa yang bersih, tetapi jiwa yang kotor.

3) Strategi Ta'lim

Strategi ini hampir sama dengan strategi tilawah, yang keduanya menstransformasikan pesan dakwah. Akan tetapi, strategi ta'lim bersifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis.[32]

Hal ini sama halnya dengan pendapat Asmuni Syukir, tentang azas strategi dakwah adapun azas-azas tersebut adalah[33]:

[32] M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 355

[33] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam,* (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), h. 22-33

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) Azas filosofis

Azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktifitas dakwah.

2) Azas kemampuan dan keahlian dai

3) Azas Sosiologis

Azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama didaerah setempat, filosofis sasaran dakwah. Sosio cultural masyarakat dakwah dan lain sebagainya.

4) Azas psikologi

Azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang dai adalah manusia. Seorang dai adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama yang merupakan masalah idiologi atau kepercayaan (rahaniyah) tak luput dari masalah-masalah psikologis sebagai azas (dasar) dakwahnya.

5) Azas efektifitas dan efisiensi

Azas ini maksudnya adalah di dalam aktifitas dakwah harus berupaya menyimbangkan antar biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal

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

mungkin. Dengan kata lain ekonomis biaya, tenaga dan waktu tetapi dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidak-tidaknya seimbang antara keduanya.

Ada beberapa macam strategi dakwah yang dapat diketahui. Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk yaitu:

1) Strategi Sentimentil

Strategi sentimentil adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah.

Strategi ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para mu'alaf, orang-orang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya.

Strategi sentimentil ini diterapkan oleh Rasulullah SAW, saat menghadapi kaum musyrik Makkah. Menekankan aspek kemanusiaan semacam kebersamaan, perhatian kepada kafir miskin, menyayangi dan mengasihi anak yatim dan sebagainya. Ternyata pengikut Nabi pada masal awal umumnya berasal dari golongan lemah. Dengan strategi ini kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

2) Strategi Rasional

Strategi rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran.

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

Rasulullah SAW menggunakan strategi ini untuk menghadapi argumentasi para pemuka Yahudi. Mereka terkenal dengan kecerdikannya. Kepada mereka strategi rasional ini adalah yang tepat.

3) Strategi Indrawi

Strategi indrawi ini dapat disebut juga strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Motode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan dan keteladanan.

Rasulullah SAW mempraktikkan Islam sebagai perwujudan strategi indrawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat bisa menyaksikan mukjizat nabi secara langsung, seperti terbenamnya rembulan, bahkan bisa menyaksikan malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang kita menggunakan Al-qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah.

b. Strategi Dakwah Kontemporer

Dakwah kontemporer di Indonesia dapat pula mengembangkan beberapa strategi pilihan, antara lain:

1) Strategi Struktural

Proses dakwah dilakukan dengan memasukkan rumus kebijakan dan aktifitas dakwah secara terstuktur. Artinya, para pelaku dakwah adalah orang atau lembaga yang secara struktural mempunyai posisi sebagai *decission maker* dan *policy maker* dalam sebuah struktur lembaga atau organisasi, termasuk lembaga

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

pemerintah. Contoh yang paling gampang untuk melihat kiprah strategi ini adalah dibentuknya ICMI beberapa waktu yang lalu, dan YAMP oleh Soeharto serta partai-partai politik yang secara formal berlabelkan Islam. Dakwah dan strategi ini memang efektif, tetapi sering kali hanya sampai pada tataran formalisme, bukan substansialisme.

2) Strategi Kultural

Aktifitas dakwah yang lebih menonjol gerakan kultural yang berkehendak untuk mewujudkan Islam dalam kesadaran hidup sehari-hari, tanpa terikat dengan kelembagaan apapun dan kepentingan apapun, kucuali dalam konteks penyebaran Islam secara budaya itu sendiri. Meskipun lebih menekankan wawasan universal Islam sebagai suatu peradaban dunia, namun sering terjadi mutasi watak akibat kuatnya kultur (budaya) dalam masyarakat dakwah tersebut. Strategi ini seringkali dituding sebagai penyebab ketinggalan umat Islam. Contoh yang bisa dikemukakan adalah dakwah walisongo, dimana warna Islam bercampur dengan budaya.

3) Strategi Sosio-Kultural

Strategi ini lebih mementingkan aktifitas budaya dalam konteks pengembangan lembaga-lembaga, terutama lembaga Islam yang dapat mendorong transormasi sistem sosial secara evolutif dan gradual. Di sini tidak dipentingkan sikap untuk masuk ke

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 sistem kekuasaan atau politik kekuasaan yang sering kali mengabaikan moralitas. Dengan kata lain, dalam strategi ini, seluruh komponen bangsa terutama para pengelola suatu lembaga diharapkan terlibat sesuai dengan kondisi sosio-kulturalnya. Apabila sudah terkondisi demikian, dapat dengan mudah dimasukan agenda-agenda Islam ke dalam agenda nasional bangsa, kerena kondisi masyarakat sudah disiapkan, sehingga kecil kemungkinan terjadi pemaknaan Islam secara struktural. Sebagai contoh, strategi dakwah yang dipraktekkan Gus Dur, yang diakui atau tidak, telah menjadi rujukan oleh sebagian komponen bangsa dewasa ini. Model dakwah Gus Dur ini terlihat sangat berlawanan dengan model-model gerakan dakwah struktural yang mengutamakan formalitas Islam.

4) Strategi Teknologi dan Informasi

Strategi dakwah kontomporer nampaknya tidak cukup hanya mengandalkan pada strategi seperti yang diuraikan, tetapi perlu kiranya mencari trobosan dan inovasi baru seiring dengan dinamika, kebutuhan, dan tuntutan masyarakat. Diantara tuntunan kebutuhan masyarakat sekarang ini adalah terpenuhinya informasi melalui penguasaan teknologi komunikasi seperti internet. Oleh karena itu dakwah diera reformasi sekarang ini juga memerlukan

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

penyesuaian dan pengembangan strategi, yakni strategi teknologi informasi dan komunikasi.[34]

c. Hambatan dan Tantangan Dakwah

Hambatan-hambatan yang dimaksud itu dapat bersifat internal pada diri khalayak seperti faktor psikologi dan fisik yang berbentuk filter konseptual (kesadaran "Aku"). Sedangkan faktor eksternal dapat berupa pengaruh kelompok dan pemimpin pendapat (opini). Selain itu dapat juga berupa hambatan dalam proses dakwah, seperti penggunaan lambang yang tidak mampu ditangkap atau dimengerti oleh komunikan atau khalayak *(mad'u)*.

Hambatan lain adalah pada penggunaan media dan pemilihan metode yang tidak tepat, sehingga khalayak lebih banyak menggunakan daya tangkalnya (kepala batu) darip ada daya serapnya. Banyak metode yang relevan dan tepat dapat dapat dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Demikian pula banyak media yang dapat dipilih dan dipilah, agar dakwah dapat lebih efektif menjangkau khalayak dalam jumlah besar dalam waktu yang bersamaan.

Hambatan lain yang merupakan tantangan dakwah adalah tekanan citra dakwah dan Islam yang mungkin tidak sesuai dengan realitas yang sesungguhnya, karena media massa tidak berpihak pada dakwah. Media massa yang tidak berpihak kepada dakwah dan Islam,

[34] A. Halim, "Strategi Dakwah yang Terabaikan", *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 5, No. 1 April 2002, hh. 52-54

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

dapat merekayasa opini sehingga citra dakwah dan Islam menjadi buruk di mata dan benak publik. Hal ini akan menimbulkan *stereotip* yang keliru pada publik, tantangan dakwah pada Islam ini, terutama pada daerah, wilayah atau negara yang mayoritas penduduknya nonmuslim.

Demikian pula media massa yang menyajikan "kemungkaran" seperti kekerasan, pornografi, dan sensasi serta manipulasi fakta, merupakan tantangan bagi dakwah yang dapat dikategorikan sebagai "lawan dakwah". Saat ini ada hampir 100 juta anak Indonesia yang sedang dibesarkan dari televisi, serta media interaktif *(internet)* yang kontennya (isinya) banyak yang bertentangan dengan nilai-nilai moral dan agama (munkarat). Hal ini akan mendorong perubahan sosial yang tidak menjurus ke arah tujuan dakwah. Pada umumnya khalayak sangat mudah terpengaruh oleh *pragmatisme* yang mengutamakan nilai-nilai yang praktis dan kegunaan dan kemanfaatan pribadi dan sosial.

Tantangan lain yang tidak kalah penting sebagai *'lawan dakwah"* ialah *iklan*, baik di media cetak maupun di media elektronik (media massa) dan media interaktif di *dunia maya*. Sejak awal kelahirannya, iklan senantiasa tidak mencerminkan dunia nyata, dan kadang-kadang mengandung *manipulasi* atau *kebohongan.* Iklan hanya selalu akan menonjolkan nilai positif suatu produk secara berlebihan untuk membangun citra dan opini yang baik kepada khalayak. Iklan

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

ditandai dengan syaratnya imajinasi dalam proses pencitraan dan pembentukan nilai-nilai estetika dengan mengabaikan etika, untuk memperkuat citra terhadap objek iklan itu sendiri. Bahkan konten pornografi yang "bergentayangan" di dunia maya, banyak sekali yang berkaitan dengan iklan.

Bahkan iklan mampu memproduksi *angan-angan* kehidupan tentang kemewahan dalam "keajaiban". Sebagi sebuah sistem magis, iklan juga memiliki ideologi (*pragmatisme* dan *kapitalisme*) yaitu selalu berpikir tentang "pasar" yang mengharuskan iklan memiliki kemampuan menjual.

Pengaruh televisi yang berhasil menanamkan sesuatu pada jiwa khalayak, yang kemudian diwujudkan dalam sikap dan perilaku seperti digambarkan diatas, dianalisis dalam "teori penanaman" atau "teori kultivasi" *cultivation theory.* Teori ini menjelaskan bahwa dampak suatu tayangan televisi dapat tertanam dalam diri khalayak yang memengaruhi pemikiran, sikap, dan perilakunya. Citra dakwah dan Opini Publik terhadap dakwah dan Islam, juga dapat merupakan tantangan yang sangat besar, terutama jika citra dakwah dan Opini Publik itu berada pada pihak "lawan dakwah". Itulah sebabnya dakwah masa kini atau dakwah kontemporer mengalami banyak hambatan 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

tantangan yang berat, dan harus dihadapi dengan perencanaan dan strategi yang jitu.[35]

2. Unsur-unsur Strategi Dakwah

a. Perumusan Strategi Dakwah

Perumusan dan penetapan strategi dakwah sebagai sebagai sebuah bentuk perubahan terencana, merupakan hal yang kompleks dan memerlukan kecerdasan, kemampuan manajerial, keterampilan berorganisasi dan visi ke depan. Strategi dakwah dimaksud untuk meminimalkan berbagai hambatan baik yang bersifat teknis, maupun yang bersifat psikologis, sosial, dan kultural, serta melakukan konfrontasi dengan pesan-pesan lain yang merupakan "lawan dakwah".

Dalam proses dakwah sebagai salah satu jenis komunikasi manusia, hanya dapat dikontrol atau dikendalikan beberapa aspek saja dari semua aspek yang kompleks, yaitu komunikator, pesan, dan metode. Sedangkan unsur khalayak dan media massa sangat sulit dikendalikan. Bahkan untuk sebuah komunikasi yang efektif khalayak dan media massa justru dapat menjadi pengendali, dalam arti bahwadakwah harus menyesuaikan diri dengan unsur-unsur tersebut.artinya isi pesan atau materi (*maddah*) dakwah, metode *(thariqahh)* dan komunikator (dai atau mubaligh) harus menyesuaikan

[35] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hh. 230-231

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

diri dengan kondisi khalayak dan media *(wasilah)* massa dan media interaktif yang tersedia.

Berdasarkan hal tersebut, maka langkah strategi yang harus dirumuskan ialah: (1) tersedianya komunikator dakwah dan organisasi dakwah terpercaya; (2) mengenal khalayak; (3) menyusun pesan; (4) menetapkan metode; (5) memilah dan memilih media serta mewarnai media massa dan media interaktif untuk membangun dan membina citra dan Opini Publik yang berpihak kepada dakwah dan Islam secara berkesinambungan. Oleh karena itu strategi dakwah adalah kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari dai atau mubaligh serta organisasi atau lembaganya, pesan, metode dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak.[36]

Dari semua unsur yang disajikan dimuka, maka yang paling utama adalah unsur komunikator (orang dan lembaga), karena komunikatorlah yang membuat perencanaan dan perumusan strategi untuk lahirnya efektivitas dakwah. Dengan demikian komunikator memiliki peranan penting dan sangat strategis dalam perumusan strategi dan efektivitas dakwah.[37]

1) Perencanaan

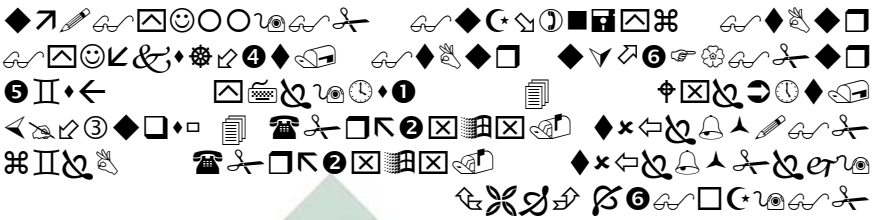
Secara alami, perencanaan itu merupakan bagian dari *sunnatullah*, yaitu dengan melihat bagaimana Allah SWT. menciptakan alam semesta dengan hak dan perencanaan yang

[36]Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hh. 232

[37]*Ibid,* hh.232-234

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

matang disertai dengan tujuan yang jelas. Hal ini sebahaimana firman Allah dalam surat Saad: 27



"Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah. yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir, Maka celakalah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka."

Perencanaan merupakan langkah awal bagi sebuah kegiatan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait agar memperoleh hasil yang optimal. Alasannya, bahwa tanpa adanya rencana, maka tidak ada dasar untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu dalam rangka usaha mencapai tujuan. Jadi, perencanaan memiliki peran yang ssngat signifikan, karena ia merupakan dasar dan titik tolak dari kegiatan pelaksanaan selanjutnya. Oleh karena itu, agar proses dakwah dapat memperoleh hasil yang maksimal, maka perencanaan itu merupakan sebuah keharusan. Segala sesuatu membutuhkan rencana, sebagai mana dalam hadits nabi Muhammad SAW[38]:

"Jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan,maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan tersebut baik, ambillah dan jika perbuatan itu jelek, maka tinggalkanlah."

(HR. Ibnul Mubarak)

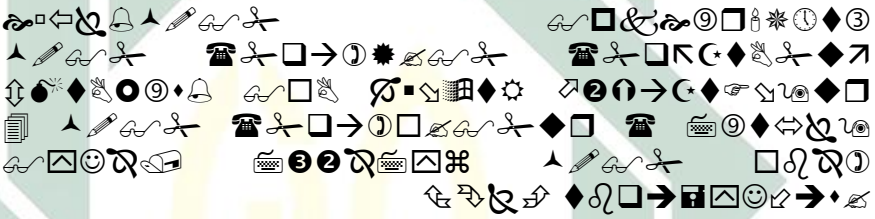
Perencanaan dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *takhthîth*. Perencanaan dalam dakwah Islam bukan merupakan

[38] M.Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: 2006, Kencana), hh. 94-95

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

suatu yang baru, akan tetapi aktivitas dakwah di era modern membutuhkan sebuah perencanaan yang baik dan menjadi agenda yang harus dilakukan sebelum melangkah pada jenjang dakwah selanjutnya.[39]

Konsep tentang perencanaan hendaknya memerhatikan apa yang telah dikerjakan pada masa lalu untuk merencanakan sesuatu pada masa yang akan datang. Sebagaimana yang tersirat dalam Al-Qur'an surat al-Hasyr: 18



"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."

Konsep ini menjelaskan, bahwa perencanaan yang akan dilakukan harus disesuaikan dengan keadaan situasi dan kondisi pada masa lampau, saat ini, serta prediksi masa depan. Oleh karena itu, untuk melakukan segala prediksi masa depan diperlukan kajian-kajian masa kini. Bahkan begitu pentingnya merencanakan masa depan, maka muncul ilmu yang membahas masa depan yang disebut *Futuristics.*

Oleh karena itu, dalam aktivitas dakwah, perencanaan dakwah bertugas menentukan langkah dan program dalam

[39] M.Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: 2006, Kencana), h. 96

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

menentukan setiap sasaran, menentukan sarana-prasarana atau media dakwah, serta personel da'i yang akan diterjunkan. Menentukan materi yang cocok untuk sempurnanya pelaksanaan, membuat asumsi berbagai kemungkinan yang dapat terjadi yang kadang-kadang dapat memengaruhi cara pelaksanaan program dan cara menghadapinya serta menentukan alternatif-alternatif, yang semua itu merupakan tugas utama dari sebuah perencanaan. Sebuah perencanaan dikatakan baik, jika memenuhi persyaratan berikut:

a) Didasarkan pada sebuah keyakinan bahwa apa yang dilakukan adalah baik. Standar baik dalam dalam Islam adalah yang sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan as Sunnah.
b) Dipastikan betul bahwa sesuatu yang dilakukan memiliki manfaat. Manfaat ini bukan sekedar untuk orang yang melakukan perencanaan, tetapi juga untuk orang lain, maka perlu memerhatikan asas maslahat untuk umat, terlebih dalam aktivitas dakwah.
c) Didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan apa yang dilakukan. Untuk merencanakan sebuah kegiatan dakwah, maka seorang da'i harus banyak mendengar, membaca, dan memiliki ilmu pengetahuan yang luas sehinggga dapat melakukan aktivitas dakwah berdasarkan kompetensi ilmunya.

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

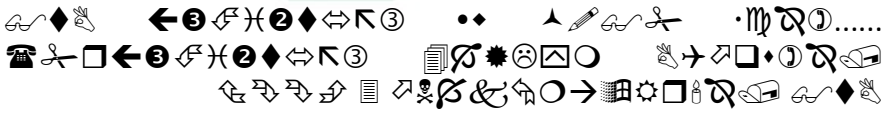
d) Dilakukan studi banding [*benchmark*]. *Brenchmark* adalah melakukan studi terhadap praktik terbaik dari lembaga atau kegiatan dakwah yang sukses menjalankan aktivitasnya.

e) Dipikirkan dan dianalisis prosesnya, dan kelanjutan dari aktivitas yang akan dilaksanakan.[40]

Dapat disimpulkan, bahwa perencanaan dapat membantu seseorang untuk segera bangkit kembali dari kegagalan-kegagalan dalam melakukan suatu tindakan tanpa harus menundanya kembali, dan menyegerakan diri untuk mengambil posisi bangkit kembali. Bagi seorang da'i perencanaan ini berfungsi sebagai pendorong untuk melihat ke masa depan, mengantisipasi perubahan kondisi umat, mempertimbangkan *feedback* nya dan kemudian menyusun argumen-argumen yang tepat untuk disampaikan kembali secara matang.

2) Perubahan Terencana

Allah berfirman dalam Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11 :



"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

Dilihat dari segi semantik, pengungkapan ayat dengan kata "🡐❸🗲✂❷♦⇨↖③", yang merupakan kata kerja transitif, menunjukkan bahwa perubahan yang dimaksudkan dalam ayat ini

[40]M.Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: 2006, Kencana), hh. 98-99

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

adalah perubahan yag dikehendaki atau perubahan terencana, sebab kata "🡐❸🗲✕❷♦⇔🡤③" mengandung pengertian perubahan dari suatu kondisi kepada kondisi yang lain, boleh jadi dari kondisi yang tidak baik kepada yang baik atau sebaliknya.

Menurut Jaudah Sa'id, ketika menjelaskan kata "🡐❸🗲✕❷♦⇔🡤③" yang terdapat dalam surat ar-Ra'd, kata ini mengandung pengertian perpindahan dari suatu kondisi yang tidak diinginkan kepada kondisi lain yang diharapkan. Perpindahan ini, tambahnya, diatur oleh suatu hukum yang erat sekali hubungnnya dengan konsep menejemen, yaitu dengan mengacu pada target, sarana, prasarana, dan sumber daya manusia. Selanjutnya, Ja'udah menjelaskan bahwa pemahaman ayat tersebut adalah kondisi suatu masyarakat, baik maupun buruk, tidak akan diubah oleh Allah SW hingga mereka terlebih dahulu melakukan perubahan terhadap apa yang terdapat pada diri mereka berupa pemahaman, pemikiran, dan asumsi-asumsi. Tanpa melakukan hal itu, maka harapan untuk mendapatkan perubahan kondisi dari Allah adalah menyalahi teks ayaat sekaligus mengingkari tugas ke khalifahan.[41]

Perubahan merupakan hasil proses dakwah yang tidak mungkin dielakkan. Dalam ilmu komunikasi dijelaskan bahwa semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi termasuk dalam proses dakwah, mau tidak mau pasti mengalami perubahan,

[41] Wahyu Ilaihi, "*Rekayasa sosial Sebagai Strategi Dakwah Perspektif Al-Qur'an*", *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 7, No. 1 April 2003, h. 48

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 perubahan kecil, maupun perubahan besar. Bahwa perubahan yang terjadi pada diri khalayak sebagai efek dari komunikasi atau dakwah adalah citra seseorang atau kelompok mengenai diri dan lingkungannya, yang dapat juga berpengaruh pada pembentukan Opini Publik. Itulah sebabnya dakwah sebagai salah satu jenis komunikasi manusia, memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atau perubahan sosial.

Proses perubahan sosial itu berjalan tanpa henti, baik terjadi secara spontan maupun terjadi karena disengaja. Proses perubahan sosial yang disengaja antara lain akibat atau efek yang ditimbulkan oleh dakwah. Dalam hal ini ajakan atau seruan untuk berbuat baik, melakukan kebajikan dan mencegah kemunkaran kepada khalayak melalui proses komunikasi langsung, maupun komunikasi massa. Dalam proses perubahan yang disengaja atau perubahan yang direncanakan seperti dalam dakwah, diperlukan pula perencanaan dan perumusan strategi.

Suatu perubahan terencana yang akan dihasilkan oleh dakwah, tentu bukanlah proses yang sederhana. Selain khalayak memiliki potensi untuk menangkal pesan dakwah, juga ada pengaruh lain yang mungkin lebih dominan dari pengaruh dakwah. Justru itu dalam perumusan strategi dakwah kontemporer dalam menciptakan perubahan yang terencana, sebagai upaya rekayasa

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

sosial ke arah teerwujudnya kehidupan yang islami dalam masyarakat, perlu dipahami berbagai hambatan dalam proses.[42]

b. Pelaksanaan Dakwah

Setelah tahapan perumusan strategi diselesaikan maka berikutnya yang merupakan tahapan krusial dalam strategi dakwah adalah pelaksanaan strategi.

Pelaksanaan strategi dakwah adalah proses dimana strategi dan kebijaksanaan dijalankan melalui pembangunan struktur, pengembangan program, budget dan prosedur pelaksanaan. Pelaksanaan strategi dakwah merupakan tahapan yang paling sulit dalam proses strategi dakwah mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan di lapangan dan mungkin tidak sesuai dengan perkiraan semula. Strategi yang berhasil harus didukung dakwah yang sesuai dengan dai yang solid, alokasi sumber daya yang cukup, kebijaksanaan yang tepat, budaya, situasi, dan kondisi yang kondusif terhadap keberhasilan pelaksanaan strategi dakwah. Ada beberapa faktor pendukung pelaksanaan strategi dakwah, yaitu:

1) Pendekatan Dakwah

Pendekatn dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. Umumnya, penentuan pendekatan didasarkan pada mitra dakwah dan suasana yang melingkupinya. Sjahudi Siradj mengutarakan tiga pendekatan dakwah, yaitu

[42] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 228

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 budaya, pendekatan pendidikan, dan pendekatan psikologis. Pendekatan-pendekatan ini melihat lebih banyak pada kondisi mitra dakwah. Oleh karenanya pendakwah, metode dakwah, pesan dakwah, dan media dakwah harus menyesuaikan pada kondisi mitra dakwah. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Toto Tasmara. Menurutnya, pendekatan dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang mubaligh (komunikator) untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Dengan kata lain, pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* dengan menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia. Pendekatan yang terfokus pada mitra dakwah lainnya adalah dengan menggunakan bidang-bidang kehidupan sosial kemsyarakatan. Pendekatan dakwah model ini meliputi: pendekatan sosial-politik, pendekatan sosial-budaya, pendekatan sosial-ekonomi, dan pendekatan sosio-psikologis. Semua pendekatan diatas bisa disederhanakan dengan dua pendekatan yaitu pendekatan dakwah struktural dan pendekatan dakwah kultural. Untuk membangun kehidupan berbangsa dan bernegara yang sejahtera dan religius, dakwah bisa menggunakan pendekatan struktural atau pendekatan politik. Harus ada para politikus dalam legislatif yang berjuang membuat undang-undang yang menjamin kehidupan yang lebih islami. Dibutuhkan pula politikus dalam eksekutif yang menjalankan pemerintah

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

berdasarkan produk hukum tersebut. Bisa juga mennggunakan pendekatan kultural atau sosial-budaya dengan menbangun moral masyarakat melalui kultural mereka. Misalnya dengan memberdayakan ekonomi masyarakat, memberikan pendidikan yang memadai untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas dan sebagainya.

Sebagaimana definisi pendekatan dakwah di atas yaitu titik tolak atau sudut pandang kita terhaadap proses dakwah, maka ada pendekatan lain yang melibatkan semua unsur dakwah, bukan hanya mitra dakwah. Kata proses dakwah berarti melibatkan semua unsur dakwah. Dari definisi ini, terdapat dua pendekatan dakwah, yaitu pendekatan dakwah yang Terpusat Pada Pendakwah dan pendekatan yang Terpusat Pada Mitra Dakwah. Pendekatan yang pertama (terpusat pada pendakwah) menuntut unsur-unsur dakwah lainnya menyesuaikan atau bekerja sesuai dengan kemampuan pendakwah; pesan dakwah manakah yang mampu dikuasai pendakwah; metode dakwah manakah yang mampu digunakan oleh pendakwah; media dakwah manakah yang mampu dimanfaatkan pendakwah. Pendekatan yang kedua (terpusat pada mitra dakwah) memfokuskan unsur-unsur dakwah pada upaya penerimaan mitra dakwah. Siapakan pendakwah yang cocok bagi mitra dakwah dengan tipologi tertentu; manakah pesan dakwah yang paling

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

dibutuhkan mitra dakwah; serta metode dan media dakwah yang bagaimanakah yang dapat menggugah hati mitra dakwah.

Pendekatan yang berpusat pada pendakwah hanya bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Kewajiban pendakwah adalah menyampaikan pesan dakwah hingga mitra dakwah memahaminya *(al-balagh al-mubin)*. Aspek kognitif (pemahaman) mitra dakwah terhadap pesan dakwah lebih ditekankan daripada aspek afektif (sikap) dan psikomotorik (tingkah laku) mereka. Fokusnya terletak pada kemampuan pendakwah. Sedangkan targetnya adalah kelangsungan berdakwah. Berdasarkan pendekatan ini, maka hukum berdakwah adalah *fardu 'ain* artinya setiap muslim wajib berdakwah sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Pertanyaan pokok yang diajukan pendekatan ini adalah bagaimana dakwah dapat diselenggarakan secara terus-menerus? Sebagaimana kewajiban, dakwah harus tetap dilakukan sekalipun tidak jelas berhasil atau tidaknya.

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. Karenanya, hukum berdakwah adalah *fardlu kifayah* artinya hanya wajib bagi orang-orang yang

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

telah memiliki kemampuan. Pertanyaan pokok pendekatan ini adalah bagaimana caranya meningkatkan keimanan mitr dakwah ? sekali berdakwah tetapi meghasilkan perubahan keagamaan orang lebih baik dan lebih signifikan daripada beberapa kali dakwah tetapi tidak menghasilkan apa pun.[43]

2) Pengembangan Dakwah

Pengembangan [*developing*] merupakan salah satu perilaku manajerial yang meliputi pelatihan [*couching*] yang digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan seseorang dan memudahkan penyesuaian terhadap pekerjaannya dan kemampuan kariernya. Proses pengembangan ini didasarkan atas usaha untuk mengembangkan sebuah kesadaran, kemauan, keahlian, serta keterampilan para elemen dakwah agar proses dakwah berjalan secara efektif dan efisien.

Pengembangan dan pembaharuan adalah dua hal yang sangat diperlukan. Rasulullah SAW. Mendorong umatnya supaya selalu meningkatkan kualitas, cara kerja dan sarana hhidup, serta memaksimalkan potensi sumber daya alam semaksimal mungkin. Karena Allah telah menciptakan alam semesta ini untuk memenuhi hajat hidup manusia. Sebagaimana firman-Nya dalam surat al-Jaatsiyah; 13

[43] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah:* Edisi Revisi, Cet. Ke-2, (Jakarta: Kencana, 2009) hh. 347-349

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

□♌♑☽ 🗐 🡐❍🡽🡾♑♓✍ 🖎✡➔⓪♑☝♦♎ ♤🡻🡹❻☞❀🖎✂
🗄✈🡹❑♦☽♑♐☜ 🖴💣🕓♦③✝🖄 ☜①♑☜☜🕓♦❶ ❼♑×
♤🡺🡼🡾 ☜♍❒🡼❷⅄🗎☒🗏♦☝♦③

"Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir."

Dalam sebauh proses pengembangan terdapat beberapa prinsip yang akan membawa ke arah pengembangan dakwah. Adapun prinsip-prinsip pengembangan dakwah ialah:

a) Mengidentifikasi kebutuhan akan pelatihan

Proses pengembangan keterampilan da'i bertujuan untuk menentukan apa yang mereka ketahui dan apa yang harus mereka ketahui dalam menyiapkan mereka terjun langsung ke objek dakwah atau sebuah perubahan yang disebabkan oleh alih teknologi baru yang berimplikasi pada perkembangan mad'u sebagai konsekuensinya membutuhkan sebuah keterampilan yang khusus bagi para da'i itu sendiri.

b) Membantu rasa percaya diri

Melatih [*coach*] akan lebih berhasil jika da'i merasa yakin bahwa ia akan berhasil mempelajari suatu keterampilan.

c) Membuat penjelasan yang berarti

Dalam proses peningkatan pemahaman serta daya ingat selama pelatihan harus dibangun atas dasar pengetahuan. Pada saat menjelaskan prosedur ataau langkah demi langkah harus diupayakan dengan menggunakan bahasa yang jelas, lugas, 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

sependapat mungkin menghindari instruksi yang memiliki arti kontradiktif. Dengan demikian, penjelasan dapat diterima sesuai dengan pemahaman yang dimiliki.

d) Memeriksa apakah program pelatihan itu berhasil

Indikator keberhasilannya adalah dengan membuat stIndikator keberhasilannya adalah dengan membuat standat bahwa proses keberhasilan itu dapat diukur dengan melakukan sebuah praktik yang kemudian disesuaikan dengan teori yang telah diberikan.[44]

Usaha apapun yang akan dilaksanakan dalam rangka peningkatan mutu dakwah harus diarahkan kepada peningkatan mutu para da'inya. Hal ini juga didasari atas perkembangan zaman, dimana prioritas pembangunan diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia [SDM], mutu dari para da'i harus menjadi prioritas utama.[45]

3) Metode, Teknik dan Taktik

Untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, kita memerlukan metode. Strategi menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam setiap penerapan metode, dibutuhkan beberapa teknik.

---

[44] M.Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: 2006, Kencana), hh. 243-247
[45] *Ibid,* h. 249

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 bi al-Hikmah

Kata "hikmah" dalam Al-Qur'an disebutkan sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma'rifat. Bentuk masdarnya adalah *"hukman"* yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti dengan mencegah dari kedzaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang bersifat relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.

Menurut al-Ashma'I asal mula diadakan *hukumah* (pemerintahan) ialah untuk mencegah manusia dari perbuatan zalim.

Sebagai metode dakwah Al-Hikmah diartikan bijaksana, akal yang mulia, dada yang lapang, hati yang bersih dan menarik perhatian orang kepada agama atau Tuhan.

Ibnu Qoyim berpendapat bahwa pengertian hukmah yang paling tepat adalah seperti yang dikatakan oleh mujahid dan malik yang mendefinisikan bahwa hikmah adalah pengetahuan tentang kebenaran dan pengalamanya, ketepatan dalam perkataan dan pengalamanya. Hal ini tidak bisa dicapai kecuali dengan memahami Al-Quran dan medalami syariat-syariat islam serta hakikat iman.

Dari penjelasan diatas kita dapat diambil kesimpulan bahwa hikmah dalam dunia dakwah mempunyai posisi yang

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

sangat penting, yaitu dapat menentukan sukses tidaknya dakwah. Dalam menghadapi mad u yang beragam tingkap pendidikanya, starata sosial, latar belakang budaya, para dai memerlukan hikmah, sehingga ajaran islam mampu memasuki ruang hati para mad'u dengan tepat. Oleh karena itu, pada dai dituntut untuk mampu mengerti dan memahami sekaligus memanfaatkan latar belakangnya, sehingga ide-ide yang diterima dirasakan sebagai sesuatu yang menyentuh dan menyejukkan kalbunya.

Dengan demikian, jika hikmah dikaitkan dengan dakwah, akan ditemukan bahwa hikmah merupakan peringatan kepada juru dakwah untuk tidak menggunakan satu bentuk metode saja. Sebaliknya, mereka harus menggunakan berbagai macam metode sesuai dengan realitas yang dihadapidan sikap masyarakat terhadap agama Islam. Sebab sudah jelas bahwa dakwah tidak akan berhasil mejadi suatu wujud yang riil jika metode dakwah yang dipakai untuk menghadapi orang bodoh sama dengan yang dipakai untuk menghadapi orang yang terpelajar. Kemampuan kedua kelompok tersebut dalam berpikir dan menangkap dakwah yang disampaikan tidak dapat disamakan, daya pengungkapan dan pemikiran yang dimiliki manusia berbeda-beda.

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

Hikmah merupakan kelompok awal yang harus dimiliki oleh seorang dai dalam berdakwah. Karena dengan hikmah ini akan lahir kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam menerapkan langkah-langkah dakwah, baik secara metodologis maupun praktis. Oleh karena itu, hikmah yang mempunyai multi definisi mengandung arti dan makna yang berbedatergantung dari sisi mana melihatnya.[46]

b) Mau'idzah Al-Hasanah

Terminologi *mau'izhah hasanah* dalam perspektif dakwah sangat popular, bahkan dalam seremonial-seremonial keagamaan(baca dakwah atau tabligh) seperti Maulid Nabi dan Isra Mi'raj, istilah *mau'izhah hasanah* mendapat posri khusus dengan sebutan "acara yang ditunggu-tunggu" yang merupakan inti acara dan biasanya menjadi salah satu target keberhasilan suatu acara. Namun demikian agar tidak menjadi kesalah pahaman, maka akan dijelakan pengertian *mau'izhah hasanah.*[47]

Secara bahasa *mau'izhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *mau'izhah* dan *hasanah.* Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'zan-'idzatan* yang berarti; nasihat,

[46] M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 8-11
[47] *Ibid*, 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

bimbingan dan peringatan.[48] Sementara *hasanah* merupakan kebalikan dari sayyi'ah yang artinya kebaikan lawan kejelekan.

Menurut Abdul HAmid al-Bilali al-Mauizhah al-Hasanah merupakan salah satu *manhaj* (metode) dalam dakwah untuk mengajak kejalan Allah dengan menberikan nasehat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.

Pendekatan dakwah melalui *mau'izhah hasanah* dilakukan dengan perintah dan larangan disertai dengan unsurr motivasi *(targhîb)* dan ancaman *(tarhîb)* yang diutarakan lewat perkataan yang dapat melembutkan hati, menggugah jiwa, dan mencairkan segala bentuk kebekuan hati, serta dapat menguatkan keimanan dan petunjuk yangg mencerahkan.[49]

c) Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan

Dari segi etimologi (Bahasa) lafazh Mujadalah terambil dari kata Jadalah yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambah alif pada huruf jim yang mengikuti wazan Faa ala, "jaadala" dapat bermakna berdebat dan *"Mujadalah"*perdebatan Dari segi istilah (*terminology*) terdapat beberapa pengertian mujadalah (*al-Hiwar*). Mujadalah (al-Hiwar) berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan kedua belah pihak secara sinergis, tanpa adanya suaana yang

[48] Hasanuddin,SH, Hukum Dakwah (Jakarta :Pedoman Ilmu Jaya, 1996)h.37.

[49] A. Ilyas Ismail, Prio Hotman, *Filsafat Dakwah Islam: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam,* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 204

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

mengharuskan lahirnya permusuhandiantara keduanya. Sedangakan menurut Dr. Sayyid Muhammad Thantawi Ialah suatau upaya yan bertujuan untuk mengelahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dengan bukti yang kuat.[50]

Termasuk dalam golongan ini adalah orang-orang nonmuslim yang bersahabat. Mereka bisa didekati dengan dakwah metode ini. Dialog terpuji dengan mereka pertama kali dimaksudkan bukan untuk mengajak mereka beriman – dalam arti mengimani kerasulan Nabi Muhammad, tetapi untuk berislam – hidup damai berdampingan dengan umat muslim bersama mewujudkan kehidupan yang manusiawi dan beradab, seperti ajakan Nabi melalui suratnya kepada orang-orang nonmuslim baik di Romawi, Habsyah, maupun Persia dan lainnya. Tujuan utama dialog ini adalah mencari titik temu (*common platform,* arab*:kalimat al-sawâ*) yang dapat mempererat kebersamaan ditengah banyaknya perbedaan atau pertentangan.[51]

Dalam dakwah Islam, sering terjadi bahwa disebabkan metode dakwah yang salah, Islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, penghambat perkembangan, atau tidak masuk akal. Saat ini metode dianggap sebagi teknologi, khususnya teknologi lunak *(soft technology).* Sesuatu yang

[50] *Ibid*, h. 17-18
[51] *Ibid,* h. 207

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

biasa namun melalui sentuhan metode yang tepat menjadi luar biasa. Dalam pendidikan, ada metode pembelajaran yang memudahkan peserta didik memahami sebuah pelajaran. Dakwah memerlukan metode, agar mudah diterima oleh mitra dakwah. Metode yang dipilih harus benar, agar Islam dapat dimengerti dengan benar dan menghasilkan pencitraan Islam yang benar pula.

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Teknik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode. Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam sebuah metode lebih berfungsi.[52]

Sedangkan taktik adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode tertentu. Taktik sifatnya individual. Masing-masing pendakwah memiliki taktik yang berbeda dalam menggunakan teknik yang sama. Setiap pendakwah yang menjalankan kegiatan dakwahh masing-masing memiliki pendekatan, strategi, metode, teknik dan taktik yang berbeda satu sama lain. Perbedaan ini juga berlaku saat menghadapi mitra dakwah yang berbeda. Dengan demikian, keberhasilan dakwah lebih bersifat kasuistik. Keberhasilan dakwah dengan suatu metode dan teknik belum tentu sukses dalam dakwah yang lain. Namun

[52] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah:* Edisi Revisi, Cet. Ke-2, (Jakarta: Kencana, 2009) hh. 357-358

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

demikian, dari beberapa kasus tersebut dapat diambil generalisasinya.[53]

c. Evaluasi

Setelah dilakukan pengendalian semua aktivitas dakwah, maka aspek penting lain yang harus diperhatikan dalam mengelola sebuah organisasi dakwah adalah dengan melakukan langkah evaluasi. Evaluasi dakwah ini dirancang untuk memberikan penilaian kepada orang yang dinilai dan orang yang menilai atau pimpinan dakwah tentang informasi mengenai hasil karya. Tujuan dari program evaluasi ini adalah untuk mencapai konklusi dakwah yang evaluatif dan memberi pertimbangan mengenai hasil karya serta untuk mengembangkan karya dalam sebuah program.[54]

Taktik adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode tertentu. Taktik sifatnya individual. Masing-masing pendakwah memiliki taktik yang berbeda dalam menggunakan teknik yang sama. Setiap pendakwah yang menjalankan kegiatan dakwah masing-masing memiliki pendekatan, strategi, metode, teknnik dan taktik yang berbeda satu sama lain. Perbedaan ini juga berlaku saat menghadapi mitra dakwah yang berbeda. Dengan demikian, keberhasiilan dakwah lebihh bersifat kasuistik. Keberhasilan dakwah dengan suatu metode dan teknik belum tentu sukses dalam dakwah

[53] *Ibid,* h. 384
[54] M.Munir, wahyu Ilaihi, *Management Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 183

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 lain. Namun demikian, dari beberapa kasus tersebut dapat diambil generalisasinya.

Secara general, Al-Qur'an sering mengutarakan beberapa taktik yang dikhotomis. Taktik menggembirakan *(tabsyir)* berbanding dengan taktik menakut-nakuti *(tandzir)*. Memerintahkan kebaikan kearifan lokal *(al-amr bi al-ma'ruf)* berbanding dengan mencegah keburukan kearifan lokal *(al-naby'an al-munkar)*. Taktik kebebasan manusia *(Qadarriyah)* berbanding dengan keterikatan manusia *(jabariyah)* – meminjam istilah teologis. Taktik tegas *(qaul Sdid)* berbanding dengan taktik lunak *(qaul layyin)*.

Dari penjelasan diatas kita dapat mengetahui bahwa evaluasi dalam aktivitas dakwah bertujuan sebagai *monitoring* bagi seorang da'i setelah ia menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u. Apakah mad'unya bisa memahami dengan apa yang sudah disampaikan ? apakah mad'unya bisa menjadikan pesan dakwah ini sebagai pedoman yang lebih baik dalam keseharian ? atau bahkan pesan yang sudah disampaikan hanya di dengar tanpa ada manfaat sama sekali.

Keberhasilan seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya dapat diketahui dengan memberikan umpan (pertanyaan) kepada mad'u sebagai salah satu strategi untuk mengingatkan kembali pesan yang telah disampaikan. Selain itu da'i juga dapat mendatangi rumah atau lingkungan mad'u, hal ini dilakukan agar da'i dapat melihat

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

langsung apakah pesan dakwah yang telah disampaikan benar-benar dipraktekan dalam keseharian meski hanya sebagian kecil saja.

Karena evaluasi harus dilakukan dalam perencanaan dakwah, baik awal maupun akhir. Pada tahap analisis diperlukan sebuah evaluasi, materi yang akan disampaikan, metode, media, dan lain sebagainya yang menunjang aktivitas dakwah selalu dibutuhkan sebuah evakuasi.

Hasil dari evaluasi tersebut diharapkan menjadi *feedback* yang kuat, sehingga segala perencanaan yang dilakukan memang betul-betul matang. Karena sebuah perencanaan yang matang akan mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan dan kemudian berusaha mencari solusi untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut. Kematangan sebuah perencanaan itu terlihat seetelah dilakukan evaluasi. Tujuan evaluasi atas perencanaan dakwah agar perencanaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuannya.[55]

3. Da'i (Komunikator)

a. Definisi Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.

Yang dikenal sebagai da'i atau komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi:

[55] *Ibid*, h. 185

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) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang mukallaf (dewasa) dimana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah: "*Sampaikan walau satu ayat*".
2) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.[56]

b. Strategi Yang Bijak Untuk Seorang Da'i

Jika seorang da'i mampu menjalankan strategi dakwah secara bijak, Insya Allah ia akan mudah mencapai keinginannya, yakni keberhasilan dakwahnya. Nabi Muhammad SAW, sebagai imam para da'i telah menerapkan strategi dakwah secara bijak sehingga Nabi Muhammad SAW telah menyelamatkan mereka dari syirik menuju tauhid. Siasat Nabi tersebut bermanfaat besar dalam menyukseskan dakwahnya, membangun negaranya, menguatkan kekuasaanya, dan meninggikan kedudukannya. Cara strategi dakwah yang bijak adalah:

1) Memilih waktu yang kosong dengan kegiatan keagamaan sesuai dengan keinginan mad'u. Usahakan agar mad'u tidak jenuh dan waktu mereka banyak terisi dengan petunjuk, pengajaran yang bermanfaat, dan nasihat yang baik.
2) Seorang da'i harus peka ketika melihat mad'unya yang imannya masih lemah, dengan memberikan harta semampunya agar ia tetap

[56] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 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

berada dalam hidayah Islam. Allah mensyari'atkan agar mu'alaf yang baru masuk Islam diberi zakat.

3) Menjinakkan hati dengan memberi maaf ketika dihina, berbuat baik ketika disakiti, bersikap lembut ketika dikasari dan bersabar ketika didzalimi. Itulah cara-cara penting agar menarik audiens ke dalam Islam dan membuat iman mereka lebih mantap.
4) Ketika memberikan nasihat (berdakwah) harus bersikap lembut. Menyampaikan nasihat dengan menggunakan bahasa kiasan, agar mad'u tidak merasa tersinggung ketika mendengarkan nasihat dari da'i.
5) Seorang da'i harus siap menjawab berbagai pertanyaan, dan setiap pertanyaan sebaiknya dijawab secara rinci dan jelas sehingga orang yang bertanya merasa puas dengan jawaban yang diberikan da'i.[57]

c. Karakter Seorang Da'i

Karakter apa saja yang harus dimiliki seorang da'i sehingga menjadi da'i yang powerfull dan mampu menginspirasi umat untuk kembali kepada aturan Allah dan Rasul-Nya ? berikut ini ada beberapa karakter da'i yang harus kita perhatikan dan wujudkan dalam diri sebagai pengemban dakwah:

1) Percaya Pada Mabda' Islam

Bahwa Islam adalah diin yang diridhai Allah SWT dan sesuai dengan fitrah manusia, bahwa mabda' Islam adalah solusi dari

[57] Said Bin Al Qohthani, *Dakwah Islam Dakwah Bijak,* (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

segenap problematika manusia dan bila ditegakkan akan membawa rahmat bagi semua, bahwa mabda' selain Islam batil adanya, bahwa mendakwahkan mabda' Islam hingga tegak di seantero dunia adalah perbuatan mulia dan kewajiban utama.

2) Berani dan Tegas

Berani karena benar. Keberanian para pejuang kebatilan lebih berhak dimiliki oleh para da'i, cukuplah Allah sebagai pelindung dan penolong. Dialah sebaik-baik pelindung dan penolong. Ditangkap, disiksa, kehilangan pekerjaan bahkan kematian adalah resiko perjuangan. Bukanlah semua orang akan mati? Rizki telah ditetapkan Allah, anda berjuang atau tidak. Surga dan kemuliaan di sisi Allah tidak didapat secara cuma-cuma, perlu usaha.

3) Serius dan Sungguh-sungguh

Dakwah adalah pekerjaan yang sangat serius. Karenanya diperlukan kesungguhan. Dakwah menentuka tegak tidaknya Islam. Dakwah menentukan mulia tidaknya Islam. Dan dakwah Islam menentukan selamat tidaknya hidup kita di dunia dan akhirat. Maka dakwah harus dihadapi sebagai persoalan hidup atau mati.

4) Sabar dan Teguh Jiwa

Dakwah akan berhadapan dengan berbagai rintangan. Seorang da'i harus sabar dan teguh jiwa untuk menghadapi semua. Orang yang ingin menghancurkan Islam saja melakukannya penuh

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

kesabaran. Apalagi kita yang ingin menegakkan ajaran Allah dan sunnah RasulNya, maka harus benar-benar dengan sabar dan teguh jiwa.

5) Terus Belajar

Tidak ada kata berhenti belajar buat para da'i untuk terus menambah pengetahuan akan pemikiran, ide, hukum dan staqafah Islam (bahasa arab, fiqih, sirah dan sebagainya). Dari belajarlah pemahaman bertambah, kesalahn diperbaiki, sehingga kemampuan dalam berdakwah semakin meningkat. Belajar memulai membaca, baik yang surat maupun yang mencoba hal baru dan berdialog dengan orang lain. Sikap open minded sangat penting bagi seorang da'i.

6) Memperbaiki Diri

Da'i menjadi cermin pengetahuan dan pengalaman Islam bagi masyarakat. Maka, seorang da'i harus mengamalkan apa yang di serunya. Mengamalkan yang ma'ruf dan meninggalkan yang mungkar. Dengan perbaikan akhlak, ibadah, muamalah, keluarga dan semua yang tampak dari seorang da'i makin sempurna.

7) Bisa Bekerja Sama

Dakwah sebagai tegaknya mabda' Islam harus dilakukan secara berjama'ah, tidak bisa sendirian. Membangun rumah saja perlu banyak orang apalagi membangun rumah umat. Seorang da'i

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

harus bisa bekerja sama, terutama dengan anggota jam'ah dakwah.[58]

B. Kajian Teoritik

Berbagai teknik komunikasi dapat digunakan dalam berkomunikasi. Salah satu diantaranya ialah dengan komusikasi persuasif. Pengertian komunikasi persuasif, adalah berasal dari istilah *persuasion* (inggis). Sedangkan istilah *persuasion*, kata kerjanya *to persuade,* yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.

Pada umumnya situasi komunikasi suadah mencakup persuasi, sebab sebagaimana ditanyakan oleh Erwin P. Betting House bahwa "suatu situasi komunikasi harus mencakup upaya seseorang yang dengan sadar mengubah tingkah laku orang lain atau sekelompok orang lain melalui penyampaian beberapa pesan. Dapat dikatakan bahwa menggunakan teknik komunikasi persuasi ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya dengan kekerasan. Perlu dikemukakan pula disini, bahwa komunikasi persuasi sekarang ini bukan merupakan hal yang baru lagi.59

Perlu dikemukakan pula disini pendapat dari Kenneth Andersen yang menyatakan bahwa: "persuasions as a process of interpersonal communication in which the *comunicatur seeks through the use of symbols of affects the*

[58] N. Faqih Syarif H, *Kiat Dahsyat Menjadi Da'i Hebat,* (Sidoarjo: Pustaka Kaiswaran, 2010), h. 21

[59] A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 65

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

cognitions of seeks trough the use of symbols to affects the cognitions of receidesired by the communicatur"

Sedangkan berkaitan dengan koersi, dan pendapat dari Alex Inkeles bahwa:

> *"by coercion we ordinarily mean the axercise of force by constituted authorities against individuals through personal contact to act accord with social values".*

Dengan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa dikehendaki oleh komunitornya, dengan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri.

Tujuan pokok dari persuasi adalah untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tingkah laku seseorang, kelompok untuk kemudian melakukan tindakan atauperbuatan sebagaimana dikehendaki. Persuasi bukan sekedar untuk membujuk dan merayu saja, tetapi persuasi merupakan suatu teknikmempengaruhi dengan mempergunakan dan memanfaatkan data dan fakta psikologis, sosiologis dari orang-orang yang ingin kita pengaruhi. Oleh sebab itu bagi persuader (yang melakukan persuasi) harus memiliki kemampuan untuk dapat memperkirakan keadaan halayak yang dihadapi.[60]

Sebagai pegangan didalam melakukan persuasi ialah adanya suatu kenyataan bahwa orang dalam berhadapan dengan siaran-siaran komunikasi. Baik ia berupa sesuatu pesan baru yang perlu mendapat perhatiannya, maupun ajakan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu, akan memperhatikan dan

[60] A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 65

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

memperhitungkan untungruginya bagi dirinya bila saran itu diterima atau sebaliknya ditolak.

Toir Kertapati dalam Bunga Rampai asas-asas komunikasi, penerapan dan komunikasi mengatakan bahwa persuasi adalah merupakan salah satu bentuk komunikasi, ole karena itu dengan sendirinya secara teoritis harus memiliki masyarakat tertentu.

1. Pesan-pesan atau ajakan-ajakan yang disampaikan kepada masyarakat atau pihak-pihak tertentu harus dapat menstimulir sesuatu pada saran.
2. Bahwa pesan-pesan atau ajakan-ajakan itu tentunya harus berisi lambang-lambang atau tanda-tanda komunikasi yang sesuai dengan daya tangkap, daya serap,dan daya tafsir (*decoding efficiency*) dari sebagian besar masyarakat atau golongan-golongan tertentu.
3. Bahwa pesan-pesan atau ajakan-ajakan harus dapat membangkitkan keperluan atau kepentingan (*needs*) tertentu pada sasarannya dan kemudian menyarankan usaha-usaha atau upaya tertentu untuk pemenuhan harapan itu.
4. Bahwa pesan-pesan atau ajakan-ajakan yang menyarankan usaha dan upaya hendaknya disesuaikan (di-adjust) dengan situasi dan norma kelompok dimana sasaran itu berada.
5. Bahwa pesan-pesan atau ajakan-ajakan harus dapat membangkitkan harapan-harapan tertentu dan sebagainya.

Tujuan sesuatu pilihan dalam teknik komunikasi adalah dalm rangka memperoleh efek yang sebesar-besarnya, sifatnya tahan lama bahkan kalau

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

mungkin bersifat abadi. Jika suatu komunikasi beehasil mengubah perilaku, kepercayaan dan sikap seseorang atau khalayak, maka perubahan dimaksud harapkan benar-benar dapat tahan lama.[61]

Proses komunikasi terdiri atas tiga varietas yang sangat penting, yaitu informasi dan dialog (smith, 2002: 113-117), yang kesemuanya akan menghasilkan komunikasi efektif. Dalam proses komunikasi, yang perlu diingat, adalah bahwa setiap saat terjadi proses komunikasi yang menghasilkan beribu-ribu komunikasi, terjadi proses saling mempengaruhi diantara pelaku komunikasi dan terjadi dialog guna berbagi (sharing) yang mendalam diantara para pelaku, sehingga diperoleh pemahaman bersama tentang suatu hal.[62]

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Muhammad Anis, skripsi berjudul "Strategi Dakwah Lintas Agama Ustadz H. Djayadi di Desa Kediri Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan Bali". Adalah mengenai dakwah kultural yakni strategi dakwah Ustadz Djayadi untuk masyarakat Bali.

Yang menjadi perbedaan adalah, skripsi terdahulu sasaran dakwahnya ialah orang-orang yang butuh kepada dai karena sebagian mad'u adalah orang-orang yang berobat kepada Ustadz H. Djayadi. Sehingga model strategi yang diselidiki berkisar pada langkah-langkah Ustadz H. Djayadi. Dalam mempersiapkan diri untuk berdakwah. Sedangkan skripsi ini meneliti tentang

---

[61] A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 66

[62] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi,* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 207

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 Dakwah Ustadz M. Mushthofa Mubasysyir yang membahas tentang bagaimana strategi dakwah beliau agar mudah diterima oleh masyarakat sehingga masyarakat bisa mengatahui mana pengetahuan yang benar dan mana yang salah.

Persamaan dalam penelitian yang terdahulu dengan penelitian ini adalah, sama membahas tentang strategi dakwah yang digunakan para Muballigh.

Rusdan Latora, skripsi berjudul "Strategi Dakwah Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama. Lokasi penelitiannya berada dikelurahan Margorejo, Surabaya yang tepatnya dimasjid Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama. Kedua organisasi ini mempunyai strategi yang berbeda dalam berdakwah dan masalah inilah yang menjadi fokus penelitiannya. Jadi ia mencoba mendiskripsikan secara komparatif strategi dakwah antar kedua organisasi itu.

Sebelum ia ketengahkan perbedaan startegi dakwah kedua organisasi Islam itu terlebih dahulu dikemukakan persamaan strategi dakwah mereka. Persamaannya adalah keduanya ingin mewujudkan nilai-nilai Islam dalam hidup dan kehidupan orang-orang Kafir menjadi Muslim dan Mukmin dan menyampaikan ajaran agama Islam kepada umat Islam dilingkungan sekitar yang lalai dan dangkal ilmu pengetahuannya tentang Islam, agar mereka kembali sadar atas kekeliruannya dan mempertebal ketaqwaannya kepada Allah SWT.

Selanjutnya yang menjadi perbedaan strategi dakwah kedua organisasi Islam tersebut ialah: pertama, dalam segi dakwah akidah. Muhammadiyah

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

ingin kembali pada ajaran Tauhid sedangkan Nahdlatul Ulama menerima budaya sinkretis. Kedua, dalam segi sumber hukum. Muhammadiyah hanya berpedoman pada Al-Qur'an, Al-Hadits, Ijma' dan Qiyas. Ketiga dalam segi Ijtihad yakni Imam Maliki, Imam Hambali, dan Imam Syafi'i. Keempat, dalam segi kitab yang dikaji yakni Muhammadiyah mengaji kitab Khilafiah yang telah memasukkan pelajaran-pelajaran umum. Sedangkan Nahhdlatul Ulama mempelajari kitab Salafiyah yang mempertahankan kitab-kitab klasik sebagai inti pendidikan di pesantren.

Perbedaan skripsi Rusdan Latora dengan skripsi ini terletak pada sasaran juga. Latora mencoba mengkomperasikan antara strategi dakwah Muhammadiyah dan strategi dakwah Nahdlatul Ulama. Sedangkan dalam strategi ini, sasaran tidak difokuskan pada kedua organisasi Islam itu tetapi sasaran penulisnya difokuskan padas dakwahnya Ustadz M. Mushthofa Mubasysyir. Persamaan skripsi Rusda Latora dan skripsi ini terletak pada fokus yang dikaji yakni sama-sama mengkaji strategi yang digunakan oleh seorang muballigh.

Pada tahun 2003 Unif Qolidah juga menulis skripsi dalam topik dakwah "Ditengah Masyarakat Kristen (Studi Tentang Strategi Dakwah Interaksi Sosial Kyai Misani di Tengah Masyarakat kristen di Dusun Ngasem Desa Ngasem Lemah Abang Kecamatan Ngimbang Kabupaten Lamongan)" dalam penelitiaan ini disimpulkan bahwa strategi dakwah yang digunakan oleh Kyai Misani dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya adalah menggunakan strategi dakwah interaksi sosial, yaitu memanfaatkan setiap aktivitas sosial

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 Kyai Misani, baik yang formal maupun non-formal dalam menjalani kehidupan sehari-hari ditengah masyarakat Ngasem, seperti gotong royong, penghijauan, *jandoman*, atau *cangkruan* dan lain sebagainya, yang berikan sebuah keteladanan yang baik sesuai dengan nilai-nilai ajaran yang ditunjukkan langsung di hadaapan masyarakat.

Perbedaan skripsi ini dengan skripsi yang disusun oleh Unif Qolidah adalah penelitian Unif lebih difokuskan pada strategi dakwah B*il-Haal*, sedangkan dalam skripsi ini kajian difokuskan pada strategi dakwah *Bil-Lisan.*

Persamaan skripsi ini sama-sama membahas tentang strategi dakwah yang digunakan oleh muballigh dan memiliki kesamaan dengan obyek dakwah yang heterogen artinya sama-sama agama Islam.

Maulidia Arianti Yosita, skripsi berjudul: Tawasul Sebagai Strategi Dakwah (Studi Retorika dalam Pengajian Rutin Mingguan). Skripsi ini membahas tentang strategi dakwah seorang da'i, dimana tawassul adalah salah satu dari strategi dakwahnya. Skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Adapun perdedaan skripsi ini dengan skripsi Maulidia yaitu pada judul yang membedakan antara Strategi Dakwah Ustadz M. Mushthofa dengan Tawassul sebagai Strategi dakwah. Jika skripsi ini bersifat umum untuk meneliti dan mengkajinya, jika skripsi Maulidia terpaku pada Tawassul yang mana sebagai salah satu strategi dakwah si da'i.

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

Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan tidak lain sama membahas 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