

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penelitian berkaitan dengan strategi dakwah Ustadz sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Namun demikian terdapat persamaan dan perbedaan di masing-masing penelitian karena bisa saja penekanan-penekanan dalam penelitian tentu saja ada perbedaan. Peneliti mengambil sepuluh penelitian terdahulu mengenai strategi dakwah sebagai tinjauan pustaka pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Penelitian pertama oleh Yulia Astuti (2015). Tema penelitian ini dengan strategi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Musthofa Mubasyir yang menyakini bahwa melalui pendidikan intelektual dan kegiatan sosial akan dapat membawa suatu perubahan, selanjutnya komunikasi juga menjadi kata kunci yang terpenting dalam menjalankan dakwah. Subyek dalam penelitian ini adalah Ustadz Musthofa Mubasyir dan masyarakat umum yang mendengar ceramah. Sedangkan penelitian penulis Subyeknya adalah Ustadz Sayid Satria Baja Islam dan Pengemudi Becak di Pasar Beringharjo yang ditekankan kepada komunitas pengemudi becak untuk senantiasa bersyukur dengan rezeki yang telah diberikan oleh Allah SWT, sebagai subyek penelitian.²

Kedua Nurdalilah (2019). Penelitian Nurdalilah ini bertujuan mengetahui respon jama'ahnya terhadap Ustadz Khalid Basalamah, selain itu bertujuan mengetahui perjalanan dakwah Ustadz Khalid Basalamah, sedangkan metode penelitiannya deskriptif kualitatif yang digunakan adalah dengan pendekatan

²Pangesti, Y. (2015). "*Strategi Dakwah Ustadz M. Mushfhofa Mubasysyir* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)".

langsung kepada subyek melalui bakti sosial. Dalam penelitian Nurdalilah menyimpulkan bahwa strategi dakwah yang khas Ustadz yaitu melalui akses ekonomi, melalui program sedekah kreatif melalui media sosial. Sedangkan penelitian ini memberikan tausiah kepada Komunitas Pengemudi Becak Beringharjo Mengaji karena sudah secara rutin setiap hari Jum'at siang di Masjid Muttaqien Pasar Beringharjo mengadakan pertemuan.³

Ketiga, Widiawati (2018). Penelitiannya adalah strategi dakwah Ustadz Misja “Dalam Meningkatkan Pemahaman Keberagamaan Masyarakat” Widiawati ini penelitiannya sampai pada bagaimana masyarakat itu bisa mengobati dirinya sendiri dengan melakukan zikir, salah satu tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui respon dan hasil masyarakat ketika mengikuti kegiatan pengajian. Metode analisa datanya menggunakan analisis deskriptif kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menambah ilmu ketahuidan setelah mengikuti kegiatan pengajian. Dalam analisa sama-sama menggunakan analisa deskriptif kualitatif.⁴

Keempat, Puspitasari (2018). Judul penelitiannya adalah strategi dakwah Ustadz Abdul Somad “Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah melalui Media Sosial YouTube”. Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah melalui klarifikasi di media sosial YouTube yang dilakukan Ustadz Abdul Somad. Metode penelitiannya menggunakan metode dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Ada kesamaan dan penelitian ini adalah metode analisisnya menggunakan diskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah terkait dengan klarifikasi

³Nudalilah, S. (2019). *“Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Dalam Mensyiarkan Dakwah, Tahun 1440 H/2019 M* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Serang Banten”.

⁴Widiawati, W. (2018). *“Strategi Dakwah Ustadz Misja dalam Meningkatkan Pemahaman Keberagamaan Masyarakat (Studi Kasus Lingkungan Cidangdang Kel. Rawaarum Kec. Grogol Kota Cilegon)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri”Sultan Maulana Hasanuddin” Banten)”.

penolakan dan kendalanya dalam menggunakan strategi dakwah.⁵

Penelitian kelima dilakukan oleh Afifah, (2017). Sama-sama meneliti tentang strategi dakwah terhadap komunitas masyarakat. Afifah membahas tentang zikir yang berulang-ulang dapat membawa kebaikan bagi masyarakat yang terpinggirkan, sedangkan penelitian ini lebih kepada memberikan motivasi untuk bersyukur dalam menjalani hidup, dimana kehidupan akan terasa damai jika setiap umat bersyukur atas apa yang diberikan Allah terhadap hambanya. Jika ditinjau dari metode analisisnya sama-sama menggunakan analisis deskriptif kualitatif sedangkan subyeknya berbeda.⁶

Keenam penelitian yang dilakukan oleh Nuryazmi (2015) dengan mengambil tema “Strategi Dakwah Ustadz Muhammad Arifin Ilham di Kalangan Masyarakat Perkotaan”. Muhammad Yusra dalam penelitian ini menekankan pada teori Manajemen Strategi Konsep, sedangkan penelitian ini lebih hanya mendeskripsikan kondisi riil antara subyek dan obyek penelitiannya.⁷

Selanjutnya peneliti ketujuh yaitu Damayanti (2015). Meneliti tentang “Strategi Dakwah Ustadz Riza Muhammad Dikalangan Remaja Masjid Al- Ikhlas Bintaro”. Sama-sama meneliti tentang strategi dakwah. Penelitian ini menggunakan media Televisi dalam berdakwah, sedangkan Penelitian ini melakukan tatap muka di dalam Masjid Muttaqien Pasar Beringharjo. Obyek dalam penelitian ini adalah kaum muda karena anak muda saat ini lebih tertarik pada media dibandingkan dengan strategi atau ceramah dengan model kelas yang terkesan menggurui.⁸

⁵Puspitasari, I. N. (2018). *“Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui, Media Sosial youtube.* (Bachelor’s thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)”.

⁶Afifah, A. (2017). *“Strategi Dakwah Ustadz Syaib Mohammed Arsalan Ar Rinbany : studi deskripsi komunitas terpinggirkan di Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)”.

⁷Nuryazmi, M.Y. (2015). *“Strategi Dakwah Ustadz Muhammad Arifin Ilham di Kalangan Masyarakat Perkotaan”*

⁸Damayanti, D. (2015). *“Strategi Dakwah Ustadz Riza Di Klanagan Remaja Masjid Al-Ikhlas*

Kedelapan penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2015) dengan mengambil tema “Strategi Dakwah Ustadz Ahmad Rifky Umar Said Dalam Menyiarkan Agama Islam di Kelurahan Pondok Petir Kecamatan Bojongsari Kota Depok”. Sama-sama meneliti tentang strategi dakwah dan sama-sama berada di kota. Maulana meneliti pada lingkungan/ pondok-pondok Pesantren sedangkan penelitian ini meneliti Komunitas Pengemudi Becak di Pasar Beringharjo.⁹

Selanjutnya penelitian kesembilan yang dilakukan oleh Firdaus (2015). Dengan tema “Strategi Dakwah Ustadz H. Gustiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam”. Dalam penelitiannya sama-sama meneliti tentang strategi dakwah, ada perbedaan dalam berdakwah Achmad Riad Firdaus dalam penelitiannya melalui media Radio sedangkan penelitian ini langsung dengan pertemuan dalam suatu majelis.¹⁰

Kesepuluh penelitian yang dilakukan oleh Iskandar (2018). Dengan tema yaitu “Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad”. Iskandar dalam penelitian ini menekankan pada landasan *da'i* dalam menyampaikan dakwah, sedangkan dalam penelitian ini lebih kepada pemahaman terhadap ketauhidan. Kesimpulan dalam penelitian yang dilakukan oleh Iskandar ada 4 yaitu :

- 1) Membangun kekuatan komunikator,
- 2) Identifikasi target,
- 3) Pesan yang bersifat humoris, ringan dan santai, dan
- 4) Adalah menggunakan adaptasi Manhaj wasatyiah.

Bintaro Sektor Sembilan”.

⁹Maulana, A. (2015). “*Strategi Dakwah Ustadz Ahmad Rifky Umar Said Dalam Menyiarkan Islam Di Kelurahan Pondok Petir Kecamatan Bojongsari Kota Depok*”

¹⁰Firdaus, A. R. (2015). “*Strategi Dakwah Ustadz H. Gustiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Pendengar Tentang Ajaran Islam Melalui Program Optimis (Obrolan Seputar Iman Dan Islam) Di Radio Cbb 105, 4 Fm*”.

Dengan demikian persamaan dan perbandingan ini menunjukkan strategi dari masing-masing Ustadz dalam menyampaikan dakwahnya tentulah berbeda sesuai dengan model dan gaya masing-masing.¹¹

¹¹Iskandar, F. I. (2018). *“Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad* (Doctoral dissertation, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

Secara ringkas perbandingan sepuluh tinjauan pustaka diatas dapat dilihat dengan rencana penelitian penulis dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.1
Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITIAN TERDAHULU		PERBANDINGAN	
	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Yulia Pangestuti (2015)	Strategi Dakwah Ustadz M. Mushthofa Mubasysyir.	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah	Subyek penelitian Pangestuti adalah Ustadz M..MutofaMubasysyir, sedangkan tujuan penelitian untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan Ustadz M. Mushthofa Mubasysyir. Dalam penelitian ini untuk mengetahui kendala yang dihadapi Ustadz Sayid Satria Baja Islam dalam menjalankan dakwahnya kepada Komunitas Pengemudi Becak di Pasar Beringharjo.
2	Siti Nurdalilah (2019)	Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Dalam Mensyiarkan Dakwah,	Sama-sama meneliti tentang Strategis Dakwah	Penelitian Nurdalilah ini Subyeknya adalah Ustadz Khalid Basalamah sedangkan tujuannya ingin mengetahui respon masyarakat tentang dakwahnya. Sedangkan penelitian ini adalah komunitas pengemudi Becak di Pasar Beringharjo dengan pola ceramah dan tanya jawab bertemu langsung dengan Ustadz Sayid Satria Baja Islam.
3	Wiwi Widiawati (2018)	Strategi Dakwah Ustad Misja Dalam Meningkatkan Pemahaman Keberagamaan Masyarakat	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah	Widiawati penelitiannya ini sampai pada bagaimana masyarakat itu bisa mengobati dirinya sendiri dengan melakukan zikir. Sedangkan penelitian ini tidak sampai kepada pengobatan.
4	Indi Nur Puspitasari (2018)	Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial YouTube	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah	Puspitasari membahas penolakan Ustadz Somad di Media YouTube sebagai subyek, sedangkan Penelitian ini Subyeknya adalah Komunitas Pengemudi Becak di Pasar Beringharjo.
5	Afifah (2017)	Strategi Dakwah Ustadz Syuaib Mohammed Arsalan Ar Rinbany	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah terhadap komunitas masyarakat.	Afifah mengambil obyekStrategi Dakwah dan Komunitas Terpinggirkan (Gelandangan Pengemis dan Gepeng) sedangkan penelitian ini lebih kepada memberikan motivasi untuk bersyukur dalam menjalani hidup bagi komunitas Pengemudi Becak.

NO	PENELITIAN TERDAHULU		PERBANDINGAN	
	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
6	Muhammad Yusra Nuryazmi (2015)	Strategi Dakwah Ustadz Muhammad Arifin Ilham di Kalangan Masyarakat Perkotaan	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah dimasyarakat perkotaan.	Nuryazmi dalam penelitian ini menekankan pada teori Manajemen Strategi Konsep, sedangkan metode penelitian diskriptif kualitatif mendata secara riil antara subyek dan obyek penelitiannya.
7	Dina Damayanti (2015)	Strategi Dakwah Ustadz Riza Muhammad Dikalangan Remaja Masjid Al- Ikhlas Bintaro	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah	Obyek Penelitian ini menggunakan media TV dalam berdakwah, sedangkan Penelitian ini melakukan tatap muka di dalam Masjid Muttaqien Pasar Beringharjo.
8	Andri Maulana. (2015)	“Strategi Dakwah Ustadz Ahmad Rifky Umar Said Dalam Menyiarkan Islam Di Kelurahan Pondok Petir Kecamatan Bojongsari Kota Depok”	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah dan sama-sama berada di kota.	Maulana meneliti pada lingkungan /pondok-pondok Pesantren sedangkan penelitian ini meneliti komunitas Pengemudi Becak di Pasar Beringharjo.
9	Achmad Riad Firdaus (2015)	Strategi Dakwah Ustadz H. Gustiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah	Firdaus dalam penelitiannya melalui media Radio sedangkan penelitian ini langsung dengan pertemuan dalam suatu majelis.
10	Irhas Fadhly Iskandar (2018).	Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad	Sama-sama meneliti tentang Strategi Dakwah	Iskandar dalam penelitian ini menekankan pada landasan ilmu da'i dalam menyampaikan dakwah, sedangkan dalam penelitian selain strategi Ilmu dasar juga ini lebih kepada pemahaman terhadap ketauhidan.

B. Kerangka Teori

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani dalam sebuah kutipan yang penulis ambil strategi adalah sebagai berikut :

“*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 kegiatan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi dan dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat”.¹²

Lebih lanjut kata strategi dapat dibedakan dalam pengertian seperti sebuah barang atau seperti penjelasan yang disampaikan oleh Webster berikut ini “*Webster’s New Twentieth Century Dictionary* menyatakan bahwa taktik menunjukkan hanya pada kegiatan mekanik saat menggerakkan benda-benda, sedangkan strategi adalah cara pengaturan untuk melaksanakan taktik itu”.¹³ atau bisa juga berarti “kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu”.¹⁴

Dalam proses penentuannya, strategi ini merupakan proses berpikir yang mencakup pada apa yang disebut *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Maksudnya, strategi dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara terpusat dan hati-hati sehingga bisa memilih dan memilah tindakan-tindakan yang lebih efektif

¹²Anwar Arifin, “*Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 227.

¹³Kustadi Suhandang, “*Retorika: Strategi, Teknik dan Taktik Berpidato*” (Bandung: Penerbit Nuansa, 2009), 90

¹⁴Syukriadi Sambas & Acep Aripudin, “*Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antarbudaya*” (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 138.

untuk mencapai suatu tujuan.¹⁵ Strategi juga bisa berupa menyusun rencana-rencana dan langkah-langkah yang akan ditempuh.¹⁶ Dengan demikian istilah strategi ini antara lain menunjuk pada upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

Dalam sebuah buku Little John menyamakan strategi atau taktik dengan suatu tindakan dan metodologinya yang sangat mendasar seperti dikemukakan Burke sebagai *the dramatic pentad* (segi lima dramatik) dengan perincian sebagai berikut:

Pertama “*Act* (aksi) yaitu apa yang harus dikerjakan oleh aktor (pelaku). Segi pertama ini menjelaskan tentang apa yang harus dimainkan aktor, apa yang sebaiknya dilakukan, dan apa yang seharusnya diselesaikan”.

Kedua “*Scence* (suasana) yaitu situasi atau keadaan di mana tindakan (kegiatan) itu dilangsungkan. Segi yang kedua ini meliputi penjelasan tentang keadaan fisik maupun budaya serta lingkungan masyarakat di mana kegiatan itu akan dilaksanakan”.

Ketiga “*Agent* (agen) yaitu diri pelaku sendiri yang harus dan akan melaksanakan tugasnya, termasuk semua yang diketahui tentang substansinya. Substansi itu sendiri mencakup semua aspek kemanusiaannya, sikapnya, pribadinya, sejarah kehidupannya, dan faktor-faktor terkait lainnya”.

Keempat “*Agency* (perantara) yaitu instrumen atau alat yang akan dan harus digunakan oleh aktor (agen selaku pelaku) dalam melakukan tindakannya. Mungkin meliputi saluran-saluran komunikasi, jalan pikiran,

¹⁵Kustadi Suhandang, “Retorika: Strategi, Teknik dan Taktik Berpidato”, 91.

¹⁶Asep Muhyiddin dan Agus Achmad Syafi’l, “Metode Pengembangan Dakwah” (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), 87.

lembaga (media), cara, pesan (*message*), atau alat-alat terkait lainnya.

Kelima “*Purpose* (tujuan) yaitu alasan untuk bertindak yang diantaranya mencakup tujuan teoritis, akibat atau hasil (dari tindakannya itu) yang diharapkan”.¹⁷

Strategi pada dasarnya yaitu suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) itu sendiri adalah untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, tentu strateginya harus focus pada tujuan yang diharapkan sekaligus menjalankan operasioanal yang telah ditetapkan.¹⁸ Dari beberapa uraian tersebut maka dapat berkesimpulan strategi itu sendiri merupakan rencana yang akan dicapai atau mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien.

Pengertian kata Dakwah berasal dari bahasa arab, atau dalam bentuk masdar dari da’ā-yad’ū-da’wah yang artinya menyeru, memanggil, mengajak, dan mengundang¹⁹. Ada pendapat dari Ibnu Manzhūr dalam Lisān Al-Arab mengartikan dakwah merupaka suatu pembelaan, terhadap apa yang diyakin karena belum tentu benar menurut mereka yang berbeda pandangan.²⁰ Senada dengan apa yang disampaikan dalam Al-Qāmūs Al-Muhīth namun lebih mengarah pada tujuan atau dapat dikatakan “Dakwah adalah suatu usaha berupa perkataan ataupun perbuatan untuk menarik seseorang kepada suatu aliran atau agama tertentu”.²¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata Dakwah diartikan Penyiaran, propaganda, penyiaran

¹⁷Ibid., 92

¹⁸Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 32.

¹⁹Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al-Munawwir* (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1994), 439.

²⁰Ibn Manzhūr, “*Lisān al-Arab*” (Beirut: Dar al-Fikr, 1990), Jilid XIV, 259.

²¹Fairuzabadi, *Al-Qāmūs al-Muhīth* (Kairo: Mustafâ bâb al-Halabi wa Awladuh, 1952), 329.

agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.²²

Oleh Ali Aziz mengurai kata dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal ‘ain, dan wawu. Masing-masing huruf mempunyai makna yang beragam arti jika di pahami maknanya sebagai berikut seperti makna “memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi”.²³

Adapun pengertian dakwah secara istilah sudah banyak para ahli yang mengemukakan. Ali Aziz dalam bukunya, Ilmu Dakwah, mengumpulkan definisi dakwah dari para ahli.²⁴ Ia menyimpulkan bahwa, secara umum, definisi dakwah yang dikemukakan para ahli tersebut menunjuk pada kegiatan yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Perubahan positif ini diwujudkan dengan peningkatan iman, mengingat sasaran dakwah adalah iman. Karena tujuannya baik, maka kegiatannya juga harus baik. Ukuran baik dan buruk adalah syariat Islam yang termaktub dalam Al-Qur’an dan Hadis. Dengan ukuran ini, metode, media, pesan, teknik, harus sesuai dengan maksud syariah Islam (maqāsid al-Syariah). Karenanya, pendakwah pun harus seorang muslim. Berdasar pada rumusan definisi di atas, maka secara singkat, dakwah adalah kegiatan peningkatan iman menurut syariat Islam.²⁵

Lebih lanjut Ali Aziz menjelaskan bahwa apabila definisi dakwah

²²Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 232.

²³Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 6.

²⁴Ibid., 11.

²⁵Ibid., 19

dari para ahli dikaitkan dengan beberapa fenomena dakwah, pemahaman dakwah dari sudut bahasa, serta pengembangan makna konsep dakwah di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dakwah merupakan proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat Islam. Proses menunjukkan kegiatan yang terus-menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Peningkatan adalah perubahan kualitas yang positif dari buruk menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik.

Peningkatan iman termanifestasi dalam peningkatan pemahaman, kesadaran, dan perbuatan. Untuk membedakan dengan pengertian dakwah secara umum, syariat Islam sebagai pijakan, hal-hal yang terkait dengan dakwah tidak boleh bertentangan dengan dengan Al-Qur'an dan Hadis.²⁶

Berdasarkan uraian diatas maka strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Atau Mengajak kepada kebaikan dengan menggunakan perencanaan yang baik serta terukur sehingga tepat sasaran dan tujuannya bisa tercapai.

1) Adapun strategi dakwah menurut para ahli yaitu:

- a) Menurut Al-Bayanuni, strategi dakwah adalah ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah.²⁷
- b) Abu Zahrah, Strategi dakwah Islam adalah perencanaan dan penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara

²⁶Ibid., 19-20.

²⁷Dalam, Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 351.

rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.²⁸

c) Asmuni Syukir, strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat, taktik atau maneuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.²⁹

d) Moh. Ali Aziz, Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.³⁰

2) Dalam strategi dakwah, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu:

a) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.

b) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum melakukan strategi, perlu di rumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.³¹

Dalam sebuah buku Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam yang ditulis oleh Asmuni Syukir, menyatakan bahwa dakwah itu harus strategi yang digunakan dalam usaha menjalankan strategi dakwah haruslah beberapa asas dakwah. Berikut adalah asas-asas yang harus ada dalam dakwah yaitu sebagai berikut :

1) “Asas filosofis, asas ini membicarakan masalah yang erat

²⁸Syukriadi Sambas & Acep Aripudin, “*Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antarbudaya*”, 138.

²⁹Asmuni Syukir, “*Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*” (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), 32.

³⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 349.

³¹*Ibid.*, 350.

hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah”.

- 2) “Asas kemampuan dan keahlian da’i (*achievement and profesionalis*), asas ini menyangkut pembahasan mengenai kemampuan dan profesionalisme da’i sebagai subjek dakwah”.
- 3) “Asas sosiologis, asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di suatu daerah, filosofis sasaran dakwah, sosiokultural sasaran dakwah dan sebagainya”.
- 4) “Asas psikologis, asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da’i adalah manusia, begitu juga sasaran dakwahnya yang memiliki karakter unik dan berbeda satu sama lain. Pertimbangan-pertimbangan masalah psikologis harus diperhatikan dalam proses pelaksanaan dakwah”.
- 5) “Asas efektivitas dan efisiensi, maksud asas ini adalah di dalam aktivitas dakwah harus di usahakan keseimbangan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. Sehingga hasilnya dapat maksimal”.³²

b. Prinsip – Prinsip Strategi Dakwah

Berdasarkan pada makna dan urgensi dakwah, serta kenyataan dakwah dilapangan dan aspek-aspek normatif tentang dakwah yang terdapat dalam Al-Qur’an dan sunnah, maka ditemukan prinsip strategi dakwah yang dikemukakan oleh Dr. Muhammad Idris dalam bukunya Ilmu dakwah, yaitu antara lain sebagai berikut :³³

1) Memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal

Sebagai langkah awal dalam berdakwah, terlebih dahulu harus diperjelas sasaran apa yang ingin dicapai, kondisi umat Islam bagaimana yang diharapkan. Baik dalam wujudnya sebagai individu maupun wujudnya sebagai suatu komunitas masyarakat.

³²Asmuni Syukir, “*Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*”, 32-33.

³³Dr. Muhammad Idris, “*Ilmu Dakwah*” (Jakarta: Kencana, 2001), hal. 20-21

2) Merumuskan masalah pokok umat Islam

Dakwah bertujuan untuk menyelamatkan umat dari kehancuran dan untuk mewujudkan cita-cita ideal masyarakat. Rumuskanlah terlebih dahulu masalah pokok yang dihadapi umat, kesenjangan antara sasaran ideal dan kenyataan yang konkrit dari pribadi-pribadi muslim, serta kondisi masyarakat dewasa ini. Jenjang masalah ini pun tidak sama antara kelompok masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lainnya. Setiap kurun waktu tertentu harus ada kajian ulang terhadap masalah itu seiring dengan pesatnya perubahan masyarakat tersebut.

3) Merumuskan isi dakwah

Jika kita sudah berhasil merumuskan sasaran dakwah serta masalah yang dihadapi masyarakat Islam, pada langkah selanjutnya adalah menentukan isi dakwah itu sendiri. Isi dakwah harus sinkron dengan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran yang telah ditetapkan. Ketidak sinkronan dalam menentukan isi dakwah ini bisa menimbulkan dampak negatif yang disebut dengan istilah “*split personality*” atau “*double morality*” pribadi muslim. Misalnya seorang muslim yang beribadah, tetapi pada waktu yang sama ia dapat menjadi pemerias, penida, koruptor dan perbuatan tercela lainnya.

Jadi, untuk bisa menyusun dakwah secara tepat, dibutuhkan penguasaan ilmu yang komprehensif atau dengan menghimpun pemikiran-pemikiran beberapa pakar dari berbagai disiplin ilmu

c. Dasar-Dasar Strategi Dakwah

Sebuah strategi harus dilandasi dengan dasar-dasar yang jelas. Banyak teori ataupun landasan yang kita temukan tentang strategi dakwah, salah

satunya adalah dasar-dasar strategi dakwah yang dikemukakan oleh Asmuni Syukur. Syukur menjelaskan ada beberapa landasan atau dasar yang harus diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan dakwah, yaitu :

1) Dasar Filosofis

Dasar filosofis berbicara mengenai hal-hal yang erat kaitannya dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai dalam kegiatan dakwah.

2) Dasar Kemampuan dan Keahlian Da'i

Seorang da'i haruslah mempunyai kemampuan dan keahlian, diantara ilmu pengetahuan yang harus diketahui seorang da'i ialah kepribadian da'i, materi dakwah, tujuan dakwah, objek dakwah yaitu masyarakat, media dakwah dan metode dakwah.

3) Dasar Sosiologis

Dasar ini membahas hal-hal yang berkaitan dengan kondisi dan keadaan objek dakwah dari segi sosialnya.

4) Dasar Psikologis

Dasar psikologis membahas mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kejiwaan atau kondisi psikologis seseorang.

5) Dasar Efektifitas dan Efisiensi

Yang dimaksud di sini ialah bahwa dakwah harus menyeimbangkan biaya, waktu ataupun tenaga yang dikeluarkan dengan hasil yang dicapai, bahkan lebih baik jika yang dikeluarkan sedikit namun hasil dapat maksimal.

d. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah

Menurut Sa'id bin Ali bin Wahif al-Qathani dalam menentukan strategi dakwah dibagi dalam enam bentuk, yaitu :

- 1) Memilih waktu kosong dan kegiatan terhadap kebutuhan penerima dakwah (*audience*). Usahakan mereka tidak jenuh dan waktu mereka banyak terisi dengan petunjuk, pengajaran yang bermanfaat dan nasihat yang baik. Nabi SAW tidak selalu menonton dalam memberikan nasihat, sehingga orang yang dinasihati tidak merasa bosan. Strategi dakwah yang dicontohkan Nabi SAW diikuti oleh para sahabat. Sabda Nabi SAW yang artinya : “*Permudahlah dan jangan kamu persulit*” *berilah kabar gembira dan jangan berkata yang membuat mereka lari jauh.*” (HR. Bukhari dan Muslim).
- 2) Jangan memerintahkan sesuatu yang jika tidak dilakukan, terkadang seorang *da'i* menjumpai suatu kaum yang sudah mempunyai tradisi mapan. Tradisi tersebut tidak menentang syariat, tetapi jika dilakukan perombakan akan mendatangkan kebaikan. Jika seorang *da'i* menyadari bahwa apabila dilakukan perombakan akan terjadi fitnah, maka hal itu tidak perlu dilakukan.
- 3) Menjinakkan hati. Dilakukan dengan memberi maaf ketika dihina, berbuat baik ketika disakiti, bersikap lembut ketika dikasari dan bersabar ketika dizalim. Cemoohan dibalas dengan kesabaran, tergesa-gesa dibalas dengan kehati-hatian. Itulah cara penting yang dapat menarik penerima dakwah (*audience*) ke dalam Islam dan membuat iman mereka mantap. Dengan cara-cara tersebut Nabi SAW mampu menyatukan hati para sahabat disekitarnya. Mereka bukan saja sangat mencintai beliau tetapi juga ikut menjaga dan membela beliau dalam dakwahnya.
- 4) Pada saat memberi nasihat, jangan merujuk langsung kepada orangnya, tetapi berbicara kepada sasaran umum. Misalnya apabila seorang *da'i*

dihadapkan dengan *mad'u* yang terdiri dari golongan atas ia ingin memberikan ceramahnya tentang korupsi maka pandai-pandai lah seorang *da'i* dalam memilih contoh kasus yang akan disampaikan.

- 5) Memberikan sarana yang dapat mengantarkan seorang pada tujuannya.
- 6) Seorang *da'i* harus siap menjawab berbagai pertanyaan, setiap pertanyaan sebaiknya dijawab secara rincian jelas sehingga orang bertanya merasa puas.

e. Unsur-unsur Strategi Dakwah

1) Perumusan Strategi Dakwah

Perumusan dimaksudkan untuk penetapan strategi dakwah sebagai sebuah bentuk perubahan yang terencana, merupakan hal yang kompleks dan memerlukan kecerdasan, kemampuan manajerial, keterampilan berorganisasi dan visi atau tujuan ke depan. Strategi ini dalam upaya untuk meminimalkan berbagai persoalan yang bersifat teknis maupun bersifat psikologis, sosial, kultural, dan hal-hal yang memungkinkan adanya konfrontasi atau kontradiksi dengan pesan-pesan lain yang merupakan “pesan dakwah”.

Dakwah adalah sebagai salah satu jenis komunikasi manusia, tidak dapat dikontrol atau dikendalikan satu atau dua aspek saja dari semua aspek yang kompleks, kecuali dengan komunikator, pesan dan metode yang tepat. Sedangkan unsur khalayak dan media massa seringkali sangat sulit dikendalikan. Bahkan sebaliknya untuk sebuah komunikasi yang efektif khalayak dan media massa justru dapat menjadi pengendali, dalam arti bahwa dakwah harus menyesuaikan diri dengan unsur-unsur yang terdapat dalam sisten yang ada dalam

media massa tersebut. Artinya bahwa inti dan isi pesan atau materi (*maddah*) dakwah, metode (*thariqahh*) dan komunikator (*da'i* atau mubaligh) harus menyesuaikan diri dengan kondisi khalayak dan media (*wasilah*) massa dan media interaktif yang tersedia.

Atas dasar hal tersebut diatas, maka langkah strategi yang harus dirumuskan adalah :

- (a) Menentukan metode.
- (b) Mengenal khalayak.
- (c) Menyusun pesan yang baik.
- (d) Tersedianya komunikator dakwah dan organisasi dakwah yang terpercaya.
- (e) Memilah dan memilih media dan saling berinteraktif untuk membangun dan membina citra dan opini publik yang berpihak kepada dakwah dan Islam secara berkesinambungan.

Oleh karena itu strategi dakwah adalah penggabungan yang tepat antara unsur-unsur dakwah yang dimulai dari *da'i* dan mubaligh serta organisasi atau lembaganya, pesan, metode dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak.³⁴

Dari semua unsur yang disampaikan diatas, maka yang paling utama adalah unsur komunikator (orang dan lembaga), karena komunikatorlah yang membuat perencanaan dan perumusan strategi

³⁴Anwar Arifin, "*Dakwah Kontemporer : Sebuah Studi Komunikasi*" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hlm. 232

untuk terwujudnya efektivitas dakwah. Oleh karena itu komunikator mempunyai peranan penting dan sangat strategis dalam perumusan strategi dan efektivitas dakwah.³⁵

2) Pelaksanaan Dakwah

Setelah tahapan perumusan strategi telah diselesaikan dengan baik, maka berikutnya yang merupakan tahapan krusial dalam strategi dakwah adalah pelaksanaan strategi.

Pelaksanaan strategi dakwah adalah proses dimana merupakan tahapan yang paling sulit karena didalam proses strategi dakwah banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan di lapangan dan bahkan kadangkala tidak sesuai dengan perkiraan awal. Strategi yang berhasil harus didukung dakwah yang sesuai dengan *da'i* yang kompak dan bersinergi, agar alokasi sumber daya yang kondusif terhadap keberhasilan pelaksanaan strategi dakwah bisa tercapai.

3) Evaluasi

Setelah dilakukan pelaksanaan aktivitas dakwah, maka aspek yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan dalam mengelola organisasi dakwah adalah dengan melakukan langkah evaluasi. Evaluasi dakwah ini disusun untuk memberikan penilaian kepada orang yang dinilai dan orang-orang yang menilai. Tujuan dari program evaluasi ini adalah untuk mencapai kondisi dakwah yang evaluatif dan memberi pertimbangan mengenai hasil karya serta untuk mengembangkan karya dalam sebuah program.³⁶

³⁵*Ibid*, hlm. 232-234

³⁶M. Munir, Wahyu Ilahi, *Management Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm.183

2. Dakwah Komunitas

a. Pengertian Dakwah Komunitas

Dakwah komunitas merupakan dakwah yang menyesuaikan dengan perkembangan yang terjadi dalam lingkungan masyarakat modern, tidak seperti masa sebelumnya dakwah komunitas kini memberikan peluang terbuka bagi masyarakat untuk menjadi kekuatan *civil society*.³⁷

Karakter khusus yang dimiliki oleh dakwah komunitas menyesuaikan dengan karakter komunitas itu sendiri yang tentunya antara satu komunitas dengan komunitas lainnya memiliki kebutuhan dan karakteristik yang berbeda. Agar dakwah yang dilakukan dapat menyesuaikan metode dan strateginya sehingga mampu menjangkau semua komunitas secara tepat.

b. Segmentasi komunitas

Di antara segmentasi dari komunitas itu sendiri yaitu diantaranya sebagai berikut :

1) Komunitas kelas atas

Komunitas ini disebut kelas atas karena berada pada lapisan paling atas dari masing-masing profesi, yaitu : birokrasi, ekonomi, politik, budaya dan sosial. Para birokrat (pegawai sipil maupun militer), anggota dewan dan petinggi partai, pengusaha kakap, *public figure* dan para artis-selebritis. Ciri-ciri lain dari kelas atas adalah mereka memiliki tingkat kemandirian tinggi, pemikiran dan perilaku keagamaan yang kritis biasanya mengalami kekeringan spiritualitas dan membutuhkan arahan terkait hal itu.³⁸

³⁷GJDJ. Hal. 13

³⁸Hal.33

2) Komunitas kelas menengah

Komunitas kelas menengah biasanya termasuk golongan yang sudah mapan, baik dalam segi profesi maupun kehidupan. Golongan ini biasanya diwakili oleh profesi Wirausahawan, Dosen, Guru, Aktivistis maupun Profesional. Berbeda dengan komunitas kelas atas, komunitas ini biasanya lebih mudah dibangun kesadarannya dan mudah dilibatkan dalam kegiatan dakwah penyadaran dan pemberdayaan.

Adapun karakteristik dari komunitas ini adalah sifatnya yang dinamis, sehingga dapat diarahkan menjadi penggerak utama dalam proses pelaksanaan dakwah.³⁹

3) Komunitas kelas bawah

Sebutan kelas bawah biasanya ditujukan pada kelompok masyarakat yang memiliki penghasilan dalam jumlah kecil dan seringkali tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam hal ekonomi. Kelompok ini bisa tiba-tiba jatuh miskin karena kerentanannya. Komunitas ini biasanya diwakili oleh profesi, tani, buruh, nelayan, pedagang kecil, pengrajin maupun pegawai rendahan.

Berdasarkan pembagian segmentasi yang telah di paparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunitas kalangan bawah termasuk segmentasi yang cocok dengan profesi pengemudi becak yang ada di Beringharjo dan dengan hal itu maka program dakwah yang dapat dilakukan pada komunitas tersebut adalah :

a) Kajian/pengajian rutin.

Kajian atau pengajian rutin dimaksudkan untuk membangun

³⁹Hal.37

kesadaran beragama yang mendalam dan menjadikan Islam sebagai landasan dalam setiap menjalani kehidupan sehari-hari. Hal ini bisa dilakukan dalam kelompok-kelompok pengajian sesuai dengan kesepakatan bersama.

b) Santunan berupa materi.

Santunan materi ini dapat berupa pemberian sesuatu secara cuma-cuma semacam bakti sosial, santunan sembako, pengobatan gratis dan lain-lain atau berupa pemberian beasiswa pendidikan yang bersifat lebih jangka panjang.

c) Pemberdayaan.

Sumberdaya manusia penting dilakukan melalui bantuan memperoleh akses pendidikan, kesehatan dan pelatihan berbagai ketrampilan sampai pada pemberian modal usaha dan pendampingannya.

d) Pelibatan kelompok mereka dalam berbagai kegiatan sebagai bagian dari

pemberdayaan yang sangat strategis dalam memberikan bantuan pemecahan solusi yang mereka hadapi.