

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunitas

Komunitas berasal dari kata *community* yang merujuk pada level ikatan tertentu dari hasil interaksi sosial di masyarakat. Komunitas juga dijelaskan dalam buku pengembangan masyarakat karya Fredian Tonny Nasidian adalah “sebagai suatu unit kesatuan sosial yang terorganisasikan dalam kelompok-kelompok dengan kepentingan bersama (*communities of common interest*), baik yang bersifat fungsional maupun yang memiliki teritorial”.⁷

Pengertian komunitas ada dua konteks utama, yaitu lokalitas yang terbentuk pada batasan geografis tertentu (*geographical locality*) dan identitas yang sama, atau minat, kepentingan dan kepedulian terhadap hal yang sama. Faktor utama yang menjadi dasar suatu komunitas adalah adanya interaksi yang lebih besar antar anggota sehingga menciptakan rasa keterikatan, keakraban dan rasa nyaman bagi para anggota. Karakteristik yang membedakan komunitas dengan kelompok lain adalah adanya perasaan nyaman pada anggotanya untuk hidup dalam komunitas karena memiliki persamaan, baik dalam etnik, kebiasaan, bahasa, maupun minat dalam suatu hal.⁸

⁷ Fredian Tony, *Nasidian, Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal.1-2.

⁸ Atie Rachmiate, *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*,(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal.72-73.

Namun konteks lokalitas atau wilayah tidaklah cukup menjadikan sekelompok masyarakat dapat disebut komunitas, unsur perasaan antara anggota bahwa mereka saling membutuhkan juga menjadi salah satu unsur yang harus ada pada komunitas. Perasaan demikian dinamakan perasaan komunitas (community sentiment). Unsur-unsur perasaan komunitas (Community Sentiment) antara lain:

- 1) Seperasaan, pada unsur seperasaan, kepentingan-kepentingan individu akan diselaraskan dengan kepentingan kelompok. Dalam unsur seperasaan, individu akan berusaha mengidentivikasi dirinya dengan sebanyak mungkin orang orang dalam suatu kelompok, sehingga semua anggota dalam kelompok dapat menyebut dirinya “kelompok kami”, “perasaan kami”.
- 2) Sepenanggungan, setiap individu sadar akan peranannya dalam kelompok dan keadaan masyarakat sendiri
- 3) Saling memerlukan, setiap individu menyadari penuh peranannya dalam kelompok. Saling memerlukan, setiap individu yang tergabung dalam komunitas merasa dirinya tergantung pada komunitasnya meliputi kebutuhan fisik maupun psikologis.⁹

B. Underground

Underground dalam bahasa Indonesia berarti bawah tanah merupakan istilah gerakan kelompok masyarakat yang menentang kebijakan pemerintah dan sistem yang masih konservatif di Eropa dan

⁹ Fredian Tony Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal.3-4.

Amerika kurun waktu 1950-1960-an. Pergerakan Underground yang didominasi generasi muda menciptakan nilai budaya baru yang dianggap tabu, tahun 1950-an para seniman Perancis dan Inggris mengekspresikan karyanya distasiun kereta api bawah tanah karena tidak diperbolehkan pemerintah untuk mengakses gedung dan fasilitas kesenian umum, karya yang dinilai memiliki muatan pemberontakan dan menghujat nilai-nilai konservatif gereja pada saat itu.

Daratan Eropa yang telah mengalami puncak kejayaan dari sebuah revolusi kebudayaan dibidang kesenian menolak hal-hal baru karena dianggap merusak tatanan masyarakat yang sudah terbentuk, sementara sebagian kelompok generasi muda mengalami kebosanan, pergerakan yang dipelopori oleh para pegiat puisi, teater, seni rupa, sastrawan, pemusik hingga filsuf memamerkan dan mementaskan karya-karyanya dilorong stasiun kereta api bawah tanah pada lingkup yang terbatas atau didalam komunitas itu saja, karya yang diciptakan saat itu menjadi dasar perkembangan karya seni yang sekarang, dari situlah muncul istilah Underground untuk pertama kali.

Dalam dunia musik, underground pertama kali diperkenalkan oleh scene psychedelic pada tahun 1960-an. Musik underground cenderung mengekspresikan ide-ide umum, seperti penghargaan yang tinggi terhadap ketulusan dan kebebasan berekspresi.

Hardcore, yaitu salah satu sub-genre musik dari *punkrock* yang berasal dari Amerika Utara di akhir tahun 1970 dan masuk di

Indonesia pada tahun akhir 1980. *Hardcore* dapat dikatakan *skin underground*, dimana istilah genetik yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang lebih ekstrim daripada versi biasanya. Dengan fenomena yang ada, sehingga di Indonesia musik *hardcore* sangat kental dengan warna punk. Selain musik, Sebagian besar kreativitas yang bersifat *underground* bisa dikatakan selalu dijalankan secara berkelompok. Oleh karena itulah budaya *underground* selalu identik dengan komunitas. Beberapa permainan atau olahraga esktrim yang lekat dengan budaya *underground* adalah *skateboard*, sepeda BMX, dan *parkour*.¹⁰

C. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang artinya memberitahukan dan berasal dari bahasa inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan, dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Komunikasi adalah konsep pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari komunikasi kepada komunikan dengan tujuan tertentu.¹¹

Menurut Joseph A. Devito, komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-

¹⁰ Taufik Adi Susilo, "*Kultur Underground: Yang Pekak Dan Berteriak Di Bawah Tanah*", (Jogjakarta: Garasi, 2012), hal 137.

¹¹ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal.2.

orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.¹² Gitosudarmo dan Agus Mulyono memaparkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terbentuk tatap muka, interaksi orang ke orang, dua arah, verbal dan non verbal, serta saling berbagi informasi dan perasaan antara individu atau antar individu di dalam kelompok kecil. Dalam pengertian ini tidak diberikan batasan mengenai kelompok kecil dalam jumlah yang ditentukan.

Selanjutnya Dedy Mulyana menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal berarti komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal. Ia menjelaskan bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikais yang melibatkan hanya dua orang. Komunikasi demikian menunjukkan pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat dan mereka saling mengirim dan menerima pesan baik verbal maupiu non verbal secara simulasi maupun spontan.¹³

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi verbal dan non verbal antara dua orang atau sekelompok kecil orang secara

¹² Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hal.142.

¹³ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 81.

langsung (tatap muka) disertai respon yang dapat segera diketahui (*instan feedback*)

2. Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal

Terjadinya komunikasi interpersonal apabila ada pengirim yang menyampaikan pesan baik secara verbal maupun non verbal kepada penerima dengan menggunakan lisan maupun tulisan. Berdasarkan hal tersebut maka dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa unsur yang berperan sesuai dengan karakteristiknya masing-masing. berikut ini merupakan komponen-komponen komunikasi interpersonal:¹⁴

- a. Sumber (Komunikator), mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yaitu keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain. Kebutuhan ini dapat berupa keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan mempengaruhi, sikap dan tingkah laku orang lain. Dalam konteks komunikasi interpersonal, komunikator yaitu orang yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.
- b. Penyandian (*Encoding*), yaitu suatu aktivitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non verbal, yang disesuaikan dengan

¹⁴ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 7-10.

karakteristik komunikasi. Encoding merupakan tindakan komunikasi memformulasikan isi pikiran ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan penyampaiannya.

- c. Pesan (*Message*), merupakan hasil *encoding* berupa informasi, gagasan, ide, simbol, atau stimuli yang dapat berupa pesan verbal maupun non verbal.
- d. Saluran atau Media (*Chanel*), yaitu saran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan yang dapat berupa media cetak, audio, maupun audiovisual.
- e. Komunikan, yaitu orang yang menerima pesan, menganalisis, dan menafsirkan pesan tersebut sehingga memahami maknanya. Selain menerima pesan pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan balik. Berdasarkan umpan balik dari komunikan inilah seorang komunikator akan dapat mengetahui keefektifan komunikasi yang dilakukan.
- f. Penyandian Balik (*Decoding*), merupakan proses memberi makna dari pesan diterima. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif. Pada hakikatnya respon merupakan informasi bagi sumber sehingga ia dapat menilai efektivitas

komunikasi untuk selanjutnya menyesuaikan diri dengan situasi yang ada

- g. Konteks Komunikasi, konteks dimana komunikasi itu berlangsung yang meliputi konteks ruang, waktu, dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkrit dan nyata tempat terjadinya komunikasi seperti ruangan, halaman, jalanan. Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan. Konteks nilai, meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi. Agar komunikasi interpersonal dapat berjalan secara efektif, maka masalah konteks komunikasi ini kiranya perlu menjadi perhatian.
- h. Umpan balik (*Feedback*), merupakan tanggapan atau respon yang timbul dari komunikasi setelah pesan.
- i. Gangguan (*Noise*), merupakan komponen yang mendistorsi (menyebabkan penyimpangan atau kekeliruan) pesan. Gangguan dapat bersifat teknis maupun semantis.

D. Konsep Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang artinya mengajak, memanggil, atau menyeru. Syekh Ali Mahfudz mengartikan dakwah sebagai upaya mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti

petunjuk Allah SWT, menyuruh kepada perbuatan kebajikan dan mencegah terhadap perbuatan yang munkar agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁵

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۖ مِنْهُمْ
الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”. (Q.S Al-Imran : 110)

Q.S Al-Imran ayat 110 menggambarkan usaha da'wah yaitu menebarkan kebaikan, mencegah kerusakan dan kemungkaran, dan dilandasi dengan keimanan kepada Allah. Pengertian dakwah secara terminologi menurut beberapa ahli yang di antaranya adalah H. M. Arifin mengatakan dakwah adalah kegiatan menyeru, baik dalam bentuk lisan dan tulisan, maupun tingkah laku dan lain sebagainya yang di lakukan secara individual atau kelompok. Supaya timbul dalam dirinya suatu pengetahuan kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama, sebagai pesan yang disampaikan kepada mereka tanpa unsur paksaan.¹⁶

¹⁵ Muhammad Munir dan Wahyu Illaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal.17.

¹⁶ H. M. Arifin, *Dakwah Bil Qolam*, (Bandung: Mujahid Press, 2004), hal. 6.

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. 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.¹⁷

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah subjek dakwah (*Da'i*), Objek dakwah (*Mad'u*), materi atau pesan dakwah (*Maddah*), media dakwah (*Wasilah*), metode dakwah.

a) *Da'i* (Subyek Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan maupun perbuatan. Dakwahnya dilakukan secara individu, kelompok ataupun dalam bentuk organisasi atau lembaga. Peranan *da'i* dalam berdakwah sangat esensial, sebab tanpa *da'i* ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat.¹⁸ Faktor subjek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivitas dakwah.

¹⁷ Wahyu Ilaaha, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hal.17.

¹⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), hal.75.

Maka subjek dawah dalam hal ini *da'i* atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang professional.¹⁹

b) *Mad'u* (Obyek Dakwah)

Mad'u adalah masyarakat penerima dakwah atau sasaran dakwah. *Mad'u* dapat berupa individu maupun kelompok, baik muslim maupun non muslim. Seluruh manusia yang ada di bumi ini adalah *mad'u* atau objek dakwah Islam.²⁰

c) *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah isi dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. dalam dakwah Islam yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Ajaran Islam bukanlah produk dari suatu lingkungan dan bukan pula reaksi dari tradisi yang kurang baik di suatu daerah, karena produk yang demikian itu merupakan ajaran dan peraturan buatan manusia. Secara garis besar materi dakwah dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu meliputi akidah, syari'ah dan akhlak.²¹

Dalam penguasaan materi, seorang *da'i* tidak hanya dituntut untuk menguasai materi keagamaan semata, tetapi juga harus

¹⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), hal. 13.

²⁰ Moh. Ali Azizz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), hal.90.

²¹ Moh. Ali Azizz, *Ilmu Dakwah*, hal.94-95.

menguasai berbagai disiplin ilmu sebagai sarana penyampaian dakwah.²²

d) *Wasilah* (Media Dakwah)

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u*. Penggunaan media dakwah yang tepat menghasilkan dakwah yang efektif terhadap pemahaman ajaran islam.²³

Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan *wasilah* yang dapat merangsang indra-indra manusia, serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif *wasilah* yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran ajaran islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

e) *Thariqah* (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai *da'i* untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Media dakwah memiliki peran penting dalam proses dakwah, meskipun pesan yang disampaikan adalah suatu kebenaran bila metode penyampaian yang digunakan tidak sesuai maka pesan dakwah tidak dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*.

f) *Atsar* (Efek Dakwah)

²² Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah Dari Teori Ke Praktik*, (Malang: Madani, 2016), hal.174.

²³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, hal. 14.

Setiap dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, wasilah, thariqah tertentu maka akan timbul respon dan efek pada *mad'u*. *Atsar* sering disebut dengan *feed back* dari proses dakwah, hal ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*.

Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang lagi.

3. Tujuan Dakwah

Sebenarnya tujuan dakwah itu adalah tujuan diturunkan ajaran bagi umat islam yaitu membuat manusia memiliki kualitas akidah, ibadah, dan akhlak yang tinggi. Oleh sebab itu, dakwah harus memiliki kekuatan yang berkemampuan menjadi pendorong perubahan individu maupun sosial, sehingga mewujudkan masyarakat islam, dimana setiap individu memiliki kualitas tinggi dalam akidah, ibadah, akhlak dan merasakan kehidupan yang islami.²⁴

²⁴ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: sebuah studi komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal.24.

E. Bentuk-Bentuk Dakwah

Secara umum, dakwah islam dapat dikategorikan ke dalam tiga macam²⁵:

1. Dakwah *bi Al-Lisan*

Dakwah *bi Al-lisan* dapat diartikan sebagai penyampaian pesan dakwah melalui lisan berupa ceramah atau komunikasi langsung antara *da'i* dan *mad'u* (objek dakwah).

Dalam artian lain, dakwah *bi Al-lisan* dapat dilakukan dengan ceramah, diskusi, khutbah, nasihat dan lain-lain. Dakwah memerlukan teknik komunikasi yang efektif dalam penyampaian pesan. Seorang *da'i* harus dapat menyampaikan pesan dakwah dengan gaya bahasa yang berkesan, menyentuh, dan komunikatif.

Menurut M.Nasir, berdasarkan QS. Al-Azhab 33:70 dijelaskan perkataan yang benar qaulan sadidan mempunyai arti tepat mengenai sasaran, Al-Qasyani menafsirkan kalimat qaulan sadidan dengan makna perkataan yang lurus (*qawiman*), perkataan yang benar (*haqqan*), perkataan yang tepat (*shawaban*).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dakwah *bi Al-Lisan* berarti menyampaikan sebuah perkataan yang jujur, solutif, menyentuh hati, santun, tidak provokatif dan tidak mengandung fitnah. Dimana seorang *da'i* memberikan materi dakwah yang baik,

²⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013).

benar dan mendidik sehingga sampai pada tujuan dakwah itu sendiri.

2. Dakwah *bi Al-Hal*

Kata dakwah *bi Al-Hal* dapat diartikan mengajak atau menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat melalui perbuatan nyata sesuai dengan keadaan manusia. Oleh karena itu, dakwah *bi Al-Hal* lebih mengarah pada tindakan atau aksi menggerakkan objek dakwah (*mad'u*), sehingga dakwah tersebut lebih berorientasi pada pengembangan masyarakat.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah *bi Al-Hal* merupakan dakwah dengan perbuatan nyata (tindakan nyata) yang meliputi keteladanan dan hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.

3. Dakwah *bi Al-Qalam*

Dakwah *bi Al-Qalam* yaitu menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan, seperti buku, surat kabar, majalah jurnal, artikel, internet dan lain-lain. Karena yang dimaksud sebagai pesan dakwah, maka tulisan-tulisan tersebut tentu berisi ajakan atau seruan mengenai amal ma'ruf nahi munkar.

Perihal dakwah *bi Al-Qalam*, hal ini sudah dilakukan di masa Rasulullah SAW sejak awal kelahiran dan kebangkitan Islam melalui pengiriman surat-surat dakwah kepada kaisar, raja dan para

pemuka masyarakat. Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari dsarahnya para syuhada”.

F. Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan “*agein*” yang berarti memimpin. Strategi adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang atau rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan.²⁶ Berdasarkan hal ini kosa kata strategi awalnya berasal dari dunia militer namun belakangan ini istilah strategi banyak digunakan dalam disiplin ilmu manajemen, ilmu ekonomi, ilmu komunikasi, maupun ilmu dakwah.²⁷

Strategi adalah perencanaan suatu rangkaian yang di desain untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah semua semua dari keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya. Strategi dakwah dapat diartikan sebagai metode, siasat, atau taktik dalam kegiatan dakwah. Menurut Moh Ali Aziz terdapat dua hal yang diperhatikan dalam hal ini, yaitu:²⁸

²⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal.61

²⁷ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, (Bandung: Penerbit Nuansa. 2009), hal.80.

²⁸ Moh Al-Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal.349-340

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

Strategi dakwah adalah kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari *da'i*, pesan, metode, dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Strategi dakwah dilakukan untuk meminimalkan hambatan, baik yang bersifat teknis, psikologis, sosial, dan kultural. Strategi dakwah harus dipandang sebagai taktik dalam sebuah proses dakwah, dengan melibatkan penalaran dan menggunakan sumber daya sehingga dapat berjalan secara efisien dan efektif sampai dengan tujuan yang diharapkan.²⁹

Tujuan dakwah tidak akan tercapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak terlepas dari strategi. Strategi dalam berdakwah meliputi tiga cakupan sesuai dengan surat An-Nahl ayat 125.

²⁹ Anwar arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal.232-233.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan Dialah yang mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl: 125)

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah meliputi tiga cakupan yaitu:

a) Metode Al Hikmah

16 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 adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah kezaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.³⁰

Metode Al hikmah adalah metode yang digunakan untuk melakukan aktivitas dakwah dengan cara yang bijaksana, lapang dada, serta diikuti dengan cara berfikir yang baik dengan tujuan menyampaikan pesan dakwah sesuai tuntunan syariat Islam . Metode Hikmah ini mempunyai posisi yang sangat penting dalam melakukan dakwah karena sangat cocok untuk diterapkan pada mad’u yang beragam seperti pada saat ini, dan berbeda strata

³⁰ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal.8.

sosial, pendidikan, ekonomi maupun latar belakang budayanya, sehingga ajaran islam mampu memasuki ruang hati *mad'u* yang tepat.³¹

Jadi, yang dimaksud dakwah bil hikmah adalah dakwah yang dilakukan dengan terlebih dahulu memahami secara mendalam segala persoalan sasaran dakwah, tindakan-tindakan yang akan dilakukan, masyarakat yang menjadi objek da'wah, situasi tempat dan waktu dimana da'wah akan dilaksanakan dan sebagainya.³²

b) Metode Al Mau'idza Al Hasanah

Metode Al-Mau'izhah Al-Hasanah adalah sebuah metode dakwah dengan cara nasihat, bimbingan, menceritakan kisah, kabar gembira maupun peringatan secara lemah lembut agar masuk ke dalam kalbu *mad'u*, dan tanpa paksaan serta tidak membongkar kesalahan orang lain. Sebab dengan nasihat dan penyampaian yang lemah lembut lebih mudah membuat orang luluh hatinya dan kemudian dengan mudah menerima pesan dakwah yang disampaikan.³³

Dari beberapa definisi tersebut mau'idzhah hasanah dapat di klarifikasikan dalam beberapa bentuk:

³¹ M. Munir, *Metode Dakwah*, hal.8.

³² Rosyad Shaleh, *Management Da'wah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang 1977), hal-84.

³³ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal.16

- a) Nasihat atau petuah
- b) Bimbingan, pengajaran (pendidikan)
- c) Kisah-kisah
- d) Kabar gembira dan peringatan
- e) Wasiat (pesan-pesan positif)

Jadi, dapat ditarik kesimpulan mau'idzhah hasanah akan mengandung arti kata-kata yang masuk kedalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan kedalam perasaan yang penuh dengan kelembutan, tidak membongkar dan membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan-kelemahan dalam menasehati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar.³⁴

- c) Metode Al Mujadalah Bil Al Lati Hiya Ahsan

Metode mujadalah ini bila disimpulkan dan diartikan lebih umum adalah metode dakwah dengan cara berdebat bertukar pendapat antara dua belah pihak yang dilakukan secara sinergis yang tidak menimbulkan perselisihan dengan tujuan agar saling menerima pendapat, dengan menunjukkan argumentasi dan bukti yang sangat kuat dari masing -masing kedua belah pihak.³⁵

³⁴ M. Munir, *Metode Dakwah*, hal.8.

³⁵ M. Munir *Metode Dakwah*, hal.9.