

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

a. Pengertian strategi

Kata “strategi” berasal dari akar kata bahasa Yunani *strategos* yang secara harfiah “seni umum” yang berubah menjadi kata sifat *strategia* berarti “keahlian militer”. *Strategos* memiliki makna keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya dengan memanfaatkan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas serta penggunaan fasilitas komunikasi yang berguna untuk penyebaran informasi yang menguntungkan.¹

Strategi merupakan suatu rancangan atau desain kegiatan yang didalamnya terdapat suatu penentuan kombinasi cara dan penempatan sumber daya yang dapat menunjang keberhasilan suatu tujuan yang telah ditentukan. Dengan kata lain bisa disebut sebagai suatu landasan terhadap pola pijakan dalam pedoman dalam pengambilan suatu tindakan terhadap tujuan yang telah ditentukan. Dalam pengambambilan suatu landasan atau pedoman tentunya telah melewati proses pertimbangan yang memperhatikan kemampuan sumber daya yang ada.

Strategi pada hakikatnya adalah suatu bentuk perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mencapai suatu tujuan tentunya strategi tidak hanya berperan sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, namun juga harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²

¹ Nurul Laila Hidayat, “Strategi Komunikasi Dakwah Penyuluh Agama Islam Dalam Pembinaan Keluarga Sakinah,” *Indonesian Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2020): 40.

² Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah; Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014). hlm. 30

b. Tahap-Tahapan Strategi

Menurut Fred R. David, dalam proses pengambilan strategi komunikasi, terdapat beberapa tahap yang harus dilalui agar strategi yang diambil dapat berjalan efektif dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Mulai dari tahap awal yaitu perumusan, tahap inti pelaksanaan sampai pada tahap akhir yaitu adanya proses evaluasi yang berguna untuk mengukur sejauh mana keberhasilan strategi komunikasi yang telah dibuat.³

Fred R. David merumuskan tiga inti yang harus termuat dalam tahapan strategi, yaitu sebagai berikut:

1) Rumusan strategi

Perumusan strategi merupakan tahap awal dalam penentuan strategi komunikasi. Dalam sebuah rumusan strategi didalamnya harus memuat suatu pengembangan tujuan, mengidentifikasi peluang, dan ancaman yang akan terjadi khususnya dari segi eksternal, menentukan faktor-faktor apa saja yang diperkirakan akan mendatangkan kekuatan dan ancaman, memastikan terhadap objektivitas, menyiapkan opsi strategi dan merancang strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi diperlukan suatu tindakan memutuskan, melakukan serta menghindari atas keputusan yang telah ditetapkan dalam suatu proses kegiatan.

2) Implementasi strategi

Setelah perumusan strategi dilakukan, maka langkah selanjutnya yaitu proses implementasi strategi. Implementasi strategi disebut juga proses menjalankan strategi yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam proses implementasi strategi diperlukan sikap kepemimpinan yang kuat untuk membawa seluruh pihak mampu mengimplementasikannya.

³ Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2021). hlm. 52

Dalam hal ini suatu penerimaan, komitmen, dan kerja sama yang baik sangat penting dimiliki oleh seluruh pihak yang terkait dalam pelaksanaan strategi. Tantangan dari proses implementasi strategi ialah harus bisa menstimulasi pihak-pihak yang terkait baik tenaga organisasi atau lembaga untuk dapat bekerja dengan rasa bangga dan antusias yang tinggi dalam mencapai tujuan yang telah disepakati.

3) Evaluasi strategi

Evaluasi strategi merupakan tahap final dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Tahap evaluasi dijadikan alat control untuk melihat tingkat keberhasilan terhadap pelaksanaan strategi komunikasi. Dalam proses evaluasi akan menghasilkan hal-hal yang berkaitan dengan kekurangan, hambatan, dan kesalahan-kesalahan yang nantinya akan dapat diperbaiki untuk pemilihan strategi komunikasi. Sehingga tujuan yang telah direncanakan akan tercapai lebih optimal. Evaluasi merupakan tahap yang penting dalam memastikan sasaran yang hendak dituju selanjutnya, dan untuk memastikan apakah sasaran sebelumnya sudah terlaksana secara optimal.⁴

B. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu “communication” yang berasal dari bahasa latin “communicatio, communicare, atau communic yang berarti bersama dan diikat.

Secara etimologi komunikasi merupakan suatu proses yang terjalin lebih dari satu orang yang didalamnya terdapat maksud untuk menyampaikan sebuah pemikiran atau perasaan yang diharapkan dapat dipahami oleh lawan komunikasi. Dalam sebuah komunikasi yang efektif terdapat kesamaan maksud dan tujuan antara komunikator dengan

⁴ Afri Erisman dan Andi Azhar, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015). hlm. 23-24

komunikasikan. Tidak jarang dalam berkomunikasi seseorang akan menggunakan lambang atau simbol" yang mempunyai kesamaan makna.

Komunikasi menurut Turner yaitu proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan. Komunikasi sebagai sebuah proses merupakan elemen fundamental pertama dan utama dalam memahami manusia dan kemanusiaannya. Proses yang dimaksud dalam hal ini yaitu suatu kegiatan yang melibatkan berbagai unsur komunikasi yang terjadi dari waktu ke waktu. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan tentunya dalam proses interaksi dengan individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat. Dengan kata lain, komunikasi merupakan jembatan bagi seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan dengan orang lain.⁵

Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana seseorang menyampaikan suatu pesan baik secara langsung ataupun menggunakan lambang lambang yang kemudian menghasilkan feedback dengan tujuan mencapai kesamaan dalam mengartikan tentang hal yang dikomunikasikan.

b. Fungsi komunikasi

1) Informasi

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan dan menerima informasi. Tidak dapat dipungkiri, dalam kehidupan setiap orang, baik kehidupan individu, kelompok ataupun organisasi pasti membutuhkan informasi yang berkaitan dengan kepentingan dan kebutuhan hidup mereka yang dapat memberikan pengetahuan baru.

2) Hiburan

Komunikasi dapat memberikan hiburan dalam kehidupan manusia. seseorang dapat mengalihkan perhatiannya dari situasi tidak

⁵ Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017). hlm. 78

tenang ke dalam situasi yang lebih santai dan menyenangkan. Tidak dapat dipungkiri, setiap orang pasti memerlukan hiburan sebagai kepentingan dalam kehidupan mereka. Hiburan yang dapat dirasakan oleh khalayak termuat dari berbagai media visual maupun media audio visual.

3) Diskusi

Dalam kehidupan manusia dipenuhi dengan pendapat dan pandangan yang berbeda-beda, untuk menyatukan perbedaan tersebut maka dibutuhkan suatu diskusi antarpersonal maupun dalam kelompok atau organisasi. Melalui diskusi dapat ditemukan sebuah kesamaan dan kesatuan pendapat tanpa yang tentunya tetap dalam aspek menghargai perbedaan yang dimiliki orang lain.⁶

c. Unsur-Unsur Komunikasi

Secara garis besar komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang memuat pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain melalui lambang-lambang. Pikiran dalam hal ini dapat berupa gagasan, informasi, ide, opini, peristiwa, dan lainnya. Lambang dapat berupa isyarat, gambar, warna, dan lainnya dalam hal ini terdapat beberapa elemen yang ada dalam proses komunikasi, yaitu:

1) Komunikator

Komunikator merupakan pihak pertama yang mengirim pesan. Komunikator juga biasa disebut dengan encoder. Pengirim merupakan pihak yang menyajikan pikiran atau pendapat mengenai suatu objek atau peristiwa. Pengirim dapat bersumber dari individu, kelompok ataupun organisasi. Komunikator dalam menyampaikan pesan kepada penerima bertujuan untuk mendapatkan respon demi menyamakan persepsi terhadap pesan agar penerima dapat memahami pesan yang

⁶ Ibid. hlm. 63-65

disampaikan.

2) Komunikan

Komunikan merupakan pihak yang menerima pesan. Komunikan ialah orang yang menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator baik pesan verbal ataupun non verbal. Komunikator dengan komunikan merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan karena dalam proses komunikasi pihak yang selalu terlibat adalah pengirim dan penerima pesan. Komunikan menerima pesan melalui visual, penengaran, rabaan, dan penciuman.⁷

3) Pesan (Message)

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan berisi kumpulan perilaku yang didalamnya terdiri dari kata-kata, simbol, lambang-lambang, isyarat, tanda-tanda atau gambar. Pesan bukan hanya sekedar menyusun kata-kata atau simbol, namun pesan merupakan suatu tindak tutur atau ekspresi dari penerima yang dituangkan dalam kata-kata dengan harapan dapat dimengerti oleh penerima.

4) Media

Media adalah saluran yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikator dalam menyampaikan pesan tidak hanya fokus terhadap konsep pesan yang disampaikan kepada penerima, namun juga harus memperhatikan terhadap perkembangan media saat ini. Dalam hal ini komunikator harus lebih memahami selera dan keinginan komunikan yang selalu ingin serba mudah, begitupun dalam penerimaan sebuah informasi. Oleh karena itu, komunikator harus memilih media yang

⁷ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011). hlm. 45-47

tepat

5) Umpan Balik (Feedback)

Umpan balik atau feedback merupakan bentuk tindakan atau respon yang diperoleh oleh pengirim pesan yang berasal dari penerima setelah adanya proses komunikasi yang terjadi. Dengan adanya respon dari penerima, pengirim dapat mengetahui sejauh mana komunikasi yang terjalin, apakah efektif atau tidak. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila penerima dapat menerjemahkan isi pesan sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh pengirim pesan, dan terdapat persamaan maksud antara keduanya.

6) Gangguan (Noise)

Komunikasi yang terjalin antar sesama manusia tidak selalu berjalan lancar dan efektif, komunikasi sering mengalami hambatan atau gangguan. Gangguan yang terjadi dapat berasal dari saluran maupun lingkungan yang ada di sekitar pengirim dan penerima.⁸

d. Macam-Macam Komunikasi

1) Komunikasi Pribadi Komunikasi pribadi (personal communication) mencakup interaksi yang berfokus pada individu, baik dalam perannya sebagai pengirim maupun penerima pesan. Jenis komunikasi ini terbagi menjadi dua bentuk: komunikasi intrapribadi dan komunikasi antarpribadi.

a) Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

Komunikasi intrapribadi terjadi di dalam diri seseorang, di mana individu bertindak sebagai komunikator sekaligus komunikan. Dalam hal ini, seseorang berbicara atau berdialog dengan dirinya sendiri, mengajukan pertanyaan dan memberikan

⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011). hlm.12-15.

jawaban.⁹

Ronald L. Applbaum dalam bukunya “ Fundamental Concept In Human Communication” mendefinisikan komunikasi intrapribadi sebagai:

*“Komunikasi yang terjadi dalam diri kita, melibatkan berbicara kepada diri sendiri serta kegiatan mengamati dan memberi makna (baik secara intelektual maupun emosional) terhadap lingkungan sekitar”.*¹⁰

b) Komunikasi Antar pribadi (interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya “The Interpersonal Communication Book” sebagai:

*“Proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau kelompok kecil, dengan efek dan umpan balik yang langsung”.*¹¹

Komunikasi antar pribadi terjadi antara dua individu yang sedang berinteraksi, seperti pasangan suami-istri atau dua orang yang terlibat dalam pertemuan, misalnya seorang pembicara seminar dengan peserta.

2) Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok melibatkan interaksi antara individu individu yang mempengaruhi satu sama lain, saling memperoleh kepuasan, dan bekerja menuju tujuan bersama. Dalam komunikasi kelompok, setiap individu berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya, dan pesan yang disampaikan mencakup kepentingan seluruh kelompok. Komunikasi kelompok juga dapat diartikan sebagai interaksi antara sekelompok orang dengan tujuan yang sama, yang berusaha mencapai tujuan bersama dan menganggap diri mereka bagian

⁹ Onong Uchjaya Effendy, *Teori Dan Filsafat Komunikasi*, n.d. hlm. 13.

¹⁰ Ronald L. Applbaum, “Fundamental Concepts in Human Communication” (Universitas Michigan: Canfield Press, 1973). Hlm. 15.

¹¹ Effendy, *Teori Dan Filsafat Komunikasi*. hlm. 25

dari kelompok tersebut.

Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan tujuan yang jelas, seperti berbagi informasi, menjaga hubungan, atau pemecahan masalah, di mana anggota kelompok dapat mengingat karakteristik pribadi masing-masing.

Kedua definisi ini menekankan pentingnya komunikasi tatap muka dan rencana kerja yang terstruktur untuk mencapai tujuan kelompok.¹²

C. Strategi Komunikasi

a. Pengertian strategi komunikasi

Sesuai isi dari buku yang berjudul “Dimensi-dimensi Komunikasi” karya Onong Uchjana Effendy, ia mendefinisikan bahwa, strategi komunikasi merupakan suatu bentuk panduan yang digunakan mulai dari proses perencanaan komunikasi dan komunikasi manajemen dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam rangka keberhasilan suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, strategi komunikasi diharapkan dapat memperlihatkan fungsi operasionalnya dalam melakukan suatu pendekatan dalam kondisi dan situasi apapun.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy terdapat aspek-aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik. Terdapat dua aspek penting dalam strategi komunikasi yang dapat memberikan makna secara lengkap dalam sebuah strategi komunikasi nantinya, yaitu strategi yang dimaknai secara makro dan mikro. Makro dalam hal ini berkaitan dengan perencanaan strategi media sedangkan mikro berkaitan dengan strategi media komunikasi secara tunggal.¹³

¹² Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009). hlm.17.

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016). hlm. 30

Kedua aspek tersebut memiliki dua fungsi ganda, pertama, Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan intruktif secara sistematis kepada khalayak yang menjadi sasaran dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang optimal. Kedua, Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) sebagai efek dari kemudahan dalam mendapatkan dan menggunakan media masa, dimana jika diabaikan dapat merusak nilai-nilai budaya.¹⁴

Dalam hal ini penulis mencoba menyimpulkan arti dari strategi komunikasi, yaitu bentuk perencanaan, taktik, dan cara untuk melancarkan komunikasi yang dipergunakan oleh kelompok maupun organisasi dengan melihat seluruh aspek yang ada dalam proses komunikasi dalam rangka mencapai proses yang diinginkan. Peran komunikasi sangatlah penting dalam proses penyusunan strategi komunikasi, oleh sebab itu strategi komunikator harus bersifat dinamis. Karena jika suatu strategi komunikasi mengalami faktor yang tidak direncanakan, komunikator dapat segera melakukan komunikasi lebih lanjut. Karena segala faktor penghambat bisa saja terjadi dalam kondisi dan situasi apapun yang dapat memberikan efek di luar keinginan.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam kutipan yang dilakukan oleh Onong Uchjana Effendi yang bersumber dari buku dengan judul *Techniques Effective Communication* karya R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 tujuan, yaitu:

- a) To Secure Understanding, yaitu memastikan pesan diterima dan dapat dipahami oleh penerima
- b) To Establish Ecceptence yaitu pembinaan dalam proses penerimaan pesan
- c) To Motivate Action yaitu tindakan yang dilakukan dalam pemberian

¹⁴ Edi Suryandi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018). hlm. 40.

motivasi kepada komunikan.

d) Komponen-Komponen Strategi Komunikasi¹⁵

D. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah ialah seruan, ajakan untuk menuju nilai baik atau upaya dalam merubah situasi untuk memperbaiki keadaan dan kondisi yang tentunya lebih baik dari sebelumnya. Serta demikian, dalam berdakwah memiliki ide yang dinamis, sesuatu yang berkembang, didalam praktiknya dakwah adalah suatu kegiatan yang mengubah nilai keagamaan yang memiliki makna signifikan serta secara langsung mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai kehidupan beragama.¹⁶

Menurut Asmuni Syukir dakwah bisa memiliki artian dari dua sudut pandang yaitu konsep pengertian dakwah yang memiliki sifat melatih serta mengerti konsep dakwah yang berbentuk pengembangan. Pelatihan berarti suatu upaya yang bertujuan melestarikan serta melengkapi sesuatu yang sudah ada pada sebelumnya. Selain itu pembangunan adalah sebuah upaya yang berarah kepada pembaruan serta pelestarian terhadap suatu hal yang tidak ada sebelumnya.¹⁷

Menurut Prof. Toha Jahja Oemar MA menyimpulkan sebuah definisi dakwah sebagai seruan atau mengajak individu lain dengan langkah yang baik sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, untuk memperoleh kemakmuran baik didunia ataupun diakhirat. Didalam dakwah seseorang yang bertindak untuk mengajak manusia lain menuju kebaikan disebut Da'i dan pengemban dakwah juga merupakan bentuk proses pengiriman dari isi pesan tertentu, lalu orang yang bertindak sebagai komunikator dalam mengirim pesan ke komunikan dari pesan tertentu yang berupa permintaan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut kemudian

¹⁵ Suhandang, *Strategi Dakwah; Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018). hlm. 35.

¹⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Surabaya: Remaja Rosda Karya, 2010). hlm. 17

¹⁷ Asmuni Sukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-ikhlas, 1983). hlm. 28.

dikenal dengan istilah mubaligh.¹⁸

b. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur dakwah ialah langkah-langkah yang digunakan seorang dai atau pengemban dakwah dalam proses menyampaikan pesan dan juga materi dakwah secara langsung maupun tidak langsung. Dakwah secara langsung atau secara lisan yaitu dapat berupa kajian, seminar, ceramah, diskusi, khutbah dan lainnya. Dakwah melalui tulisan yaitu dapat berupa majalah, tabloid, buku, surat kabar, dan lainnya. Menurut ajaran Islam dakwah bil hal yaitu berupa sikap dan perilaku santun, peduli terhadap lingkungan, rajin mencari nafkah, gigih, dan peduli sesama. Misal membangun sebuah masjid tempat ibadah, mendirikan lembaga lembaga pendidikan seperti sekolah dan pondok pesantren, membangun fasilitas mata pencarian seperti perkantoran, swalayan, pabrik dan lainnya, yang mencakup berbagai aspek bidang.

Demikian juga dakwah melalui seni yaitu dakwah yang meliputi segala unsur seni seperti seni kaligrafi, seni menari, musik dan sebagainya. Tentunya jika melaksanakan dakwah atau menyampaikan ajaran ajaran Islam kepada seluruh umat atau mad'u, tentu sangatlah wajib memiliki berbagai tahapan untuk dilengkapi. Mulai dari bagian-bagian objek, subjek, materi yang disampaikan, media dakwah, efek dari pesan dakwah, dan metode-metode dakwah. Dalam berdakwah sangatlah wajib memperhatikan tahapan-tahapan yang berkaitan dengan dakwah yakni seperti komponen yang ada dalam setiap kegiatan berdakwah, bagian-bagian ini diantaranya adalah:

1) Da'i

Da'i ialah seseorang yang menjalankan kegiatan berdakwah dengan cara lisan, tertulis maupun melalui tindakan, citra personal, kelompok, bentuk keorganisasian atau kelembagaan. Pada dasarnya,

¹⁸ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997). hlm. 24.

seluruh umat Islam merupakan seorang juru dakwah, yang berarti seorang yang memiliki kewajiban guna menyampaikan pesan atau dapat dikenal sebagai pengirim pesan dakwah.

Istilah da'i terlahir dari kata Arab yakni mudzakar (laki-laki) yang berarti memanggil, orang yang menyeru sedangkan muanas (perempuan) dapat disebut Da'iyah. Dalam kamus KKBI Da'i ialah seseorang yang memiliki tugas dan juga kewajiban dalam berdakwah melalui kegiatan menyebarluaskan nilai Islam. Dengan artian lain seorang da'i ialah orang yang mengajak individu lain baik dengan cara langsung maupun tidak, dapat melalui ucapan, tertulis atau sikap dalam mengamalkan nilai-nilai Islam maupun menyebarkan ajaran dari agama Islam, untuk mengupayakan kondisi yang memiliki nilai positif dan juga baik.¹⁹

2) Mad'u

Mad'u ialah seorang atau individu-individu, rekan dakwah, objek dakwah ataupun seorang yang menerima isi pesan dari dakwah, baik secara berkelompok, individual, baik itu muslim ataupun non muslim, dengan artian lain seluruh umat manusia.

3) Materi pesan dakwah

Materi Pesan Dakwah ialah sebuah isi dari pesan yang telah tersampaikan kepada mad'u. Pesan dalam dakwah ialah ajaran menurut agama Islam. Beberapa diantara adalah:

a) Pesan Akidah

Pesan Akidah adalah pesan untuk memperbaiki keimanan seseorang, antara lain beriman kepada Allah SWT, beriman kepada malaikat, beriman kepada kitab suci Al-Qur'an, beriman kepada

¹⁹ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis Dan Praktis* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2019). hlm. 17

rasul, beriman kepada hari akhir dan beriman kepada Qadha-Qadhar.

b) Pesan Syariah

Pesan Syariah merupakan ketentuan dan norma illahi untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT seperti beribadah thaharah, salat, zakat, puasa, serta haji.

c) Pesan Akhlak

Pesan Akhlak ialah pesan atau perintah, nasehat, permintaan, kewajiban juga amanat yang harus disampaikan pada orang lain, kewajiban tersebut antara lain berakhlak mulia dengan sesama dan berakhlak dihadapan Allah SWT.

c. Bentuk-Bentuk Metode Dakwah

Metode dakwah adalah metode yang digunakan oleh para Da'i dan pengemban dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah atau bisa dibilang sebagai langkah-langkah tindakan guna tercapainya tujuan dalam berdakwah. Metode dakwah terdiri dari 3 cakupan, diantaranya adalah:

1) Al- Hikmah

Al-Hikmah adalah suatu skill dan kecermatan Dai untuk memilah, menata dan menyeimbangkan teknis dakwah sesuai kondisi objektif Mad'u. Al-Hikmah adalah dapat dikatakan sebagai kemampuan dari Da'i disaat menjelaskan bagaimana nilai-nilai Islam sesuai oleh realitas dengan argumen serta bahasa komunikatif.

2) Al- Mau'idza Al- Hasanah

Al- Mau'idza Al- Hasanah adalah kalimat atau ucapan yang masuk ke hati dengan penuh cinta juga kelembutan, tidak mengungkap dan membongkar kesalahan dari individu lain, karna

didalam nasihat yang lembut mampu meluluhkan hati yang keras juga lebih mudah menghasilkan nilai kebaikan daripada tindakan melarang atau tindakan mengancam.

3) Al- Mujadalah Bi-al-lati Hiya Ahsan

Al- Mujadalah Bi-al-Hiya adalah pertukaran pikiran yang sinergis, tidak bermusuhan antara kedua belah pihak dengan tujuan untuk membujuk pihak lawan agar menerima pendapat yang dikemukakan dengan menghadirkan argumentasi juga bukti kuat. Di antara mereka sendiri, mereka menghargai dan menghormati satu sama lain.²⁰

²⁰ Ibid. hlm 30.