

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Dakwah

Menurut Onong Uchjana Effendi, bahwa strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.¹

Ada dua hal yang patut kita cermati dari pengertian di atas. Pertama, strategi merupakan perencanaan tindakan (rangkaiannya kegiatan) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya/kekuatan dalam perencanaan tersebut. Ini berarti penyusunan suatu strategi baru sampai pada proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Kedua, strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tertentu.

Dengan demikian, penyusunan langkah-langkah, pemanfaatan berbagai fasilitas dan sumber belajar semuanya diarahkan dalam upaya pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas yang dapat

¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), h. 300.

diukur keberhasilannya, sebab tujuan adalah rohnya dalam implementasi suatu strategi.² Ada beberapa pendapat para ahli tentang pengertian strategi, antara lain:

Menurut Hamel dan Prahalad dalam buku Hartini dan G. Kartasapoetra, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.³ Menurut Hartini dan G. Kartasapoetra strategi adalah siasat dalam menjalankan maksud atau tujuan tertentu atas prosedur yang mempunyai alternatif-alternatif pada berbagai langkah.

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dengan asal kata (da'a-yad ,,u) yang dalam mashdarnya mempunyai arti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan.⁴ Sedangkan menurut istilah, dakwah ialah segala usaha dan kegiatan yang sengaja berencana dalam bentuk sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan baik langsung atau tidak langsung, ditujukan kepada perorangan, masyarakat atau kelompok masyarakat agar tergugah jiwanya, terketuk hatinya ketika mendengarkan perintah dan peringatan ajaran

² Wina Sanjaya, "Strategi Pembelajaran (Berorientasi Standar Proses Pendidikan)" (Jakarta: Kencana, 2006), h. 126.

³ Hartini dan G. Kartasapoetra, *Kamus Sosial dan Kependudukan* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), h. 406.

⁴ Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah* (Makassar: Pustaka Al-Zikri, 2005), h. 3.

Islam yang kemudian menghayati, menelaah dan mempelajari untuk diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa pendapat para ahli mengenai dakwah, menurut Syekh Ali Mahfudz dalam buku M. Munir, yakni mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁵

Jamaluddin Kafie mengatakan dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, segolongan umat Islam sebagai aktualisasi imaniah dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, do'a yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode sistem dan teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fitrah seseorang, keluarga, kelompok, massa dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai tujuan tertentu.⁶

Mengacu pada pengertian strategi tadi maka strategi komunikasi bisa dikatakan sebagai salah satu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap sifat dan perilaku atas dasar sekala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan⁷.

⁵ Muhammad Munir, *Metode Dakwah*, 2009 ed. (Jakarta: Kencana, t.t.), h. 7.

⁶ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), h. 17.

⁷ Eceh Trisna Ayuh dan Susi Nurfitriani, "Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Terpadu Satu Pintu Kota Bengkulu," *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari* 1, no. 1 (2019): h. 95.

Orientasinya terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi yang merupakan keputusan yang menentukan blueprint komunikasi dan pelaksanaan prosesnya, ya itu semua kebijaksanaan dalam menentukan rancangan peraturan dan penataan sumber daya komunikasi yang tersedia, guna pelaksanaannya perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku komunikan. Dengan demikian, engkau pastinya strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi, sedangkan perencanaan komunikasi sendiri, selain langkah awal dari manajemen komunikasi, (fungsi manajemen yang pertama), juga merupakan pengejawantahan dari kebijaksanaan menentukan langkah-langkah dan sumber daya yang harus digunakan dalam proses komunikasinya⁸.

Merujuk pada pengertian kebijaksanaan yang telah diuraikan tadi, maka kebijaksanaan komunikasi bisa disimpulkan sebagai kumpulan asas, norma, dan pertimbangan, yang disusun untuk memadukan sebuah komponen dan perilaku komunikasi. Seperti seperti halnya dalam melakukan komunikasi, komunikator harus memahami adanya sumber, dan menafsirkan tujuan stimulusnya. Demikian pula Komunikator harus memikirkan perbuatan pesan yang

⁸ Dian Adi Perdana dan Arianto S Panambang, "*Potret Dakwah Islam Di Indonesia: Strategi Dakwah Pada Organisasi Wahdah Islamiyah Di Kota Gorontalo,*" 2019, h.33.

akan disampaikan sehubungan dengan tujuan yang ingin dicapainya. Untuk pencapaian tujuan tersebut, sudah tentu komunikator perlu memikirkan metode dan teknik komunikasi yang kondusif situasi dan kondisi komunikannya. Bahkan lebih jauh lagi, komunikator perlu memperhitungkan pola pikir yang ada pada komunikannya, serta dampak bakal terjadi karena komunikasi itu.⁹

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu, guna mencapai tujuan dakwah secara optimal¹⁰. Strategi Dakwah merujuk pada upaya-upaya yang sistematis dilakukan dalam rangka untuk memelihara cara-cara yang terbaik mencapai tujuan dakwah. Pilihan cara tersebut tentu dengan melihat pada efektifitasnya dan kemungkinan resiko yang harus dihadapi¹¹. Strategi dakwah, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada khalayak dengan mudah dan cepat. Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu¹².

⁹ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*, I (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 84.

¹⁰ Sukron Mazid dan Wahyu Prabowo, "Strategi Dakwah Jamaah Kopardiyah dalam Merawat Kebhinekaan" 4 (2020): h.331.

¹¹ Mazid dan Prabowo, h. 334.

¹² Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*, h. 79.

Prinsip dasar dari penyampaian pesan dakwah dalam sudut pandang komunikasi adalah pengaruh-mempengaruhi dalam rangka melumpuhkan mad'u agar mau dan mampu mengikuti apa yang dikehendaki da'i, sehingga tujuan dakwah dapat dicapai secara efektif dan efisien.

Konsep strategi dakwah pun menekankan pada dua hal pokok, yaitu adanya upaya yang sistematis dengan menggunakan siasat tertentu dan adanya tujuan dakwah yang hendak dicapai yakni menyuruh manusia berbuat ma'ruf dan mencegah manusia berbuat munkar.¹³ Untuk menetapkan strategi dakwah sebagai konsep aplikasi dakwah perlu memperhatikan azas-azas dalam berdakwah, yakni:

- a. Azas filosofis, azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah.
- b. Azas kemampuan dan keahlian da'i (achievement and professional).
- c. Azas sosiologis yaitu membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik Pemerintah setempat, mayoritas agama daerah setempat, filosofis sasaran dakwah, sosiokultural sasaran dakwah, dan sebagainya.

¹³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Penerbit Al-Ikhlash, 1997).

- d. Azas psikologis yaitu membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya.
- e. Azas efektifitas dan efisiensi yaitu di dalam aktivitas dakwah harus berusaha memperoleh hasil yang semaksimal mungkin. Dengan kata lain ekenomis biaya, tenaga, dan waktu dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidaknya seimbang antara keduanya. Dari ke lima azas di atas, maksud azas filosofis adalah azas yang terutama berkaitan erat dengan masalah tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah, azas kemampuan dan keahlian da'i membahas persoalan dalam aktivitas dakwah baik dalam hal ilmu maupun tenaga dan keahlian yang dimiliki da'i hubungannya dengan penguasaan metode dakwah.¹⁴

2. Dakwah Berbasis Kearifan Lokal

Pengertian dakwah berbasis kearifan lokal tidak jauh dari kajian bagaimana dakwah itu bisa diterima kedalam masyarakat tersebut dengan artian mereka dapat menerima apa pesan yang

¹⁴ Asmuni Syukir, h. 33.

disampaikan oleh seorang dai melalui pendekatan Antropolog.¹⁵ Dengan demikian bahwa keberadaan dakwah dengan pendekatan kearifan lokal dapat tersebar dikalangan masyarakat.

Dakwah pada hakekatnya merupakan aktualisasi imani yang diwujudkan dalam sistem kegiatan manusia dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur. Seperti pemikiran Ahmad bahwa dakwah pada hakekatnya untuk mengetahui cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak manusia pada tataran kenyataan individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dakwah idealnya mampu membimbing dan mengorientasikan manusia secara individu maupun kelompok kepada jalan yang benar. Dakwah pada hakekatnya perubahan pribadi dan masyarakat, perubahan pribadi adalah perubahan kultur yang merupakan akhir dari proses aktifitas dan kreatifitas di muka bumi.¹⁶

Era globalisasi tidak hanya berpengaruh terhadap pola komunikasi dan sistem informasi, lebih dari itu, konsekuensi terjadinya pencampuran budaya global tidak hanya berpengaruh pada

¹⁵ STIE Tri Dharma Nusantara Makassar dan Abdul Wahid, "Dakwah Dalam Pendekatan Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Tinjauan Dalam Perspektif Internalisasi Islam dan Budaya)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 19, no. 1 (22 Juni 2018): h. 3, <https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5908>.

¹⁶ Muzaki, "Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 8, no. 1 (2017): h. 40.

ranah bersifat fisik tetapi juga mental. Sarana teknologi informasi dan transformasi telah mempermudah hubungan antar budaya semakin cepat dan kuat. Dalam era global hubungan antar manusia tidak hanya sebatas satu wilayah antar negara tetapi mencakup manusia sejangat dunia. Kemudahan hubungan/relasi dan interaksi antar sesama manusia dan berbagai komponen budaya menjadi bagian dari hubungan dalam dakwah lintas budaya, hal semacam ini yang memungkinkan terjadinya akulturasi antar budaya antar manusia.

Hubungan antara budaya dengan dakwah juga sama-sama mempelajari/membahas tentang manusia dengan segala budaya yang dimilikinya, manusia sebagai makhluk sosial dan dakwah obyeknya juga manusia baik individu maupun dalam kelompok. Oleh karena itu, dakwah Islam mempunyai kaitan simbiosis dengan budaya, di mana nilai-nilai Islam dapat dipadukan. Namun halnya ini perlu adanya konsep dakwah yang strategis, dengan pengelolaan secara profesional yang mampu mengakomodasi segala permasalahan sosial. Di mana, di satu sisi banyak budaya yang dapat dijadikan sebagai media dakwah dan di sisi lain sebagai sasaran dakwah itu sendiri.¹⁷

Hubungan antara budaya dengan dakwah juga sama-sama mempelajari/membahas tentang manusia dengan segala budaya yang

¹⁷ Wiliam Ilaihi dan Hafni, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), h. 27.

dimilikinya, manusia sebagai makhluk sosial dan dakwah obyeknya juga manusia baik individu maupun dalam kelompok. Oleh karena itu, dakwah Islam mempunyai kaitan simbiosis dengan budaya, di mana nilai-nilai Islam dapat dipadukan. Namun halnya ini perlu adanya konsep dakwah yang strategis, dengan pengelolaan secara profesional yang mampu mengakomodasi segala permasalahan sosial. Di mana, di satu sisi banyak budaya yang dapat dijadikan sebagai media dakwah dan di sisi lain sebagai sasaran dakwah itu sendiri.¹⁸

Menurut Muhammad Ali Al bayanuni berpendapat bahwa strategi dakwah dibagi dalam tiga bentuk, yaitu¹⁹:

1. Strategi sentimentil (al manhaj al-athifi).

Strategi sentimentil (al-manhaj al-athifi) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak yatim dan sebagainya.

2. Strategi Rasional (al-manhaj al-aqli).

¹⁸ Susilo Mahfudz, *Nuansa Fiqh Sosial* (Yogyakarta: LKiS, 2003), h. 55.

¹⁹ Aziz Ali, "Ilmu Dakwah Edisi Revisi," *Semarang: Kencana*, 2006, h. 543.

Strategi Rasional (al-manhaj al-aqli) adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek rasio atau akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional.

3. Strategi Indriawi (al-manhaj al-hissi).

Strategi indriawi juga dapat dinamakan dengan strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama

