

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait dengan Judul

1. Dakwah Persuasif

Dakwah secara bahasa berasal dari *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya mengajak, menyeru atau memanggil. Selain itu, pengertian dakwah secara istilah merupakan mengajak seseorang dengan cara bijaksana menuju jalan yang benar dan baik sesuai dengan perintah Allah SWT demi kebahagiaan dunia akhirat.¹ Kata dakwah secara etimologis merupakan aktifitas yang digunakan dalam mengajak kepada kebaikan yang tujuannya ialah Allah SWT, para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang beriman dan beramal shaleh. Dakwah merupakan suatu kegiatan yang menuju dalam hal kebaikan yang sesuai dengan perintah Allah. Dakwah menjadi interaksi sosial bagi manusia untuk saling mengajak, menyeru, mengundang dan mendorong untuk kita menjadi lebih baik. Aktifitas dakwah menjadi salah satu yang paling bisa dan paling banyak mempengaruhi hati dan pikiran berbagai ras, bangsa dan suku yang bisa menimbulkan toleransi beragama bagi manusia. Adapun beberapa pengertian dakwah dari beberapa ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Syekh Abdullah Ba'lawy al-Haddad, dakwah merupakan aktivitas mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat di jalannya dari agama yang benar, dan untuk mengalihkan kembali ke jalan ketaatan kepada Allah.
- b. Menurut Shalahuddin Sanusi, dakwah merupakan usaha-usaha untuk memperbaiki dan membangun masyarakat, memperbaiki kerusakan-kerusakan pada masyarakat, melenyapkan kebatilan, kemaksiatan dan ketidakwajaran dalam masyarakat.²

¹ Samsul Munir Amin, *Sejarah Dakwah*, ed. Nur Laily Nusroh, I. (Jakarta: AMZAH, 2014), 3.

² Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ed. Qiara Media, I. (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2019), 4.

- c. Menurut Jamaluddin dakwah merupakan suatu sistem kegiatan dari seseorang, kelompok atau golongan umat Islam sebagai aktualisasi *imaniyah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa yang disampaikan dengan ikhlas yang menggunakan metode, sistem dan bentuk tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan *fitrah* seseorang.³
- d. Menurut Amrullah Ahmad, dakwah merupakan kegiatan yang dilaksanakan jamaah muslim atau biasa disebut lembaga-lembaga dakwah untuk mengajak umat manusia masuk ke dalam jalan Allah dalam semua segi kehidupan, sehingga Islam terwujud dalam kehidupan *fardiyah*, *usrah*, *jamaah* dan *ummah* sampai menjadi *khairu ummah*.⁴

Dari pengertian dakwah menurut ahli di atas bisa di simpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan yang mengajak atau menyeru dalam kebaikan dan menyebarkan sifat dan nilai-nilai Islam. Dakwah juga menjadi salah satu cara yang bijaksana untuk kita saling mengingatkan agar tetap di jalan yang baik sesuai perintah Allah dan selalu mengamalkan apa sifat-sifat baik Allah.

2. Pengertian Persuasif

Persuasif merupakan konteks komunikasi interpersonal yang memperlihatkan bahwa seseorang mencoba membujuk orang lain agar berubah, dalam hal kepercayaan, sikap maupun perilaku. Dalam kehidupan sehari-hari persuasi sangatlah penting untuk membentuk suatu hubungan interpersonal yang mampu memberi dorongan pada orang lain.⁵ Menurut Nothstine menjelaskan bahwa persuasif merupakan usaha untuk mempengaruhi tindakan atau penilaian orang lain dengan cara berbicara atau menulis pada orang lain.⁶

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017), 13.

⁴ Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 55.

⁵ Jasad, *Dakwah Persuasif & Dialogis*, 15.

⁶ Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*,

Harbert W. Simons dalam bukunya yang berjudul *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis* menjelaskan bahwa ada dua model komunikasi persuasif, yaitu model sederhana dan model kompleks. Model sederhana merupakan model yang dilihat dari hubungan yang sederhana terhadap satu unsur ke unsur lainnya, sedangkan model kompleks merupakan model dengan pola hubungan yang bertumpukan antara unsur satu dengan unsur lainnya.⁷ Ada empat tahapan model sederhana komunikasi persuasif, diantaranya:

- a. Tahap pertama dengan pemahaman pesan yang merupakan tahap tumbuhnya komunikasi persuasif. Model ini biasanya muncul dalam komunikasi interpersonal atau antara satu orang dengan orang lain. Dalam komunikasi persuasif pentingnya memiliki sifat kepercayaan, nilai dan sikap yang bertahan terhadap beberapa hubungan komunikasi yang terjadi.
- b. Tahap kedua merupakan tahap *encoding* yang mana proses pembedahan isi pikiran kedalam stimulus verbal maupun nonverbal yang akan dirasakan dan dimengerti oleh lawan bicara. *Encoding* terjadi saat pikiran menyampaikan pesan kelawan bicara.
- c. Tahap *decoding* yang merupakan tahap ini proses penguncian pesan yang disampaikan seseorang kepada orang lain. Proses ini biasanya tidak berjalan dengan baik karena adanya gangguan pemahaman pesan saat berkomunikasi.
- d. Tahap terakhir yang merupakan tahap evaluasi ini jalur komunikasi yang sangat mudah mengalami kegagalan saat berkomunikasi. Dalam situasi ini banyak perbedaan-perbedaan saat berkomunikasi yang sangat mencolok.

Dari keempat tahap tersebut dapat kita temui dalam kegiatan sehari-hari. Selanjutnya berikut model komunikasi kompleks:

- a. Model dua penerima atau lebih Model ini memberitahu jumlah *persuade* lebih dari satu orang.

⁷ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, ed. Anwar Holid, Pertama. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 123.

- b. Model dua atau lebih pesan yang merupakan model yang menekankan komunikasi dengan runtutan pesan komunikasi lebih dari satu.
- c. Model dua sumber atau lebih model ini merupakan model yang bersumber dari jumlah komunikator lebih dari seorang untuk menyampaikan pesan yang sama.
- d. Model pengaruh timbal balik merupakan model yang bukan berasal dari situasi yang tidak baik atau penerima pesan pasif yang fungsi utamanya sebagai penerima dan tidak berusaha untuk membalas isi pesan yang disampaikan.
- e. Model pengaruh timbal balik melalui saluran delegatif merupakan komunikasi delegatif yang terlihat pada keadaan negosiasi dalam organisasi atau pemerintahan.
- f. Model penggunaan media tidak langsung merupakan model yang memberi titik tekan pada manfaat media massa dalam penyebaran pesan persuasi.⁸

Persuasif sendiri merupakan kegiatan komunikasi dengan baik yang tidak menimbulkan kekerasan atau paksaan. Komunikasi persuasi bertujuan untuk merubah suatu pemikiran atau persepsi seseorang terhadap sesuatu yang tidak baik. Komunikasi persuasi dilakukan dengan cara yang halus atau tanpa ada unsur paksaan apapun kepada lawan bicara atau audiens.

Komunikasi persuasif yang digabungkan dengan dakwah merupakan komunikasi yang berorientasi pada psikologis mad'u atau audiens yang bertujuan membangkitkan kesadaran untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam. Penerapan dakwah yang bersifat persuasif merupakan suatu proses mempengaruhi sikap dan tindakan seseorang dengan cara memanipulasi psikologis agar mereka bertindak atau melakukan kebaikan secara sadar dan kehendaknya sendiri.

Menurut Amin dakwah persuasif merupakan dakwah yang membutuhkan persiapan dan materi yang sangat matang. Hal ini dikarenakan dakwah persuasif didasari oleh usaha diaspek psikologis yang bertujuan

⁸ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, 125–127.

untuk menyadarkan seseorang melakukan sesuatu dengan ikhlas dan tanpa adanya paksaan. Komunikasi persuasif ini dikatakan sebagai kegiatan dakwah psikologis yang tujuannya agar bisa membantu merubah sikap buruk menjadi baik, pendapat atau perilaku tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.⁹ Dakwah persuasif merupakan kegiatan yang mengajak atau mengubah sikap, pendapat dan perilaku. Para ahli biasanya mengatakan bahwa persuasif merupakan kegiatan psikologis. Dalam kegiatan dakwah persuasif seorang da'i sebaiknya membekali diri dengan teori-teori persuasif agar menjadi da'i sekaligus komunikator yang efektif. Ada beberapa teori yang bisa digunakan sebagai dasar kegiatan untuk mencapai keefektifan dakwah persuasif sebagai berikut:

- a. *Metode asosiasi* merupakan penyajian pesan dakwah dengan contoh suatu peristiwa aktual atau yang bisa menarik perhatian dan minat mad'u.
- b. *Metode integrasi* merupakan kemampuan menyatukan diri atau da'i kepada mad'u yang artinya menyatukan diri secara komunikatif, sehingga terlihat satu atau mengandung arti kebersamaan dan senasib.
- c. *Metode pay-off* dan *fear-arousing* yang merupakan kegiatan mengajak atau mempengaruhi mad'u dengan cara melukiskan hal-hal yang menyenangkan perasaan dan memberi harapan.
- d. *Metode icing* merupakan mengindahkannya sesuatu agar yang menerimanya terlihat menarik. Metode ini biasa disebut sebagai memanis-maniskan kegiatan persuasif dengan cara menata rupa sehingga kegiatan menjadi lebih menarik.¹⁰

3. Tujuan Dakwah Persuasif

Tujuan dakwah sendiri merupakan untuk menyelamatkan manusia dari jalan yang tidak benar menuju ke jalan yang baik dan lurus sesuai perintah Allah. Sedangkan tujuan dakwah persuasif merupakan agar mad'u

⁹ Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 72.

¹⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ed. Adriyani Kamsyah, I. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010), 126.

bisa menerima penjelasan dan materi yang dijelaskan oleh da'i tanpa adanya kekerasan. Salah satunya adalah terlaksananya ajaran tentang nilai-nilai Islam secara menyeluruh dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan agar masyarakat selalu menjunjung tinggi kehidupan beragama dengan menerapkan ajaran Islam yang baik. Dakwah juga bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang sesuai tatanan hidup berbangsa dan bernegara yang adil, Makmur, damai sejahtera di bawah limpahan rahmat dan ampunan Allah SWT.

Adapun dua tataran tujuan dakwah menurut Lina Masruroh yaitu tataran individu dan tataran kelompok atau masyarakat, pada tataran individu tujuan dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Mengubah paradigma berpikir seseorang mengenai nilai penting dan tujuan hidup di dunia yang sesungguhnya. Tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari banyak dipengaruhi oleh paradigma yang dia miliki. Jika seseorang melakukan tindakan yang tidak baik atau mencemooh orang lain sebaiknya merubah paradigma berpikir agar orang tersebut tidak melakukannya kembali. Oleh karena itu, aktivitas dakwah pada tataran individu ini diharapkan mampu merubah pandangan atau sifat negatif seseorang untuk memiliki pandangan positif yang sesuai ajaran-ajaran Islam.
- b. Melakukan penghayatan ajaran Islam dalam kehidupan seorang Muslim, sehingga seseorang memiliki kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran dan nilai-nilai Islam. Jika Islam mengajarkan kita untuk saling membantu sesama manusia, maka sebagai seorang muslim harus ada sikap simpati dan empati di dalam dirinya sendiri. Sikap itu lah yang nantinya menjadi pegangan seseorang untuk melakukan tindakan membantu sesama manusia.
- c. Wujud dari penghayatan ajaran Islam, seorang muslim memiliki kemauan untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, selain melakukan ibadah yang wajib umat muslim juga harus melakukan ibadah sosial yang merupakan wujud dari keimanan atau keyakinannya terhadap Allah SWT.

Selain pada tujuan tataran individu Adapun tujuan tataran kelompok atau masyarakat sebagai berikut:

- a. Meningkatkan tali persaudaraan dan persatuan bagi umat muslim dan non-muslim. Perbedaan di kalangan masyarakat merupakan *sunnatullah* yang tidak bisa diganggu atau bantah. Seperti perbedaan antara warna kulit, tinggi badan, budaya, sikap, perilaku dan lain sebagainya. Perbedaan tersebut tidak untuk dipertentangkan, tetapi untuk menjadikan kekuatan agar menimbulkan sikap peduli kepada sesama. Maka dari itu Islam sangat menyarankan untuk umatnya agar selalu menjaga persaudaraan diantara umat Islam.
- b. Meningkatkan hubungan yang harmonis dan saling menghargai satu dengan yang lain. Hubungan batin antar sesama manusia dapat menjadi salah satu penguat untuk menjalin kehidupan yang harmonis dan saling menghargai. Secara fisik boleh berbeda tapi secara batin pikiran dan perasaan kita Bersatu untuk berkomitmen mewujudkan kehidupan yang tenang dan harmonis.
- c. Penguatan struktur sosial dan kelembagaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Struktur sosial dan kelembagaan terbentuk karena pilihan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan karena adanya interaksi antara sesama yang membentuk pola perilaku. Untuk membentuk pola perilaku yang baik di tengah masyarakat tugas da'i dan umat muslim untuk menyebarkan nilai-nilai Islam terhadap struktur sosial dan kelembagaan yang ada di tengah masyarakat.
- d. Membangun kepedulian dan tanggung jawab sosial dalam membentuk kesejahteraan umat manusia. Menurut ajaran Islam memperoleh kesejahteraan hidup menjadi hak untuk semua orang. Islam menyarankan umatnya menjadi umat yang memiliki kekuatan dalam fisik, intelektual, kekayaan dan moralitas. Dalam konsep berbagi merupakan wujud dari tanggung jawab dan kepedulian sosial dalam membangun kesejahteraan umat manusia.

4. Unsur-Unsur Dakwah

Terlaksananya dakwah secara baik dan tertata, adapun beberapa unsur pendukung agar dalam kegiatan dakwah menjadi efektif. Berikut beberapa unsur dakwah yaitu:

a. Da'i

Da'i merupakan orang yang melakukan kegiatan dakwah, yang artinya seseorang yang bertugas untuk menyampaikan atau menyebarluaskan kebaikan ke semua umat muslim yang berdasarkan ajaran Islam dan perintah Allah. Pada dasarnya, semua umat Muslim yang ada di dunia berperan sebagai juru dakwah atau da'i. Karena pentingnya dakwah, seorang da'i harus mempersiapkan beberapa hal yang matang, sebagai berikut:

- 1) Melakukan pemahaman terkait ilmu yang disampaikan, dan hukum-hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.
- 2) Memiliki keimanan yang kuat terhadap Allah SWT, merasa takut akan murkanya Allah, optimis dalam mendapatkan rahmat-Nya dan selalu menjalankan perintah-Nya.
- 3) Selalu melibatkan Allah SWT dalam segala hal urusannya dan juga memiliki sifat ikhlas dan jujur baik itu dalam perlakuan dan perkataan.

b. Mad'u atau Penerima Dakwah

Mad'u merupakan sasaran bagi da'i dalam aktivitas dakwah itu sendiri, mad'u biasanya diartikan sebagai sekumpulan orang yang menyimak atau mendengarkan apa yang disampaikan oleh da'i. seorang da'i baiknya bisa memahami karakteristik setiap mad'unya, karena mereka pasti berbeda-beda baik itu dari sisi intelektualitas, status sosial, Pendidikan dan kondisi dari penerima dakwah tersebut. Dan seorang da'i harus menyadari bahwa berdakwah bukan hanya dikalangan Islam tetapi juga semua umat manusia.

c. Materi Dakwah

Materi merupakan bahan da'i untuk disampaikan ke mad'u atau pendengar dakwah, materi digunakan untuk membantu proses pembelajaran atau

penyebaran kebaikan dalam suatu kegiatan dakwah. Seorang da'i harus memahami materi yang akan disampaikan pada mad'u, agar mad'u bisa mempercayai dan mencontoh materi yang disampaikan.

d. Metode Dakwah

Metode merupakan teknik yang digunakan oleh seorang da'i dalam suatu permasalahan yang ada. Metode ini biasanya digunakan agar mad'u menerima materi dengan mudah dan jelas. Untuk menghasilkan dakwah yang baik, metode dakwah harus juga mencampurkan dengan komunikasi persuasif untuk dijadikan alternatif seorang da'i berdakwah. Karena dengan teknik-teknik komunikasi persuasif, akan mempengaruhi mad'u untuk mencontoh sifat santun dan tanpa paksaan oleh seorang da'i. Metode dakwah yang efektif harus dimiliki oleh seorang da'i karena harus menyampaikan dakwah secara arif dan bijak.

e. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat untuk mendukung terlaksananya kegiatan dakwah, media da'i biasanya buku, handphone atau perangkat keras lainnya. Media memudahkan proses penyampaian pesan atau materi kepada mad'u.¹¹ Media dakwah bukan hanya memberikan materi dakwah secara langsung tetapi juga bisa berdakwah dengan cara membagikan video atau materi di sosial media, seperti youtube, Instagram dan lain-lain.

5. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasif dalam Dakwah

Menurut Delvito prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang selanjutnya dicampur kedalam konteks dakwah terbagi menjadi 4 sebagai berikut:

- a. Prinsip pemaparan dengan selektif atau dalam bahasa merupakan penjelasan bahwa komunikasi atau pembicara aktif mencari sebuah informasi yang mendukung kepercayaan, opini, keputusan dan nilai

¹¹ Achmad Baidowi and Moh. Salehudin, "Strategi Dakwah Di Era New Normal," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2, no. 01 (January 23, 2021): 64, <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.04>.

yang memperkuat pemikiran, sikap dan perilaku seseorang. Prinsip ini merupakan prinsip yang mudah dipakai da'i pada saat menyampaikan materi dakwahnya, karena jika mad'u tidak menerima apa yang disampaikan da'i, maka da'i akan meyakinkan mad'u dengan membawa bukti-bukti pendukung agar mad'u yakin pada materi yang disampaikan.

- b. Prinsip partisipan khalayak, prinsip ini lebih menekankan pembicara yang aktif kepada pendengar. Komunikasi persuasif jika memakai prinsip ini akan menjadikan pembicara sebagai faktor pendukung atau peran utama dalam komunikasi. Sehingga menghasilkan komunikasi persuasif yang baik dan termasuk berhasil karena adanya dialog antara pembicara dan penerima materi. Yang dimaksud dialog tersebut merupakan penerima materi memberi pendapat atau gagasan yang disampaikan oleh pembicara.
- c. Prinsip inokulasi, prinsip ini menjelaskan tentang komunikator yang sengaja menyampaikan gagasan atau pendapat yang kontra, dan selanjutnya komunikator juga menjelaskan tentang kelemahan sehingga membuat komunikan dengan sadar diri memahami atas kesalahan, keyakinan dan kepercayaan yang selama ini dipercaya.
- d. Prinsip besaran perubahan, prinsip ini menjelaskan tentang da'I yang menginginkan perubahan yang besar terhadap mad'u, jika seperti itu maka besar pula tantangan dan tugas da'I untuk menghasilkan perubahan tersebut. Hal ini dikarenakan manusia mengalami perubahan secara bertahap, maka efektifnya komunikasi dakwah persuasif ini dilakukan da'I dengan cara berkomunikasi secara terus dengan menghasilkan perubahan-perubahan kecil, bertahap dan memerlukan waktu yang cukup lama.¹²

¹² Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 77–80.

6. Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan dan manajemen dakwah untuk mencapai suatu tujuan bersama yang menggunakan taktik yang harus dikuasai.¹³ Strategi komunikasi dakwah adalah suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak (komunikasikan, hadirin atau mad'u) atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasi strategi dakwah terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi.¹⁴

Strategi dakwah merupakan usaha seorang da'i agar membuat mad'u atau penonton menerima materi dengan baik. Dengan strategi bisa memudahkan seorang da'i dalam hal menyebarkan ajara-ajaran yang sudah dirangkum dalam sebuah acara atau forum. Seorang da'i baiknya memilih strategi dengan baik, karena jika memilih strategi yang tidak pas bisa mempengaruhi kegiatan dalam berdakwah. Adapun beberapa strategi dakwah Rasul sebagai berikut¹⁵:

1. Saling menasihati dan memohon ampunan
2. Berhati-hatilah terhadap semangat yang menyala
3. Mereka yang telah hijrah benci untuk kembali ke masa kelam

Al-Bayanuni mengartikan strategi dakwah (*ma nahji al-da'wah*) yaitu "ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah". Selain mengartikan Al-Bayanuni juga membagi strategi dakwah menjadi tiga bentuk, yaitu:

1. Strategi sentimental (*al-manhaj al-'athifi*) merupakan dakwah dengan sasaran aspek hati dan menggerakkan perasaan batin dakwah. Memberikan teori dakwah

¹³ Sofyan Hadi, "Manajemen Staregi Dakwah Di Era Kontemporer," *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (October 31, 2019): 74, <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/8>.

¹⁴ Mubasyaroh, "Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat," 314.

¹⁵ Ibn Ibrahim, *Strategi Da'wah Rasul*, ed. Ismail Ba'adillah, Pertama. (Jakarta Timur: Nuansa Press, 2004).

- berupa nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan atau memberikan pelayanan yang memuaskan dan baik. Metode ini biasanya digunakan pada kaum perempuan, anak-anak, orang awan, para muallaf, orang-orang miskin, dan anak-anak yatim.
2. Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*) merupakan dakwah yang menggunakan beberapa metode yang sasarannya pada aspek akal pikiran. Strategi ini memfokuskan dakwah unuk berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. Al-Qur'an mendorong strategi dengan beberapa terminologi sebagai berikut:
 - a. *Tafakkur* merupakan strategi dakwah yang menggunakan pemikiran untuk mencapainya dan memikirkannya.
 - b. *Tadzakkur* merupakan strategi dakwah yang menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah ditinggalkan atau lupakan.
 - c. *Nazhar* merupakan strategi dakwah yang mengarahkan hati untuk terfokus pada objek yang sedang diperhatikan.
 - d. *Taammul* merupakan strategi yang mengulang-ulang pemikiran untuk menemukan kebenaran.
 - e. *I'tibar* merupakan perpindahan pemikiran yang dipikirkan menuju ke pengetahuan yang lain.
 - f. *Taddabur* merupakan suatu usaha untuk memikirkan akibat-akibat setiap permasalahan.
 - g. *Istibshar* merupakan pengungkapan sesuatu dan memperlihatkannya pada pandangan hati.
 3. Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*) startegi ini bisa disebut sebagai strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Tragedi ini diartikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah. Strategi ini lebih berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil dan percobaan.

Adapun beberapa ayat yang menentukan strategi dakwah sebagai berikut:

رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ

الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ﴿١٢٩﴾

Artinya: “Wahai Tuhan kami, utuslah untuk mereka seseorang Rasul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat Engkau, dan mengajarkan kepada mereka Al-Kitab (Al-Qur’an) dan Al-Hikmah (As-Sunnah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana (QS. Al-Baqarah [2]: 129)

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنْكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا

وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ

تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Artinya: “Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmat Kami kepadamu) Kami telah mengutus kepadamu Rasul di antara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al-Kitab dan Al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui (QS. Al-Baqarah [2]: 151)

لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ

يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ

وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿١٦٤﴾

Artinya: “Sungguh Allah telah memberi karunia kepada orang-orang yang beriman ketika Allah mengutus di antara mereka sedang Rasul dari

golongan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat Allah, membersihkan (jiwa) mereka, dan mengejar kepada mereka Al-Kitab dan Al-Hikmah. Dan sesungguhnya sebelum (kedatangan Nabi) itu, mereka adalah benar-benar dalam kesesatan yang nyata (QS. Ali'Imran [3]: 164)

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ
وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي
ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Artinya: “Dia-lah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka kitab dan Hikmah (As-Sunnah). Dan sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata (QS. Al-Jumu’ah [62]: 2)

Ayat-ayat di atas mengartikan tiga strategi dakwah yaitu strategi Tilawah (membacakan ayat-ayat Allah SWT), strategi Tazkiyah (menyucikan jiwa) dan strategi Ta’lim (mengajarkan Al-Qur’an dan Al-Hikmah).¹⁶

7. Pencegahan Kekerasan Antarsuporter Sepak Bola

Maraknya kekerasan antar Suporter sepak bola Indonesia maka harus ada pencegahan yang dilakukan untuk meminimalisir kekerasan yang terjadi. Dwi Suci K. A dan Retno Wulandari H. menjelaskan upaya pencegahan tindakan kekerasan Suporter sepak bola, yaitu dengan merangkul keluarga-keluarga untuk bersedia menjadi pendukung klub yang massif. Keluarga mempunyai fondasi ikatan emosional yang jauh lebih kuat dan

¹⁶ Aziz, Ilmu Dakwah, 300–303.

mempunyai kecintaan pada klub yang sama bisa meredakan emosional karena berasal dari latar belakang yang sama. Dalam Langkah pencegahan di dalam lapangan atau stadion bisa disiap siagakan oleh aparat keamanan dalam jumlah yang banyak, dan alangkah baiknya pengamanan pertandingan dilakukan sejak sebelum pertandingan dimulai sampai pertandingan selesai.¹⁷

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan agar penulis mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, sehingga menghindari pandangan persamaan dengan penelitian ini. Maka dari itu dalam kajian teori ini peneliti mencantumkan hasil-hasil dari penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian skripsi Bisri Mustofa yang berjudul “*Dakwah Persuasif Pada Masyarakat Marjinal Di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung*” (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.¹⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya dakwah persuasif da’i kepada masyarakat marjinal dan mengetahui tujuan dakwah persuasif da’i pada masyarakat marjinal di Ujung Bom kelurahan Kangkung kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung. Penulis pun ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan dakwah persuasif yang terjadi pada masyarakat marjinal.

Hasil dari penelitian skripsi Bisri Mustofa yaitu penerapan dakwah persuasif da’i pada masyarakat marjinal ujung bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Bandar Lampung. Dengan keadaan mad’u yang sebagian besar bekerja sebagai nelayan maka dibutuhkan beberapa tahap dalam penyampaian dakwah Islam. Adapun beberapa tahap yang dilakukan da’i dalam berdakwah pada

¹⁷ Astuti and Hariyadi, “Kajian Kriminologis Aksi Kekerasan Suporter Sepak Bola,” 159.

¹⁸ Bisri Mustofa, “Dakwah Persuasif Pada Masyarakat Marjinal Di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

masyarakat marjinal yaitu silaturahmi, mengundang untuk mengikuti pengajian dan mengadakan kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI).

Persamaan dari penelitian tersebut adalah dari pembahasan mengenai dakwah persuasif yang dilakukan oleh para da'i, yang dimana menggunakan metode yang sama yaitu mengajak dengan menggunakan cara halus tanpa adanya paksaan dan kekerasan. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian Bisri Mustofa yaitu dalam melaksanakan dakwah, penelitian ini melakukan dakwah pada suatu komunitas Suporter, sedangkan penelitian Bisri Mustofa melakukan dakwah di masyarakat marjinal.

2. Penelitian skripsi Nur Said Ramatullah yang berjudul “*Strategi Dakwah komunitas Sahabat Muda Surabaya dalam Membentuk Pemuda Social Entrepreneur yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh*” (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah) penelitian ini menggunakan metode penelitian paradigma dan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.¹⁹ Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan memahami strategi dakwah dalam komunitas Sahabat Muda berdasarkan teori Sayyid Muahmmad Nuh dalam membentuk generasi muda menjadi generasi yang berjiwa sosial entrepreneur yang berkarakter Islami dan membentuk generasi muda yang kokoh akan keimanannya, kepedulian dan kemandirian.

Hasil dari penelitian skripsi Nur Said Ramatullah menemukan bahwa komunitas Sahabat Muda mempunyai 4 tahap proses dalam membentuk generasi muda sosial entrepreneur yang Islami tahap pertama, yaitu dengan memberikan prioritas dalam berdakwah. Tahap kedua menjadikan relawan generasi muda yang rajin beribadah dengan tiga acara yaitu Program *character building*, pengajian, ceramah mingguan dan program Ruqiyah Syair'iyah. Tahap ketiga mencetak generasi muda yang peduli dengan menggunakan program *helping people*.

¹⁹ Nur Said Rahmatullah, “Strategi Dakwah Komunitas Sahabar Muda Surabaya Dalam Membentuk Pemuda Social Entrepreneur Yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

Tahap keempat merupakan membentuk relawan memiliki jiwa pimpinan yang mandiri dan kreatif. Strategi yang dilakukan komunitas Sahabat Muda didukung oleh teori Pendidikan dari Sayyid Muhammad Nuh.

Persamaan dari penelitian ini adalah pembahasan mengenai strategi dakwah untuk sebuah komunitas. Penelitian ini mengajak dalam sebuah kebaikan dengan menggunakan strategi yang benar-benar matang dan terencana. Perbedaan dari penelitian ini adalah penggunaan dalam metode penelitiannya, penelitian dari Nur Said Abdullah menggunakan metode paradigma sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

3. Penelitian skripsi Purnomo yang berjudul “*Komunikasi Organisasi Komunitas Aremania Malang dalam Pembinaan Akhlak Anggota*” (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan yang bergantung pada perspektif yang digunakan dan juga permasalahan yang diteliti dalam melakukan penggambaran, pemahaman dan pemaknaan, penafsiran, pengembangan, dan *eksplorasi*. Penelitian tersebut bertujuan untuk membentuk akhlak yang baik dalam anggota Suporter Aremania Malang.

Hasil dari penelitian skripsi Purnomo berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh Purnomo dapat dilihat bahwa Aremania merupakan komunitas Suporter yang cukup bersahabat. Purnomo menemukan beberapa komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunitas Aremania Malang yaitu interaksi sosial melalui jaringan komunikasi organisasi, isi pesan yang dikomunikasikan, media komunikasi dan efektifitasnya, dan pesan-pesan akhlak yang mendukung pembinaan akhlak anggota komunitas Aremania Malang.

Persamaan skripsi dengan penelitian ini adalah pembahasan yang sama-sama membahas Suporter klub sepak bola yaitu Aremania, dan pembinaan untuk akhlak yang baik dalam pencegahan kekerasan antar Suporter sepak bola. Skripsi ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya skripsi dari karya

Purnomo lebih mempelajari tentang komunikasi dalam komunitas tersebut, sedangkan penelitian ini lebih memberikan strategi dakwah dalam pencegahan kekerasan antar Suporter.

4. Penelitian skripsi karya Iviana yang berjudul “*Komunikasi Organisasi Komunitas Suporter Arema City Of Reog (ACOR) dalam Membina Akhlak Anggota*” (Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo) dalam penelitian ini membahas tentang komunikasi organisasi komunitas Arema City Of Reog (ACOR) dan pola pembinaan akhlak semua anggota komunitas tersebut. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan mencoba menemukan fakta-fakta dan melakukan pendeskripsian. Subjek dari skripsi Elviana yaitu pengurus Arema City Of Reog (ACOR).

Hasil dari penelitian skripsi Iviana yaitu ada beberapa pola komunikasi yang dilakukan oleh komunitas ACOR untuk membina akhlak anggotanya yaitu komunikasi dari atasan ke bawahan, komunikasi dari bawah ke atas dan komunikasi horizontal. Adapun beberapa pola pembinaan yang dilakukan oleh komunitas ACOR yaitu dengan menggunakan keteladanan, mereka melakukan kegiatan yang baik untuk memberi contoh pada anggota.

Persamaan skripsi Alviana dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti komunitas Suporter Arema dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terdapat pada isi penelitiannya yaitu skripsi Elviana lebih membahas tentang pola komunikasi organisasi Suporter Aremania, sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi dakwah dalam pencegahan kekerasan antar Suporter sepak bola.

5. Jurnal dari Amalia Ulfah S., Eri Radityawara H., Arief Budiarto yang berjudul “*Resolusi Konflik antara Suporter Persib dan Persija dari Persepektif Sosiokultural*” dari Universitas Pertahanan (UNHAN), jurnal ini menggunakan metode dari penulisan ini adalah pendekatan riset naratif dengan cara menceritakan peristiwa, aksi atau rangkaian peristiwa yang terhubung oleh kronologis dan menggunakan pendekatan kualitatif. Jurnal ini bertujuan

untuk memberi tahu ketetapan dari konflik antara Suporter dari persepektif sosiokultural.

Hasil dari penulisan jurnal tersebut yaitu dinamika konflik selama tahun 2001 sampai dengan 2017 yang merupakan tahun-tahun maraknya kekerasan antar Suporter yang banyak merenggut korban jiwa. Pada tahun 2004 hingga 2011 merupakan upaya penyelesaian untuk melakukan perdamaian, namun menguap begitu saja. Menurut hasil analisis pencegahan dan resolusi konflik terlihat bahwa dalam penyelesaian ini sinergitas antar aktor, pemangku kepentingan serta politik penguasa yang belum berjalan dengan baik. Masih banyak kekerasan antar Suporter yang belum menjadi perhatian bagi seluruh elemen sehingga penanganan dan penyelesaiannya kurang serius dan sangat lambat.

Persamaan dari jurnal dan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang konflik Suporter sepak bola di Indonesia dan menggunakan metode pendekatan yang sama yaitu metode kualitatif. Perbedaannya adalah jurnal ini memberikan penetapan konflik dari Suporter Persib dan Persija, sedangkan penelitian ini memberikan strategi dakwah dalam pencegahan kekerasan atau konflik dari Suporter sepak bola tersebut.

C. Kerangka Berpikir

Pola komunikasi yang terdapat dalam sebuah komunitas Suporter sebaiknya di selingi dengan dakwah persuasif yang bertujuan untuk mengurangi terjadinya kekerasan antar Suporter. Ditengah maraknya berita kekerasan Suporter sepak bola Indonesia, da'i harus mampu mengelola pola komunikasi, tata bahasa dan menggunakan strategi yang benar-benar baik untuk digunakan dalam kegiatan dakwah.

Dakwah merupakan kegiatan mengajak atau menyeru dalam sebuah kebaikan dan meluruskan jalan kepada Allah. Setiap kegiatan dakwah apapun dibutuhkan strategi yang benar-benar matang untuk mencapai keberhasilan dalam berdakwah. Strategi dakwah merupakan perencanaan yang dibuat oleh da'i agar kegiatan dakwah bisa menarik audiens atau mad'u dalam mengajak kepada kema'rufan dan mencegah kemungkaran. Dalam komunitas Aremania Pati

(ARPA) melakukan strategi dakwah dengan saling menasihati sesama anggota Suporter, memberikan pemahaman bagi Suporter jika kekalahan atas klub yang disenangi adalah hal biasa dalam pertandingan dan selalu mengajak kebaikan saat menonton pertandingan tanpa adanya kekerasan antar Suporter klub sepak bola lain.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

