

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan. Oleh karena itu, ilmu dakwah secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu pengetahuan yang memuat metode dan petunjuk tentang bagaimana seharusnya memikat perhatian manusia agar mereka menerima, menyetujui, dan melaksanakan suatu ideologi, pandangan, atau tugas tertentu. Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab, yaitu *عاد - عاد* (da'a - yad'u - da'watan). Dakwah merupakan bentuk masdar dari kata kerja *عاد - عاد* sebagai mudhari yang memiliki arti seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa, dan sejenisnya. Istilah ini sering diartikan sejalan dengan konsep-konsep seperti tabligh, amr ma'ruf, nahi munkar, mau'idzah hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah.

Secara terminologis, dakwah adalah upaya mengajak manusia menuju jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh. Upaya ini dapat dilakukan melalui lisan, tulisan, atau perbuatan sebagai usaha Muslim untuk mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan pribadi (syahsiyah), keluarga (usrah), dan masyarakat (Jama'ah). Tujuannya adalah agar nilai-nilai Islam terwujud dalam segala aspek kehidupan, sehingga terbentuk khairul ummah (masyarakat madani) secara menyeluruh. Frasa "khairul ummah" sendiri dapat ditemukan dalam Al-Quran, tepatnya dalam QS. Ali-Imran/04:110. Dalam konteks ini, dakwah bukan hanya sebatas menyampaikan pesan, tetapi juga melibatkan tindakan nyata untuk membentuk masyarakat yang berdasarkan nilai-nilai Islam, mencakup aspek pribadi, keluarga, dan sosial.¹

¹ N Atika, 'Strategi Dakwah Dalam Meningkatkan Kualitas Keagamaan Pada Siswa SMAN 6 Gowa Kecamatan Parangloe', 2018 <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/12708%0Ahttp://repositori.uin-alauddin.ac.id/12708/1/nur_atika - STRATEGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS.pdf>.

Dakwah, secara terminologi, memiliki pengertian yang saling melengkapi. Meskipun perbedaan dalam penyusunan redaksi, esensi dan makna substansialnya tetap sama, seperti yang dapat disajikan dalam kutipan berikut:

- 1) Prof. Toha Yahya Omar, MA, menjelaskan bahwa dakwah dalam terminologi adalah suatu upaya mengundang manusia secara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, dengan tujuan keselamatan dan kebahagiaan mereka baik di dunia maupun di akhirat.
- 2) Prof. A. Hasjmy menjelaskan bahwa dakwah Islamiah adalah upaya mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan keyakinan serta aturan hukum Islam, yang pertama kali diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.
- 3) Syaikh Ali Mahfudz mengungkapkan bahwa dakwah melibatkan usaha memotivasi manusia agar melakukan perbuatan baik, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan, dan mencegah perbuatan buruk, dengan tujuan agar mereka dapat meraih kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.
- 4) Prof. HM Arifin M. Ed. menjelaskan bahwa dakwah mencakup ajakan yang disampaikan melalui lisan, tulisan yang disebarkan melalui media, dan perilaku sehari-hari. Semua kegiatan tersebut dilakukan dengan kesadaran dan perencanaan, bertujuan untuk memengaruhi orang lain baik secara individu maupun dalam kelompok. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kesadaran, sikap penghayatan, dan pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepada pendengar dan pembaca tanpa adanya unsur paksaan.
- 5) Amrullah Ahmad menyebutkan, pada hakikatnya dakwah islam merupakan aktualisasi imani (theologis) dimanifestasikan dalam suatu system kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan. Itu semua harus dilaksanakan secara teratur untuk memengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak pada tataran kenyataan individu dan sosio-kultural bagi terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.

- 6) Dr. M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan untuk mencapai kesadaran atau usaha mengubah situasi menuju keadaan yang lebih baik dan sempurna, baik pada tingkat individu maupun masyarakat. Dakwah bukan hanya upaya meningkatkan pemahaman dalam perilaku dan pandangan hidup, melainkan juga menuju sasaran yang lebih luas. Terlebih lagi, dalam konteks saat ini, dakwah diharapkan memiliki peran yang lebih besar dalam mendorong implementasi ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan manusia.²

Dapat disimpulkan dari pengertian dakwah diatas dakwah adalah upaya mengajak manusia menuju jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh. Upaya ini dapat dilakukan melalui lisan, tulisan, atau perbuatan sebagai usaha Muslim untuk mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan pribadi (syahsiyah), keluarga (usrah), dan masyarakat (Jama'ah). Tujuannya adalah agar nilai-nilai Islam terwujud dalam segala aspek kehidupan, sehingga terbentuk khairul ummah (masyarakat madani).

b. Strategi Dakwah

Definisi strategi dalam kamus bahasa Indonesia dapat dinyatakan sebagai berikut. Strategi adalah pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan potensi negara-negara untuk menjalankan kebijakan tertentu dalam situasi perang, atau perencanaan yang hati-hati terkait dengan aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu.³

Pengungkapan istilah "strategi dakwah" dapat dimulai dengan membahas masing-masing kalimat, yaitu "strategi" dan "dakwah." Asal kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani "Strategia" yang diterjemahkan sebagai "seni seorang jenderal." Secara bahasa, strategi diartikan sebagai ilmu siasat perang, menggunakan akal atau tipu muslihat untuk mencapai maksud dan tujuan yang telah direncanakan.⁴ Hisyam Alie, yang dikutip oleh Rafiudin dan Djaliel, menyatakan bahwa agar suatu organisasi atau lembaga mencapai strategi yang

² Applied Mathematics, 'Pengertian Dakwah Persuasive', 2016, 1–23.

³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi Ketiga hal 1092

⁴ Yuli Husnia, 'Strategi Dakwah Dr. Zakir Naik', 2017, 38–77.

bersifat strategis, langkah yang perlu diambil adalah melakukan analisis kemampuan internal dan eksternal organisasi tersebut. Istilah "strategi" telah digunakan dalam konteks militer sejak masa kejayaan Yunani-Romawi hingga awal periode Industrialisasi. Seiring berjalannya waktu, konsep strategi meluas dan diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang dakwah. Penerapan strategi dalam dakwah menjadi penting karena dakwah memiliki tujuan untuk merencanakan perubahan yang terarah dalam masyarakat. Proses ini telah berlangsung selama lebih dari seribu tahun, menunjukkan evolusi dan relevansinya dalam menghadapi berbagai perubahan zaman.⁵

Dalam konteks psikologi, strategi dianggap sebagai metode untuk mengumpulkan dan mengorganisasi informasi dengan tujuan menilai suatu hipotesis. Dalam proses pengambilan keputusan, strategi merupakan suatu proses berpikir yang mencakup *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Artinya, strategi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara terpusat dan hati-hati, sehingga dapat memilih tindakan-tindakan yang paling efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, strategi dapat dianggap sebagai usaha untuk mencapai tujuan dengan cara yang efektif dan efisien, sehingga istilah "strategi" merujuk pada pilihan yang memberikan kepuasan yang lebih besar⁶. Beberapa pendapat ahli tentang strategi dakwah:

- 1) Menurut Syamsul Munir Amin mendefinisikan strategi dakwah adalah suatu pendekatan yang ditentukan untuk menghadapi target dakwah dalam konteks tertentu dengan maksud mencapai hasil dakwah yang optimal. Dengan kata lain, strategi dakwah merupakan langkah-langkah, taktik, yang diambil untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.
- 2) Muh. Ali Aziz mendefinisikan strategi dakwah sebagai suatu perencanaan yang mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.

⁵ A Landasan, Umum Tentang, and Strategi Dakwah, 'Bab Ii Landasan Strategi Dakwah', 26-51.

⁶ Kustadi Suhandang, Model Strategi Komunikasi dalam Dakwah (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.hal 82

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai suatu perencanaan yang mengandung serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Dalam konteks ini, perlu diperhatikan dua aspek utama, yaitu bahwa strategi melibatkan perencanaan tindakan dalam bentuk rangkaian kegiatan dakwah, termasuk penggunaan metode serta optimalisasi berbagai sumber daya atau kekuatan. Selain itu, strategi juga merupakan suatu proses penyusunan rencana kerja yang belum mencapai tahap pelaksanaan tindakan.⁷ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah adalah sebuah perencanaan atau strategi untuk mencapai sebuah tujuan dakwah tertentu oleh seorang da'i.

c. Strategi Konvergensi

Perkembangan teknologi internet telah menimbulkan Perubahan dan perkembangan dalam dunia komunikasi massa. Karena internet, muncullah media baru atau new media. Kemunculan media baru tersebut mengubah cara masyarakat mendapatkan informasi melalui media. Awalnya, masyarakat mendapatkan informasi dan berita melalui media lama, seperti surat kabar, majalah, atau televisi. Namun setelah berkembangnya media baru, masyarakat juga mendapatkan informasi melalui media online yang dianggap lebih mudah diakses dan bersifat real time. Media lama pun akhirnya lama kelamaan mulai ditinggalkan, khususnya media cetak seperti surat kabar dan majalah. Untuk dapat terus berkompetisi sebagai sumber informasi masyarakat, media cetak pun melakukan inovasi dengan cara berkonvergensi. Konvergensi adalah penggabungan dari beberapa jenis media dan hadir dalam bentuk digital.

⁷ Autoridad Nacional del Servicio Civil, 'Strategi Dakwah', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.

d. Jenis-jenis Strategi Dakwah

1) Strategi Sentimental

Strategi Sentimental merupakan suatu pendekatan dakwah yang berfokus pada aspek emosional dan spiritual, dengan tujuan mempengaruhi perasaan dan batin mitra dakwah. Pendekatan ini melibatkan pemberian nasihat yang memberikan kesan mendalam, pemanggilan dengan kelembutan, atau penyediaan layanan yang memuaskan. Metode ini dikembangkan khusus untuk mitra dakwah yang mungkin terpinggirkan atau dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang awam, muallaf dengan iman yang lemah, orang miskin, anak yatim, dan sebagainya.

Penggunaan strategi sentimental ini dapat diidentifikasi dalam praktek dakwah Nabi Muhammad SAW ketika berhadapan dengan kaum musyrik di Mekah. Banyak ayat Makkiyah (ayat yang diturunkan sebelum hijrah ke Madinah) menekankan nilai-nilai kemanusiaan, seperti kerjasama, perhatian terhadap fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sejenisnya. Terbukti bahwa banyak pengikut Nabi SAW pada awalnya berasal dari kalangan yang dianggap lemah.⁸

Melalui penerapan strategi ini, kaum yang dianggap lemah merasa dihargai, sementara kelompok yang dianggap mulia merasa dihormati. Pendekatan sentimental ini memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih mendalam dan positif antara dai dan mitra dakwah, khususnya dengan mereka yang berada dalam kondisi sosial yang lebih rendah.⁹

2) Strategi Rasional

Strategi Rasional dalam dakwah melibatkan sejumlah metode yang menekankan pada pemikiran rasional. Pendekatan ini bertujuan mendorong mitra dakwah untuk berpikir secara mendalam, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan prinsip logika, diskusi, serta penyajian contoh dan bukti sejarah adalah beberapa metode yang diterapkan dalam strategi rasional.

⁸ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana, 2004), 136.

⁹ Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam (Surabaya: Al-Ikhlash), 32.

Al-Qur'an mendukung penggunaan strategi rasional dengan menggunakan beberapa terminologi seperti tafakkur (berpikir), tadzakkur (mengingat), nazhar (mengarahkan hati), ta'ammul (mengulang-ulang pemikiran), i'tibar (perpindahan pengetahuan), tadabbur (memikirkan akibat-akibat masalah), dan istibshar (mengungkap dan memperlihatkan sesuatu).¹⁰ Sebagai contoh, tafakkur mengacu pada penggunaan pemikiran untuk mencapai pemahaman dan refleksi yang lebih dalam. Tadzakkur berkaitan dengan mengingat dan melestarikan ilmu setelah dilupakan. Sementara itu, istibshar mencakup mengungkap dan menyingkapkan sesuatu kepada pandangan hati. Dengan menerapkan strategi rasional, dakwah dapat lebih efektif merangsang pemikiran dan refleksi pada mitra dakwah.

3) **Strategi Indrawi** (*al-manhaj al-hissy*)

Strategi tersebut juga dapat disebut sebagai strategi eksperimental atau strategi ilmiah. Ini didefinisikan sebagai suatu sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berfokus pada pengalaman indera dan mengandalkan hasil dari penelitian dan percobaan. Beberapa metode yang termasuk dalam strategi ini melibatkan praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.

Dalam konteks sejarah, Nabi Muhammad SAW sebelumnya menerapkan Islam sebagai manifestasi dari strategi inderawi yang dapat disaksikan langsung oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya bulan, bahkan kehadiran Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Saat ini, kita menggunakan Al-Qur'an untuk mendukung atau menolak hasil penelitian ilmiah. Pakar tafsir menyebutnya sebagai Tafsir Ilmi.¹¹ Beberapa tokoh seperti Adnan Oktar, yang menggunakan nama pena Harun Yahya, menerapkan strategi ini dalam menyampaikan dakwahnya. Begitu pula dengan M. Quraish Shihab, seorang pakar tafsir terkemuka di

¹⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash), 32

¹¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash), 32.

Indonesia, yang sering mengaitkan hasil penemuan ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an¹²

e. Metode Dakwah

1) Bil Hikmah

Bil Hikmah adalah panggilan atau seruan kepada jalan Allah yang didasarkan pada pertimbangan ilmu pengetahuan, seperti kebijaksanaan, keadilan, kesabaran, ketabahan, dan argumentatif, sambil selalu memperhatikan kondisi mad'u (orang yang diajak). Pendekatan ini menunjukkan bahwa metode bi al-hikmah mengharapkan seorang da'i memiliki wawasan yang luas, mencakup tidak hanya pemahaman terhadap ilmu-ilmu agama, tetapi juga pengetahuan tentang ilmu-ilmu umum lainnya seperti psikologi, sosiologi, dan sebagainya.

2) Mauizhaah Hasanah

Mauizhaah hasanah adalah suatu konsep dalam perspektif dakwah yang sangat dikenal dan populer. Terdiri dari dua kata, yakni "mauizhaah" yang merujuk pada nasihat, bimbingan, pendidikan, dan peringatan, serta "hasanah" yang berarti kebaikan, bertolak belakang dengan sayyi'ah yang mengacu pada kejelekan. Dalam konteks dakwah, mauizhaah hasanah menggambarkan upaya untuk menyebarkan ajaran Islam melalui pemberian nasihat-nasihat yang dapat menyentuh hati audiens, dengan tujuan membawa kebaikan dan menghindarkan dari kejelekan.

3) Mujadalah

Mujadalah merupakan suatu bentuk dakwah yang melibatkan pertukaran pikiran dan perdebatan yang dilakukan dengan cara yang terbaik. Dalam mujadalah, pendekatan yang diambil adalah memberikan bantahan atau argumen secara bijaksana tanpa memberikan tekanan-tekanan kepada sasaran dakwah. Pendekatan ini menekankan pada kebaikan, kesopanan, dan kecerdasan dalam berkomunikasi, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif dan membangun pemahaman yang lebih baik dengan

¹² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash), 32

audiens.¹³ Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa metode dakwah adalah ada metode dalam dakwah yaitu metode bil hikmah, metode mauizhah hasanah dan metode mujadalah.

f. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan elemen tak terpisahkan dalam praktik keislaman seseorang. Metodenya dapat bervariasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pokok dari tujuan dakwah adalah mendorong transformasi dalam kepribadian individu, kelompok, dan masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan dalam berdakwah sebaiknya bersifat dinamis dan progresif. Secara keseluruhan, tujuan dakwah adalah mengundang manusia untuk mengikuti jalan yang benar dan meraih ridha Allah SWT, sehingga mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat.¹⁴

Dakwah memiliki tujuan khusus, yang disebut sebagai minor obyektive, dan secara operasional dapat dibagi lebih lanjut menjadi beberapa tujuan yang lebih spesifik.

- 1) Mengundang umat Islam untuk terus meningkatkan kesalehan mereka kepada Allah Swt, dengan harapan bahwa mereka akan patuh terhadap perintah-Nya dan menghindari larangan-Nya secara konsisten.
- 2) Membangun pemahaman agama Islam pada individu yang baru memeluk Islam (muallaf), dengan memberikan penjelasan yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kondisi mereka yang berbeda dari mereka yang telah beriman dan memiliki pengetahuan agama.
- 3) Mengajak individu yang belum menganut Islam untuk memeluk agama Allah, dengan tujuan untuk membawa mereka kepada iman dan keyakinan pada Allah.
- 4) Memberikan pendidikan dan pengajaran kepada anak-anak agar mereka tumbuh sesuai dengan fitrah manusia yang murni.

Tujuan khusus dari dakwah ini adalah untuk mendidik dan membimbing anak-anak agar tidak menyimpang dari prinsip-prinsip dasar kehidupan yang benar. Keseluruhan tujuan khusus dakwah ini menunjukkan bahwa dakwah

¹³ Nurhidayat Muh. Said, 'Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125)', *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16.1 (2015), 78–89.

¹⁴ Mathematics.

memiliki peran mendalam dalam memperkuat iman dan kesalehan manusia di berbagai aspek kehidupan.¹⁵

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari dakwah adalah menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan dalam kehidupan dunia dan akhirat yang meraih ridha Allah SWT. Ini dicapai melalui penyebaran nilai-nilai yang membawa kebahagiaan dan kesejahteraan yang disetujui oleh Allah SWT sesuai dengan bidangnya masing-masing.

g. Dasar-Dasar Hukum Berdakwah

Pernyataan bahwa dakwah hukumnya fardu 'ain, atau kewajiban individual, didasarkan pada hadits Nabi Muhammad SAW. yang menyatakan hal ini dalam basis data saya. Namun demikian, konsep dakwah sebagai fardu 'ain dapat ditemukan dalam beberapa hadits dan ayat Al-Qur'an yang menekankan pentingnya menyampaikan pesan agama kepada orang lain.

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَارْتَبِعُوا صُلُوبَكُمْ

ت..... ٣

Terjemahnya : Dan sesungguhnya, kami telah mengutus seorang rasul untuk semua ummat (untuk menyerukan) sembahlah Allah dan jauhilah Thagot.¹⁶

Dalam pandangan Al-Ghazali, ayat tersebut menegaskan bahwa perintah untuk menjalankan dakwah adalah suatu kewajiban yang tidak dapat ditawar-tawar, karena dalam ayat tersebut terdapat kata "مِنْكُمْ وَلَكُمْ" yang berarti wajib ada. Hal ini menetapkan bahwa pelaksanaan amar ma'ruf dan nahi mungkar, atau dalam konteks ini dakwah, harus tetap dilakukan. Ayat tersebut menjelaskan bahwa kewajiban ini dapat menjadi tanggung jawab individu (fardu 'ain) atau menjadi tanggung jawab kelompok (fardu kifayah).

Imam Al-Qurthubi, sebagaimana dikutip oleh Muliaty Amin dan Misbahuddin, memberikan argumentasi bahwa

¹⁵ Moh. Ardani, Fiqih Dakwah, (Jakarta: PT. Mitra Cahaya Utama), h. 16-17

¹⁶ Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Cet.I; Bandung : PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2012), h. 271.

yang wajib melaksanakan dakwah hanya sekelompok orang, karena masih banyak umat yang belum memiliki keahlian atau pemahaman yang cukup di bidang agama. Oleh karena itu, yang diwajibkan untuk berdakwah hanyalah mereka yang termasuk dalam kategori ulama atau orang yang memiliki pengetahuan yang memadai. Bagi yang lain, mereka tidak diwajibkan secara langsung untuk melaksanakan dakwah.

Dengan kata lain, pendapat ini menegaskan bahwa wajib berdakwah hanya berlaku untuk sekelompok orang tertentu, yaitu mereka yang memiliki keahlian dan pengetahuan di bidang agama, sedangkan yang lainnya dibebaskan dari kewajiban langsung untuk berdakwah.¹⁷

h. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah meliputi Da'I (pelaku dakwah) dan Madu' (Penerima Dakwah).

1) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah. Nasarudin Lathief mendefinisikan da'i sebagai muslim atau muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah adalah wa'aahd mubaligh mustama'in (juru penerang) yang mengajak, menyeru, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam. Da'i juga diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang cara menyampaikan dakwah terkait Allah, alam semesta, dan kehidupan. Mereka juga diharapkan mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi manusia, serta menggunakan metode-metode yang tepat agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.

2) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah orang yang menerima dakwah. Muhamad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu golongan cerdas dan cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat menangkap persoalan. Dengan adanya kedua unsur ini,

¹⁷ Muliaty Amin dan Misbahuddin, Pengantar Ilmu Dakwah, h. 17.

proses dakwah diharapkan dapat berjalan dengan baik, di mana da'i secara efektif menyampaikan pesan-pesan agama kepada mad'u, yang dapat berasal dari berbagai lapisan masyarakat dengan karakteristik yang berbeda.¹⁸

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa unsur-unsur dakwah merujuk pada elemen-elemen yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan dakwah. Komponen-komponen tersebut melibatkan da'i sebagai pelaku dakwah dan mad'u sebagai mitra dakwah.

Mengklasifikasikan mad'u (objek dakwah) melibatkan berbagai kelompok manusia yang dapat dikelompokkan berdasarkan berbagai aspek. Oleh karena itu, proses penggolongan mad'u dapat dianggap sebagai suatu bentuk pengelompokan manusia, baik itu berdasarkan aspek sosial, struktural, usia, profesi, tingkat sosial ekonomis, jenis kelamin, dan kriteria khusus lainnya. Beberapa klasifikasi mad'u termasuk:

a) Sosial:

- (1) Masyarakat terasing
- (2) Masyarakat pedesaan
- (3) Masyarakat perkotaan
- (4) Kota kecil
- (5) Masyarakat di daerah marjinal dari kota besar

b) Struktur Kelembagaan:

- (1) Golongan priyayi
- (2) Golongan abangan
- (3) Golongan santri, terutama pada masyarakat Jawa

c) Usia:

- (1) Golongan anak-anak
- (2) Golongan remaja
- (3) Golongan orang tua

¹⁸ M.S. Ghazi Alkhairy, Yusuf Zaenal Abidin, and Dewi Sadiah, 'Peran Pimpinan Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Kualitas Dakwah Santri', *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2.3 (2017), 213–30 <<https://doi.org/10.15575/tadbir.v2i3.294>>.

d) Profesi:

- (1) Golongan petani
- (2) Golongan pedagang
- (3) Golongan seniman
- (4) Golongan buruh
- (5) Golongan pegawai negeri

e) Tingkat Sosial Ekonomis:

- (1) Golongan kaya
- (2) Golongan menengah
- (3) Golongan miskin

f) Jenis Kelamin:

- (1) Golongan pria
- (2) Golongan wanita

g) Khusus:

- (1) Masyarakat tunasusila
- (2) Masyarakat tunawisma
- (3) Masyarakat tuna-karya
- (4) Narapidana dan sebagainya.

Pengelompokan mad'u ini mencakup berbagai lapisan masyarakat, sehingga pendekatan dakwah dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan khusus dari setiap golongan tersebut¹⁹.

i. Kualitas Dakwah**1) Pengertian Kualitas**

Kualitas mencakup semua ciri dan karakteristik dari suatu dakwah yang berkaitan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan. Kualitas merupakan kondisi yang dinamis, terkait dengan dakwah, manusia, proses, dan lingkungan, yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan. Secara umum, konsep ini dianggap sebagai suatu ukuran relatif dari kebaikan suatu dakwah, yang mencakup kualitas keinginan dan kesesuaian.²⁰

2) Prinsip-prinsip Kualitas

Beberapa ahli dari organisasi merumuskan prinsip-prinsip kualitas dalam suatu organisasi atau lembaga. Tim Dosen Administrasi mengambil kutipan

¹⁹ Aminudin, KONSEP DASAR DAKWAH, Al-Munzir Vol. 9, No. 1, Mei 2016

²⁰ Autoridad Nacional del Servicio Civil.

dari Philip Crosby yang menyatakan bahwa terdapat empat prinsip kualitas, yakni:

- a) Kesesuaian dengan tuntutan.
- b) Pencegahan terhadap mutu rendah dengan menggunakan pengawasan, bukan melakukan penilaian atau koreksi.
- c) Standar performa adalah tidak adanya kesalahan, bukan sekadar "hampir mendekati".
- d) Pengukuran kualitas.

Prinsip-prinsip kualitas ini merupakan kumpulan pendapat atau asumsi yang dianggap memiliki kekuatan untuk mencapai mutu dalam suatu organisasi atau lembaga. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah Kualitas merupakan kondisi yang dinamis, terkait dengan dakwah, manusia, proses, dan lingkungan, yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan. Dan adapun prinsip kualitas yang harus diperhatikan dalam dakwah yaitu kesesuaian dengan tuntutan dan pengukuhan kualitas.

j. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin, di mana *medius* secara harfiah berarti tengah, perantara, atau pengantar. Dalam konteks bahasa Arab, media berfungsi sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Dengan kata lain, media bertindak sebagai sarana untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan dari satu pihak kepada pihak lain²¹. Media dalam komunikasi adalah proses untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima. Dalam melakukan komunikasi, penting bagi seseorang untuk memilih media komunikasi yang sesuai agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan.²²

Dari penjelasan sebelumnya mengenai media dakwah, dapat disimpulkan bahwa media adalah segala sesuatu yang berfungsi sebagai perantara. Oleh karena itu, ada beberapa jenis media yang dapat digunakan dalam proses dakwah. Secara umum, media-media benda yang dapat digunakan sebagai sarana dakwah terdiri dari :

²¹ Arsyad A, 'Media Pembelajaran', 2011, 23–35.

²² Sanjaya .2012. " Media Komunikasi Pembelajaran, Jakarta : hal 57

- 1) Media visual terdiri dari : Flim slide, Overhead poyektor (OHP), Gambar dan foto
- 2) Media audio terdiri dari : Radio, Tape recorder
- 3) Media audio visual terdiri dari : Televisi, flim, internet
- 4) Media cetak terdiri dari : Buku, majalah, surat kabar²³

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media dakwah berfungsi sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan media yang dapat digunakan sebagai media dakwah yaitu media visual, media audio, media audio visual, media cetak. Dan penelitian ini fokus pada media audio radio yang dimanfaatkan radio Nur FM sebagai media dakwah.

Teori medan dakwah merupakan konsep yang penting dalam merancang strategi dakwah, termasuk di media radio seperti Radio Nur FM Rembang. Dalam konteks ini, teori medan dakwah dapat diterapkan dengan mempertimbangkan beberapa prinsip dan strategi yang relevan. Berikut adalah beberapa poin yang bisa menjadi dasar strategi dakwah di Radio Nur FM Rembang:

- 1) Penentuan Target Audiens: Identifikasi audiens target yang menjadi fokus utama dalam dakwah. Ini bisa berupa remaja, keluarga, pekerja, atau kelompok sosial tertentu yang menjadi sasaran dakwah. Dengan mengetahui siapa target audiensnya, pesan dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.
- 2) Penyampaian Pesan yang Relevan: Pesan dakwah yang disampaikan haruslah relevan dengan kehidupan sehari-hari dan isu-isu yang dihadapi oleh audiens target. Hal ini memungkinkan pesan dakwah lebih mudah diterima dan diresonansi oleh pendengar.
- 3) Kualitas Program Dakwah: Radio Nur FM Rembang harus memastikan bahwa program-program dakwah yang disiarkan memiliki kualitas yang baik. Hal ini termasuk dalam hal konten, penyampaian, dan juga teknis produksi radio. Dengan memberikan program berkualitas, akan meningkatkan minat dan kepercayaan pendengar terhadap stasiun radio tersebut.
- 4) Interaktivitas dengan Pendengar: Memfasilitasi interaksi antara pengisi acara dan pendengar merupakan strategi

²³ Amiddudin, MEDIA DAKWAH, Al-Munzir Vol. 9. No. 2 November 2016 ,348-354

- penting. Hal ini bisa dilakukan melalui panggilan telepon langsung, pesan singkat, atau media sosial. Interaksi semacam ini memungkinkan pendengar untuk berpartisipasi aktif dalam proses dakwah, sehingga mereka merasa lebih terlibat dan terhubung dengan pesan yang disampaikan.
- 5) Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan: Radio Nur FM Rembang dapat menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, seperti lembaga keagamaan, tokoh masyarakat, atau organisasi sosial untuk menguatkan dakwah yang disampaikan. Dengan bekerjasama, stasiun radio bisa mendapatkan dukungan lebih luas serta akses kepada sumber daya dan pengetahuan tambahan.
 - 6) Evaluasi dan Pembaruan: Melakukan evaluasi berkala terhadap program-program dakwah yang disiarkan adalah langkah penting untuk memastikan bahwa stasiun radio terus meningkatkan kualitas dakwahnya. Evaluasi ini bisa dilakukan melalui survei pendengar, analisis data pendengar, atau diskusi internal dengan tim produksi. Berdasarkan hasil evaluasi, radio tersebut dapat melakukan pembaruan dan penyesuaian yang diperlukan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip di atas, Radio Nur FM Rembang dapat meningkatkan kualitas dakwah yang disampaikan melalui media radio, sehingga dapat memberikan dampak yang lebih positif bagi audiens dan masyarakat secara luas.

2. Radio

a. Pengertian Radio

Sejarah perkembangan radio berawal dari penemuan gramofon atau phonograph oleh Edison pada tahun 1877, yang dapat digunakan untuk memutar rekaman. Pada periode yang sama, James Clerk Maxwell dan Heinrich Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk memahami fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio. Meskipun demikian, Guglielmo Marconi muncul sebagai tokoh yang menggabungkan kedua penemuan tersebut untuk mengembangkan sistem komunikasi melalui gelombang radio pada tahun 1896. Pada tahun 1912, Charles Herrold mulai melakukan siaran radio secara rutin, menandai awal

dari perkembangan radio sebagai media komunikasi.²⁴

Radio merupakan media yang dapat secara selektif menjangkau segmen pasar tertentu. Media ini memiliki beberapa fungsi, termasuk mentransmisikan pesan, memberikan pendidikan, meyakinkan, dan memberikan hiburan. Dalam penyampaian pesannya, radio dapat menggunakan berbagai bentuk komunikasi, baik satu arah maupun dua arah. Model satu arah menganggap radio sebagai satu-satunya komunikator yang menyampaikan pesan kepada audiens yang pasif, sementara model dua arah menggambarkan radio sebagai komunikator yang berinteraksi secara timbal balik dengan audiens yang aktif.²⁵ Menurut Morissan, radio sebagai media penyiaran memiliki beberapa keunggulan dalam penyampaian informasi. Radio memungkinkan siaran program berlangsung secara langsung dan bisa didengar saat siaran berlangsung. Selain itu, radio dapat mengulang informasi dengan cepat. Radio memiliki kekuatan daya tarik yang tinggi karena penyiar dapat memvisualisasikan suara, menambahkan efek suara, dan musik, meskipun daya rangsangannya rendah karena bersifat auditif. Selain itu, radio relatif ekonomis, dan siaran radio dapat diakses di hampir seluruh wilayah tanpa terpengaruh oleh faktor geografis. Dengan daya pancar yang luas, radio dapat mencakup wilayah yang lebih jauh dan luas²⁶

Dari penjelasan sebelumnya mengenai pengertian radio dapat disimpulkan bahwa pengertian radio adalah media yang dapat secara selektif menjangkau segmen pasar tertentu. Media ini memiliki beberapa fungsi, termasuk mentransmisikan pesan, memberikan pendidikan, meyakinkan, dan memberikan hiburan.

²⁴ Dwi Aryanti, 'Strategi Dakwah Islam Radio Komunitas Santri (Studi Kasus Pondok Pesantren Ummul Quro Al-Islami) Bogor Jawa Barat', *Sekripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2015.

²⁵ Robert M Kosanke, 'Strategi Radio Bonansa FM Dalam Dakwah Islam (Studi Terhadap Acara "Kajian Islami"', 2013, 7–42.

²⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 11-12

b. Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah

Dalam kaitannya kewajiban dan kebutuhan berdakwah, individu atau kelompok yang menggunakan media radio perlu merancang strategi berdakwah yang memanfaatkan keunggulan dan mengatasi kelemahan tersebut. Terlepas dari konten dan format radio, termasuk jenis acara, program, audiens target, dan segmentasinya, semuanya dapat dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan atau preferensi pihak yang mengelolanya. Kunci utamanya adalah memahami daya tarik, penyajian, frekuensi durasi, dan waktu penayangan yang tepat untuk setiap produk radio.

- 1) Kemasan, merupakan faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam konteks radio, karena radio memiliki sifat yang singkat dan instan. Konsentrasi pendengar saat mendengarkan radio cenderung rendah, dan hanya sekitar 30 persen dari makna informasi yang disampaikan melalui audio dapat diserap dibandingkan dengan media massa lainnya. Untuk mengatasi keterbatasan ini, produk-radio harus dikemas dengan ringan, baik dalam durasi maupun elemen-elemen yang digunakan. Penggunaan unsur-unsur tambahan yang tidak diperlukan sebaiknya diminimalkan. Terkait dengan berdakwah, pesan-pesan dakwah seharusnya dirancang dan dikemas dengan cara yang komunikatif, menggunakan bahasa yang dapat mudah dicerna oleh pendengar agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik.
- 2) Frekuensi, merupakan konsekuensi logis semakin sering orang terpapar oleh media massa, semakin besar kemungkinan efek komunikasi beroperasi pada individu tersebut. Untuk meningkatkan dampak total komunikasi massa melalui audio, yang hanya memiliki tingkat penyerapan sebesar 30 persen dibandingkan dengan komunikasi wajah, informasi melalui radio sebaiknya disampaikan dengan frekuensi tinggi. Pendekatan ini melibatkan pengulangan pesan secara berulang, dengan menggunakan kemasan yang ringan dan format yang bervariasi. Panjang informasi bukanlah kendala yang signifikan, karena dapat diatasi dengan penyampaian informasi secara bertahap, namun frekuensi tinggi tetap menjadi kunci untuk memaksimalkan peluang efeknya di benak pendengar.

- 3) Aspek durasi kembali mengacu pada sifat radio yang bersifat singkat dan instan. Pendengar tidak mengharapakan konten yang rumit atau berat dari radio; mereka lebih menginginkan sesuatu yang ringan dan menghibur, tanpa perlu berkonsentrasi tinggi. Oleh karena itu, durasi menjadi pertimbangan utama, karena pendengar tidak dapat dipaksa untuk mengikuti materi program dalam waktu yang lama. Tidak ada aturan baku untuk durasi mendengarkan radio, dan panjang durasi mungkin bervariasi tergantung pada berbagai faktor seperti siapa komunikatornya, format program, dan metode penyampaian informasi: apakah itu bersifat linear, monolog, atau dialogis/interaktif.
- 4) Timing, Waktu penyayangan memainkan peran penting dalam menentukan efektivitas komunikasi melalui radio. Sebagai media massa yang memiliki kemampuan untuk membentuk ikatan personal dengan pendengarnya, radio perlu memperhitungkan psikografi dan demografi pendengar. Psikografi pendengar tidak hanya mencerminkan kecenderungan sikap pendengar, tetapi juga memberikan gambaran tentang kapan konsentrasi pendengar paling tinggi selama jam siaran. Hal ini melibatkan pemahaman tentang waktu di mana pendengar paling aktif, dan kapan jumlah pendengar mencapai puncaknya, yang dikombinasikan dengan faktor rating (peringkat radio berdasarkan penilaian pendengar, yang diukur dalam angka sosiometris). Dengan memahami psikografi pendengar, seorang pendakwah dapat memprediksi kapan waktu yang paling tepat untuk menyampaikan materi dakwah kepada pendengar dengan konsentrasi maksimal.
- 5) Daya tarik auditif dari suara memiliki kemampuan untuk memperluas dimensi imajinasi dan menciptakan sentuhan personal pada pendengarnya. Faktor ini dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas dakwah, seperti dengan memanipulasi elemen vokal seperti intonasi, *pitch*, nada, tempo, dan gaya pengucapan (*phrasing*, *pronunciation*). Selain itu, penggunaan suara tokoh-tokoh yang dikenal juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya tarik dan memperkuat pesan dakwah.

Tidak boleh diabaikan bahwa radio memiliki kemampuan untuk membangun ceramah, tabligh akbar, seminar, atau mungkin gabungan antara hiburan dan dakwah.²⁷ Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan radio sebagai media dakwah adalah dalam kewajiban berdakwah individu atau kelompok yang menggunakan media radio perlu merancang strategi berdakwah yang memanfaatkan media radios, termasuk jenis acara, program dan target semua dapat dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan pihak yang mengolanya.

B. Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian yang mengkaji tentang strategi dakwah radio untuk meningkatkan kualitas dakwah yang penulis ketahui. Beberapa penelitian baik dari studi kepustakaan maupun studi lapangan diantaranya sebagai berikut:

1. Nur Miatun dalam skripsinya berjudul “Strategi Dakwah Di Radio Cendikia FM Tambah Mulyo Pati dalam Menyebarkan Syiar Islam”. IAIN Kudus Tahun 2020

Penelitian oleh Nur Miatun ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research* yaitu peneliti langsung terjun ke lapangan mencari data secara detail dan mendalam. Penelitian ini mengkaji tentang strategi dakwah di radio cendikia FM Tambah Mulyo Pati dalam menyebarkan syiar islam.²⁸

Persamaan dengan penelitian ini adalah tentang strategi radio. Sedangkan perbedaanya adalah Nur Miatun hanya tentang strategi radio dalam menyebarkan syariat islam, lai dengan saya yaitu strategi radi Nur FM Rembang dalam meningkatkan kualitas dakwah.

2. Imron Rosidi dan Rizal Zain dalam jurnalnya “Strategi Radio Repunlik Indonsia (RRI) Pekanbaru dalam menyampaikan pogram siaran dakwah”

Jenis penelitian ini dalam artikel ini adalah deskriptif, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif. Karakter penelitian deskriptif dalam artikel

²⁷ Santi Indra Astuti, ‘Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah Di Era Globalisasi’, *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 16.3 (2000), 240–50
<<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/19/pdf>>.

²⁸ Nur Miatun, “”Strategi Dakwah Di Radio Cendikia FM Tambah Mulyo Pati dalam Menyebarkan Syariat Islam

ini adalah pendeskripsian atas realitas sosial yang menjadi objek kajian. Penelitian ini mengkaji tentang strategi radio replubik Indonesia (RRI) Pekanbaru dalam menyampaikan program siaran dakwah.²⁹

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama tentang strategi radio untuk menyampaikan program dakwah, dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research*.

3. Halima dalam skripsinya berjudul “Strategi Dakwah radio mesra FM dalam meningkatkan minat mendengarkan dakwah di kota ParePare” IAIN ParePare Tahun 2019.

Penelitian oleh Halima ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research* yaitu peneliti langsung terjun ke lapangan mencari data secara detail. Peneliti ini mengkaji tentang strategi dakwah radio mesra FM dalam meningkatkan minat mendengarkan dakwah di kota ParePare.³⁰ Penelitian ini mengkaji tentang strategi dakwah radio mesra FM dalam meningkatkan minat mendengarkan dakwah di Kota ParePare. Strategi radio mesra FM dalam mempertahankan pendengarnya tidak hanya terbatas pada siaran on air tetapi radio mesra menggunakan platfrom digital seperti live streaming media sosial, semisalnya facebook, youtube dan streaming website yang tidak sekedar mendengarkan siaran radio tapi ada konten lain. Radio tidak hanya terbatas pada hanya mendengar denngan adanya media internet, sekarang radio bisa dilihat dan tidak berfokus pada konten siaran on air strategi yang digunakan manajemen Radio Mesra FM yaitu strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi penyimpangan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa.

Adapun persamaan dengan kajian penelitian ini yaitu tentang strategi dakwah pada radio dan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research*. Perbedaannya yaitu Halima mengkaji tentang Strategi Dakwah radio mesra FM dalam meningkatkan minat mendengarkan dakwah di kota

²⁹ Imron Rosidi dan Rizal Zain, “STRATEGI RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) PEKANBARU DALAM MENYAMPAIKAN PROGRAM SIARAN DAKWAH”, Idarotuna, Vol. 1. No. 2. April 2019

³⁰ Hikmatul Maulidina, ‘No Title’, ペインクリニック学会治療指針 2, 2, 2019, 1–13.

ParePare. Lain halnya saya mengkaji tentang strategi dakwah radio NUR FM dalam meningkatkan kualitas dakwah.

4. Ella Nur Safitri dalam skripsinya berjudul “Strategi Dakwah Radio Gayabaru Lampung Tengah dalam Mengelola Pesan Dakwah” UIN Raden Intan Lampung Tahun 2021.

Penelitian ini mengkaji tentang Aktivitas dakwah harus berusaha menseimbangkan antara biaya,waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya, dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin.Oleh karena itu strategi dalam berdakwah sangatlah penting dalam suksesnya dakwah seseorang. Dengan begitu di dalam Radio Citra juga memilik strategi untuk menyampaikan pesan dakwah untuk mad’u.³¹

Adapun persamaan dengan kajian penelitian ini yaitu tentang strategi dakwah pada radio dan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research*. Perbedaannya yaitu Ella Nur Safitri mengkaji tentang Strategi Dakwah radio gayabaru lampung Tengah dalam mengelola pesan dakwah. Lain halnya saya mengkaji tentang strategi dakwah radio NUR FM dalam meningkatkan kualitas dakwah. Dari analitis diatas, peneliti mengambi judul ini karena sebelumnya belum pernah ada yang meneliti tentang strategi dakwah Radio Nur FM Rembang dalam meningkatkan kualitas dakwah.

C. Kerangka Berfikir

Dalam sebuah penelitian, kerangka berfikir menjadi dasar utama yang membentuk landasan keseluruhan studi. Kerangka berfikir ini berperan penting dalam memberikan gambaran dan penjelasan mengenai hubungan antar variabel, sehingga dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dihadapi oleh peneliti.³² Kerangka yag baik akan akan memuat keseluruha variabel dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, dilakukan pengamatan mendalam mengenai strategi dakwah radio NUR FM dalam meningkatkan kualitas dakwah. Adapun faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan kualitas dakwah. Dalam penelitian ini terdapat tiga strategi dakwah yaitu bil hikmah, mauizhah hasanah dan mujadalah. Stategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas

³¹ Ella Nur Safitri, ‘Strategi Dakwah Radio Citra Gayabaru Lampung Tengah Dalam Mengolah Pesan Dakwah’, 2021, 1–46.

³² Tegar, dkk, Metode Penelitian Kualitatif & kuantitatif (Klate, Lakeisha, 2019), 39

dakwah diradio NUR FM Rembang akan memberikan rangsangan positif bagi pendengar dakwah.

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

