

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori Terkait Judul

#### 1. Definisi Strategi

Kata “strategi” berasal bahasa Yunani, yaitu *strategos* yang terbentuk dari kata *stratus* yang berarti militer dan kata “ag” yang berarti memimpin. Hal ini tidak lepas dari penggunaan kata strategi oleh jenderal atau panglima tempur.<sup>1</sup> Pada awalnya strategi berasal dari peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat atau taktik untuk mengalahkan musuh dalam peperangan. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi, termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya, dan agama. Meskipun begitu, kata strategi tidak selalu digunakan untuk mengalahkan musuh atau pun lawan, namun juga dapat digunakan untuk menggapai suatu cita-cita atau tujuan yang diharapkan.

Strategi adalah suatu arah dan kebijakan atau rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan utama lembaga atau perusahaan.<sup>2</sup> Dalam istilah lain, strategi juga dapat diartikan sebagai suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan khusus.<sup>3</sup> Dengan kata lain, strategi yang terdapat dalam penelitian ini membahas lebih spesifik mengenai rencana dakwah yang ada di Percetakan Menara Kudus dengan menggunakan metode dakwah *bil qalam* yang bertujuan untuk melengkapi kelemahan yang terdapat pada dakwah *bil lisan*. Dengan demikian, diharapkan dengan adanya kolaborasi diantara keduanya maka akan dapat membentuk keberagaman masyarakat Kecamatan Kota Kabupaten Kudus menjadi lebih baik.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dikatakan bahwa strategi dakwah yang ada di Percetakan Menara Kudus merupakan serangkaian kegiatan yang disusun sedemikian rupa untuk menunjang dakwah *bil qalam* yang menjadi kekuatan utama bagi Percetakan Menara Kudus untuk dapat membentuk

---

<sup>1</sup> Robert M. Grant, *Analisis Strategi Kontemporer: Konsep, Teknik, Aplikasi*, terj. Secokusomo (Jakarta: Erlangga, 1997), 11.

<sup>2</sup> Dwi Sunar Prasetyono, *Terobosan Strategis Menggali Sumber-sumber Kekayaan Dalam Bisnis* (Yogyakarta: Diva Press, 2005), 180.

<sup>3</sup> Ahmad Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung: PT Armico, 1984), 59.

keberagaman masyarakat Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dengan baik. Adapun secara konsep, strategi pada organisasi dapat didefinisikan sebagai berikut :

- a. Alat bagi organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya.
- b. Seperangkat perencanaan yang dirumuskan oleh organisasi sebagai hasil pengkajian yang mendalam terhadap kondisi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal.
- c. Pola arus dinamis yang diterapkan sejalan dengan keputusan dan tindakan yang dipilih oleh organisasi.<sup>4</sup>

Strategi memiliki kaitan yang erat dengan yang namanya taktik. Taktik merupakan pelaksanaan pertempuran, sedangkan strategi merupakan perencanaan dimana dan bagaimana melakukan pertempuran tersebut, serta bagaimana pula penataan rincian langkah dan operasinya.<sup>5</sup> Strategi dan taktik merupakan dua hal yang sulit untuk dipisahkan. Taktik merupakan pelaksanaan pertempuran, sedangkan strategi merupakan perencanaan yang meliputi: dimana, bagaimana, serta penataan rincian langkah dan operasinya.<sup>6</sup> Dengan demikian, dalam bidang dakwah, strategi merupakan rencana yang di-*desain* untuk mencapai tujuan dakwah, sementara taktik merupakan langkah atau cara yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Misalnya seperti strategi dakwah yang dilakukan oleh Walisongo adalah rencana yang dibuat untuk membuat masyarakat mau memeluk agama Islam, adapun taktik yang digunakan berbeda-beda seperti Sunan Kalijaga yang menyebarkan Islam menggunakan media wayang.<sup>7</sup>

Penempatan sumber daya yang tepat serta persiapan yang matang merupakan salah satu kunci untuk mencapai keberhasilan suatu program. Strategi itu sendiri merupakan rancangan atau desain dari suatu kegiatan, sehingga sangat perlu untuk memperhatikan beberapa komponen agar dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. Adapun unsur-unsur yang perlu diperhatikan ialah sebagai berikut :

---

<sup>4</sup> Akdon, *Strategic Management for Educational Management* (Bandung: Alfabeta, 2007), 15.

<sup>5</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 80.

<sup>6</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 80.

<sup>7</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 165.

- a. *Act* (aksi), merupakan segala sesuatu yang dikerjakan oleh aktor atau pelaku, meliputi: apa yang harus dimainkan, apa yang sebaiknya dilakukan, serta apa yang semestinya diselesaikan.
- b. *Scene* (suasana), merupakan situasi atau keadaan yang terjadi pada saat kegiatan akan berlangsung, meliputi: keadaan fisik, budaya, serta lingkungan masyarakat di mana kegiatan tersebut akan dilaksanakan.
- c. *Agent* (agen), merupakan aktor atau pelaku yang akan melaksanakan kegiatan sebagai bagian dari tugasnya, meliputi: segala aspek kemanusiaannya, sikapnya, pribadinya, dan faktor-faktor terkait lainnya.
- d. *Agency* (agensi), merupakan instrument atau alat-alat yang akan digunakan oleh aktor atau pelaku dalam setiap kegiatannya, meliputi: saluran-saluran komunikasi, lembaga (media), cara, pesan, atau alat-alat terkait lainnya.
- e. *Purpose* (maksud), merupakan alasan untuk bertindak, meliputi: tujuan teoretis, akibat atau hasil yang diharapkan.<sup>8</sup>

Setelah mengetahui dengan jelas komponen-komponen tersebut, selanjutnya *da'i* atau organisasi dakwah dapat menyusun perencanaan strategi dakwah. Menurut Michael Allison dan Jude Kaye, ada sekitar tujuh tahapan dalam proses perencanaan strategi. Tahap-tahap tersebut meliputi: membuat langkah-langkah serta hasilnya, adapun tahap-tahap tersebut ialah sebagai berikut :

- a. Bersiap-siap, yaitu dengan cara mengidentifikasi alasan-alasan untuk membuat rencana strategi, memeriksa kesiapan untuk membuat rencana, memilih peserta yang akan terlibat dalam rencana, meringkaskan profil dan riwayat organisasi.
- b. Menegaskan visi dan misi, yaitu dengan menuliskan rumusan visi dan misi serta membuat rumusan konsep misi yang nantinya akan dijadikan *goals* atau tujuan akhir dari organisasi tersebut.
- c. Menganalisis lingkungan sekitar, yaitu dengan mengidentifikasi permasalahan yang sering muncul di lingkungan sekitar, membandingkan strategi terdahulu dan strategi saat ini, mengumpulkan informasi tentang efektifitas program, mengumpulkan masukan dari seluruh *stakeholder* baik itu internal maupun eksternal. Dari situ akan diperoleh

---

<sup>8</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 81-82.

- sejumlah persoalan kritis yang menuntut tanggapan dari organisasi untuk menjawab persoalan-persoalan tersebut.
- d. Menentukan prioritas-prioritas, yaitu dengan menganalisis yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), menuliskan tujuan dan sasaran strategi, serta mengembangkn proyeksi jangka panjang. Maka akan diketahui mengenai sasaran yang dituju secara khusus serta tujuan jangka panjang yang ingin dicapai.
  - e. Menuliskan rencana strategi, yaitu dengan mengadopsi rencana strategi yang telah ada, menuliskan rencana strategi, serta menjelaskan rencana konsep untuk dikaji ulang.
  - f. Melaksanakan rencana strategi dan membuat rencana strategi tahunan, yaitu dengan cara menerapkan rencana strategi yang telah dibuat, membuat rencana kegiatan tahunan, serta membuat anggaran kegiatan tahunan.
  - g. Mengawasi serta mengevaluasi, yaitu dengan cara mengevaluasi proses perencanaan strategi yang telah berjalan serta mengawasi dan memperbaharui rencana strategi apabila memang diperlukan.<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa keberhasilan sebuah strategi memerlukan unsur-unsur yang lengkap seperti yang telah disebutkan di atas. Apabila ada salah satu unsur yang tidak berjalan dengan baik, maka akan terjadi ketimpangan atau ketidakseimbangan yang bisa saja dapat menjadi hambatan untuk mencapai tujuan dari strategi itu sendiri.

Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa strategi merupakan suatu siasat atau rencana yang telah disusun sedemikian rupa dengan matang sebelum melaksanakan kegiatan. Ketelitian serta kehati-hatian sangat dibutuhkan dalam proses penyusunan strategi agar rencana yang disusun dapat sesuai dengan kebutuhan kegiatan sehingga diharapkan akan dapat memudahkan dalam mencapai tujuan yang telah dicita-citakan.

## 2. Definisi Dakwah

Secara etimologis dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” yang terdiri dari tiga huruf asal, yakni *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf tersebut terbentuklah kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut ialah mengundang, memanggil, meminta, memohon, mendatangkan, mendoakan, dll.<sup>10</sup> Selain itu,

<sup>9</sup> Awaluddin Primay, *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi Dan Metode Dakwah Prof. KH. Syaifudin Zuhri* (Semarang: Rasail, 2005), 13.

<sup>10</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 6.

makna lain dari kata dakwah yang lazim diketahui ialah mengajak atau menyeru kepada kebaikan. Adapun dakwah secara terminologi memiliki pengertian yang berbeda-beda di mata para ahli, berikut ini merupakan pengertian dakwah menurut para tokoh :

- a. Menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang lurus sesuai dengan petunjuk Tuhan demi kebaikan serta kebahagiaan mereka di dunia maupun di akhirat.
- b. Menurut Amrullah Ahmad, dakwah adalah sebuah sistem yang berusaha bersama orang-orang beriman untuk mewujudkan ajaran Islam dalam semua segi sosiokultural.
- c. Menurut Abdul Kadir Munsyi, dakwah adalah kegiatan untuk mengubah kondisi suatu masyarakat ke arah yang lebih baik dalam segala aspek kehidupan.
- d. Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah adalah suatu usaha yang dilakukan oleh para ulama dan orang-orang yang kompeten dalam agama Islam untuk memberikan pengetahuan kepada khalayak umum mengenai segala hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan agama.
- e. Menurut Abu Risman, dakwah adalah segala usaha yang dilakukan oleh seorang muslim atau lebih untuk meyakinkan orang lain mengenai ajaran Islam sebagai pedoman hidupnya.<sup>11</sup>

Berdasarkan pengertian dari beberapa tokoh di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan untuk saling mengingatkan satu sama lain berupa mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, hal ini dapat dilakukan oleh siapapun tanpa terkecuali selama tidak melanggar norma-norma yang ada pada ajaran Islam. Dengan demikian, rasanya tidak begitu sulit untuk mewujudkan Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin*.

### 3. Komponen Dakwah

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam berdakwah demi keberlangsungan dan kelancaran strategi dakwah itu sendiri, salah satunya ialah dengan memahami komponen-komponen dakwah. Di dalam dakwah terdapat beberapa komponen penting yang yang harus diperhatikan sebelum berdakwah, hal ini dilakukan agar *da'i* yang berdakwah

---

<sup>11</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 11-15.

dapat melakukan persiapan terlebih dahulu sebelum menjalankan proses dakwah, sehingga kelak hasil yang diperolehnya dapat berbuah manis. Adapun pengertian dari masing-masing komponen tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. *Da'i*, merupakan orang yang melaksanakan dakwah baik itu melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, atau organisasi/lembaga.
- b. *Mad'u*, merupakan manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak.
- c. *Maddah*, merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. *Maddah* dapat berupa hal-hal mengenai masalah akidah, syariah, mu'amalah, akhlak, dll.
- d. *Wasilah*, merupakan alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*.
- e. *Thariqah*, merupakan jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Adapun *thariqah* dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti *bil hikmah*, *bil mau'izatul hasanah*, serta *mujadalah*.
- f. *Atsar*, merupakan *feedback* atau umpan balik dari proses dakwah yang diterima *da'i* dari *mad'u* ketika dakwah sedang berlangsung. *Atsar* sangat penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya *da'i* dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada *mad'u*.<sup>12</sup>

Program dakwah dapat berjalan dengan baik apabila seluruh komponen tersebut dapat berjalan dengan baik, namun apabila salah satu komponen berjalan dengan kurang maksimal maka dapat dipastikan akan terjadi ketimpangan yang dapat menghambat proses dakwah yang ada di Percetakan Menara Kudus dengan menggunakan metode *bil qalam*.

#### 4. Strategi Dakwah

Menurut Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, strategi dakwah merupakan perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.<sup>13</sup> Perencanaan yang dimaksud berupa pemilihan terhadap penggunaan metode serta pemanfaatan berbagai macam sumber daya, semua hal

---

34. <sup>12</sup> Wahyu Ilaihi dan M. Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015),

<sup>13</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 349.

tersebut disusun sedemikian rupa dengan mempertimbangkan beberapa hal guna mencapai tujuan tertentu.

Seorang *da'i* bisa saja menjalankan dakwah dengan apa adanya tanpa ada persiapan sama sekali. Akan tetapi konsekuensi yang harus diterima tentu apabila *da'i* kebingungan mengenai apa saja yang akan ia lakukan tatkala sedang menjalankan proses dakwah. Oleh karenanya, dakwah yang baik tentu dakwah yang memiliki rancangan awal yang jelas dan sistematis, dengan begitu diharapkan berbagai macam kegiatan yang didesain untuk menunjang program dakwah dapat dipersiapkan dengan baik, sehingga secara tidak langsung akan berdampak pada hasil yang maksimal pula.

Menurut Luthfi Hidayah, strategi dakwah merupakan proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik, atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah.<sup>14</sup> Dalam hal ini, Percetakan Menara Kudus menggunakan strategi dakwah *bil qalam* untuk mengatasi permasalahan pada dakwah *bil lisan* yang menjadi metode utama sebelum berdirinya Percetakan Menara Kudus, dengan begitu diharapkan akan adanya kolaborasi yang padu diantara kedua metode tersebut sehingga kegiatan dakwah yang ada di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dapat berjalan dengan maksimal.

Strategi dakwah adalah suatu cara atau teknik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi dengan perencanaan yang baik, yaitu: 1) memperjelas secara *detail* sasaran-sasaran yang ideal, 2) merumuskan masalah pokok umat Islam, 3) merumuskan isi dakwah, 4) menyusun paket-paket dakwah, 5) evaluasi terhadap kegiatan dakwah.<sup>15</sup> Oleh karenanya, strategi dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah

---

<sup>14</sup> Luthfi Hidayah, "Strategi Dakwah pada Masyarakat Samin," *Islamic Communication Journal* 4, no. 1 (2019): 95.

<sup>15</sup> Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 70-75.

Islam dilaksanakan berdasarkan kerangka sosio kultural yang sudah sarat akan nilai, pandangan hidup, dan sistem tertentu.<sup>16</sup>

Setiap strategi membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis setidaknya berisi analisis SWOT, yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* yang dimiliki atau dihadapi organisasi dakwah.<sup>17</sup> Hal itu tentu dibutuhkan agar *da'i* dapat mengetahui peluang serta kelemahan yang dimiliki, dengan demikian *da'i* dapat menyusun strategi sesuai dengan kebutuhan yang ada guna menyelesaikan tujuan dakwah.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penyusunan strategi dakwah perlu untuk mempertimbangkan beberapa faktor, antara lain ialah :

- a. Umat Islam harus mengembangkan pola pikir serta wawasan keilmuan.
- b. Umat Islam harus membentuk kepribadian yang baik, sehingga tidak mudah tersulut emosi dan melakukan hal-hal negatif tanpa pikir panjang, termasuk tidak menghargai pendapat orang lain.
- c. Memiliki khazanah ilmu termasuk *iptek*, sehingga materi yang dibawakan pada saat berdakwah dapat sesuai dengan tuntutan masyarakat.<sup>18</sup>

Strategi dakwah merupakan suatu hal yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Karena dengan adanya strategi dakwah sedikit banyaknya dapat membantu dalam kelancaran proses dakwah itu sendiri. Dengan demikian, tujuan dakwah dapat tercapai sesuai dengan yang telah dicita-citakan di awal. Selain itu, pemilihan strategi yang tepat dan jitu juga sangat dibutuhkan agar dapat meminimalisir kendala apapun yang bisa menghambat kelancaran program dakwah.

## 5. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah

Strategi dakwah dibuat dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan dakwah. Maka dari itu, strategi dakwah pun memiliki beberapa variasi yang didesain untuk menghadapi *mad'u* yang juga bervariasi. Adapun pembagiannya dapat dibedakan menjadi tiga, antara lain sebagai berikut :

<sup>16</sup> Amrullah Ahmad, *Pengembangan Keilmuan Dakwah dan Prospek Kerja* (Semarang: APDI Unit Fakultas Walisongo, 2008), 41.

<sup>17</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 356.

<sup>18</sup> M. Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Yogyakarta: AK Group, 2006), 89.



a. Strategi Sentimental

Strategi sentimental merupakan strategi dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dengan menggerakkan perasaan dan batin dari *mad'u* itu sendiri. Strategi ini cocok untuk *mad'u* yang terpinggirkan (marginal) dan yang dianggap lemah seperti kaum hawa, anak-anak, muallaf, dll. Dengan adanya pendekatan ini para *mad'u* diharapkan dapat tersentuh hatinya sehingga bisa kembali mengingat akan kebesaran Allah SWT.

b. Strategi Rasional

Strategi rasional merupakan strategi dakwah yang memfokuskan pada aspek akal pikiran dalam beberapa metodenya. Dalam strategi ini *da'i* mencoba untuk mendorong *mad'u* untuk berfikir dengan menggunakan hukum logika. Strategi ini sangat cocok untuk digunakan pada non-muslim atau pun kaum cendekiawan yang suka untuk berdiskusi menggunakan rasionalitas yang tinggi. Adapun Rasulullah SAW menggunakan strategi ini tatkala menghadapi argumentasi para pemuka Yahudi yang terkenal dengan kecerdikannya.

c. Strategi Indriawi

Strategi indriawi juga dikenal dengan nama strategi eksperimen atau ilmiah. Ini merupakan sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indera dan berpegang pada hasil penelitian ilmiah. Strategi ini digunakan untuk memberikan bukti akan kebesaran Allah SWT dengan memanfaatkan panca indera manusia, pada masa sekarang salah satu mukjizat yang dapat dijadikan sebagai bukti kebesaran Allah SWT adalah Al-Qur'an yang akan senantiasa terjaga keasliannya sampai hari kiamat kelak.<sup>19</sup>

Adapun strategi dakwah apabila dilihat dari penerapan serta cara kerjanya juga termaktub dalam QS. Al-Baqarah ayat 129 yang berbunyi :

رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ  
الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ ۗ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ □

Artinya : “Ya Tuhan kami, utuslah di tengah mereka seorang rasul dari kalangan mereka sendiri, yang akan

<sup>19</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 351-353

*membacakan kepada mereka ayat-ayat-Mu dan mengajarkan Kitab dan Hikmah kepada mereka, dan menyucikan mereka. Sungguh, Engkaulah Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana.” (QS. Al-Baqarah : 129)<sup>20</sup>*

Berdasarkan ayat di atas, strategi dakwah dari segi cara penerapannya dapat dibagi menjadi tiga macam, antara lain ialah sebagai berikut :

a. Strategi *Tilawah*

Dalam strategi ini *mad'u* diminta untuk mendengarkan penjelasan *da'i* atau *mad'u* membaca sendiri pesan yang ditulis oleh *da'i*. Dapat dikatakan bahwa strategi ini memaksimalkan transfer ilmu baik itu melalui lisan maupun tulisan. Strategi ini sering kali diterapkan pada berbagai macam kalangan, salah satunya pada kalangan santri, yakni ketika Kyai sedang menerangkan santri kemudian menyimak.

b. Strategi *Tazkiyah*

Apabila dalam strategi *tilawah* lebih mengincar pada indera pendengaran dan penglihatan, maka pada strategi *tazkiyah* ini lebih menekankan pada aspek kejiwaan. Sasaran dalam strategi ini adalah mereka yang memiliki jiwa kotor baik itu dari segi perbuatan maupun pikiran, hal ini tidak lain karena salah satu misi dakwah adalah menyucikan jiwa.

c. Strategi *Ta'lim*

Hampir sama dengan dengan strategi *tilawah*, strategi ini mentransfer pesan kepada *mad'u*. Akan tetapi, strategi *ta'lim* bersifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Secara harfiah strategi ini sebenarnya sama dengan strategi *tilawah*, hanya saja bedanya strategi ini diterapkan secara khusus kepada orang atau sasaran tertentu saja. Artinya *mad'u* yang dibimbing oleh *da'i* harus tetap dan tidak berubah-ubah, serta berkesinambungan dalam menerima dakwah.<sup>21</sup>

Strategi dakwah sangatlah bervariasi, sebagaimana yang telah disebutkan di atas. Oleh karenanya, pemilihan strategi yang tepat merupakan sesuatu yang sangat penting guna memaksimalkan potensi keberhasilan suatu dakwah, adapun

<sup>20</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an- Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), .

<sup>21</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 355-356.

bentuk strategi yang dilakukan oleh pihak Percetakan Menara Kudus adalah strategi indrawi dengan memaksimalkan kitab ajaran agama sebagai sarana untuk pembelajaran agama bagi masyarakat Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.

## 6. Definisi Keberagamaan

Kata keberagamaan berasal dari kata beragama, yang kemudian mendapat awalan “ke” dan akhiran “an”. Kata beragama sendiri memiliki arti memeluk (menjalankan) agama, sedangkan keberagamaan adalah adanya kesadaran diri individu dalam menjalankan suatu ajaran dari suatu agama yang dianut. Kesadaran tersebut muncul dari berbagai hal, bisa dari dalam diri sendiri, bisa juga dari dorongan atau motivasi orang lain. Namun tujuannya jelas, yakni sama-sama ingin menjalankan segala ajaran yang telah dianut demi mendapatkan ridha Allah SWT.

Hubungan antara manusia dan agama merupakan hubungan yang bersifat kodrati. Agama itu sendiri menyatu dengan fitrah manusia. Terwujud dalam bentuk ketundukan, kerinduan beribadah, serta sifat-sifat uhur. Maka dari itu, apabila manusia menyimpang dari fitrahnya, maka secara psikologis ia akan bersalah serta berdosa atas perbuatannya (*sense of guilty*).<sup>22</sup> Hal tersebut tidak lepas dari pernyataan yang menyatakan bahwa tujuan manusia hidup adalah untuk beribadah, itu sebabnya keberadaan agama begitu penting bagi manusia karena berfungsi sebagai pedoman dalam menjalani kehidupannya.

Keberagamaan merupakan sesuatu yang bersifat natural dan apa adanya sehingga tidak dapat dipaksakan, seseorang dapat dikatakan taat dalam beragama apabila ia benar-benar tulus dalam menjalankan setiap ajaran yang dianut olehnya. Apabila ia menjalankan ajarannya karena suatu paksaan atau hanya karena ingin pamer belaka, maka ia tidak bisa disebut sebagai hamba yang taat.

Kehidupan beragama pada dasarnya merupakan kepercayaan terhadap keyakinan akan adanya kekuatan gaib, luar biasa, atau supernatural yang berpengaruh terhadap kehidupan individu maupun masyarakat, atau bahkan terhadap berbagai macam gejala alam yang terjadi.<sup>23</sup> Karena tidak mungkin segala yang ada pada alam semesta ini dapat berjalan sendiri tanpa

---

<sup>22</sup> H. Jalaluddin, *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 138.

<sup>23</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 1.

adanya suatu Dzat yang mengtur ini semua, Dzat yang Maha Kuasa itulah yang diyakini sebagai pengatur alam semester dan segala isinya. Maka kita sebagai manusia tentu tidak ada apa-apanya jika dibandingkan dengan Dzat tersebut.

Tingkat keberagamaan setiap orang tentu berbeda-beda, hal itu dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satu yang paling berpengaruh ialah faktor lingkungan sekitar. Misalnya apabila kita tinggal serta bekerja di lingkungan yang cenderung kurang taat beribadah, maka lambat laun kita akan tergerus dan mengikuti kebiasaan tidak baik tersebut. Lain lagi jika kita tinggal serta bekerja di lingkungan yang sangat taat beribadah, maka secara tidak langsung kita akan merasa sungkan terhadap orang-orang di sekitar kita apabila terlalu sering meninggalkan ibadah, sehingga tanpa disadari kita akan menjadi pribadi yang taat dalam beribadah karena dibentuk oleh lingkungan itu tadi.

Berdasarkan beberapa paparan di atas, dapat dikatakan bahwa keberagamaan merupakan perilaku beragama individu maupun masyarakat yang dapat mempengaruhi taat atau tidaknya mereka dalam menjalankan perintah Tuhannya. Adapun keimanan itu sendiri tidak dapat dinilai, namun dapat di lihat dari perilaku serta budi pekerti yang dimiliki oleh seseorang.

## 7. Dimensi Keberagamaan

Agama merupakan tempat mencari makna hidup yang *final* dan *ultimate*. Pada urutannya, agama diyakini menjadi sumber motivasi tindakan individu dalam hubungan sosialnya, dengan kata lain pengalaman keagamaan akan terefleksikan pada tindakan sosial.<sup>24</sup> Maka dari itu, tidak heran jika orang dengan ilmu pengetahuan agama yang baik umumnya memiliki perilaku serta budi pekerti yang baik pula. Meskipun hal tersebut tidak dapat dijadikan sebagai garansi, karena tidak sedikit pula orang yang memiliki ilmu keagamaan yang baik namun pada kenyataannya justru tidak diimbangi dengan *attitude* yang baik pula.

Sebagai prinsip dan pegangan hidup, kepercayaan diyakini sebagai kebenaran yang mutlak. Bagi penganut agama, terutama yang fanatik, agama dipercayai sebagai suatu ajaran yang mutlak karena berasal dari Tuhan. Adapun yang mutlak dalam ajaran agama ialah ajaran yang berasal dari wahyu yang jelas dan tegas

---

<sup>24</sup> Noor Ma'rufin, *Sosiologi Agama* (Kudus: STAIN Kudus Press, 2006), 231.

tanpa adanya penafsiran.<sup>25</sup> Adapun apabila ajaran yang berasal dari ijma' atau pun fatwa, maka sifatnya lebih kepada relatif dan bukan mutlak.

Agama dan kehidupan beragama memanglah kompleks. Untuk memahami fenomena kehidupan beragama, diperlukan pengetahuan tentang aspek apa saja yang dimiliki oleh agama.<sup>26</sup> Menurut Roland Robertson, ada lima dimensi keberagamaan masyarakat yaitu: dimensi keyakinan, praktek agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi.<sup>27</sup> Antara lain sebagai berikut :

a. Dimensi Keyakinan

Berisikan tentang pengharapan dimana orang yang beragama pasti akan berpegang teguh pada teologi tertentu seperti umat Islam yang berpegang teguh pada teologi Islam serta masyarakat Kristen yang berpegang teguh pada teologi Kristen.

b. Dimensi Praktek Agama

Praktek agama mencakup seluruh perilaku pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Adapun contoh praktek-praktek keagamaan ialah :

1) Kepercayaan Terhadap Kekuatan Ghaib

Kepercayaan ini didasarkan pada adanya kekuatan ghaib, yaitu Tuhan yang berada di atas alam ini (supernatural), atau yang ada dalam alam fisik (metafisik). Tuhan, roh, mukjizat, serta alam ghaib adalah hal-hal yang berada di luar alam nyata. Dalam antropologi kepercayaan ini dikenal dengan istilah *supernatural beings*, yang merupakan inti dari kepercayaan keagamaan.

2) Sakral

Sakral merupakan suatu kepercayaan yang menitik beratkan pada benda atau peralatan upacara keagamaan, dan pada benda hasil kreasi kehidupan beragama. Mensakralkan sesuatu merupakan bentuk suka cita seseorang terhadap tempat, orang, serta benda tertentu

---

<sup>25</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 55.

<sup>26</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 59.

<sup>27</sup> Roland Robertson, *Agama Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologi*, terj. Ahmad Fedyani Saifuddin (Jakarta: Rajawali Pers, 1993), 295.

yang dianggapnya istimewa atau bahkan memiliki kekuatan magis.

### 3) Ritual

Kepercayaan kepada kesakralan menuntut seseorang untuk memberikan perlakuan secara khusus. Ada tata cara dan perlakuan khusus, ada pula upacara keagamaan ketika berhadapan dengan yang sakral. Upacara dan perlakuan khusus ini tidak dapat dipahami secara rasional. Karena sesuatu dipercayai sebagai hal yang sakral, maka perlakuan kepadanya pun tidak boleh asal sembarangan. Ada tata tertib tertentu yang harus dilakukan dan ada pula larangan atau pantangan yang harus dihindari.

### 4) Mistisisme dan Kebatinan

Mistis adalah makna tersembunyi, kekuatan spiritual yang menimbulkan sifat kagum dan hormat. Mistisisme juga berarti pengetahuan tentang Tuhan dan kebenaran hakiki yang hanya diperoleh melalui meditasi dan perenungan spiritual, bukan melalui pikiran atau tanggapan panca indera.<sup>28</sup>

#### c. Dimensi Pengalaman

Berisikan tentang fakta bahwa pengalaman secara tidak langsung dapat berpengaruh pada keberagamaan seseorang, karena hakekat pengalaman keagamaan ialah kepekaan terhadap nilai-nilai keagamaan yang suci, maka secara pengalaman bukan hanya sebatas natural namun juga harus bersifat kultural.

#### d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi pengetahuan agama mengacu pada pola bahwa orang-orang Bergama paling tidak memiliki pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci, dan tradisi. Maka dapat dikatakan bahwa keagamaan seseorang juga dapat dipengaruhi oleh seberapa besar pengetahuan mengenai agama yang dianutnya.

#### e. Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini lebih mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan dari hari ke hari. Hal ini berkaitan dengan komitmen beragama bahwa setiap perkataan maupun perbuatan kita dalam beragama tentu memiliki

---

<sup>28</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 61-106.

konsekuensinya masing-masing yang nantinya akan dipertanggungjawabkan.<sup>29</sup>

Agama dan kepercayaan yang beragam juga menawarkan cara yang beragam pula untuk mengisi kebutuhan spiritual tersebut. Cara-cara tersebut tergantung pada kondisi sosial budaya yang berkembang. Karena itulah agama diturunkan Tuhan kepada banyak Nabi untuk masing-masing periode perkembangan kehidupan dan kebutuhan manusia.<sup>30</sup> Kendati demikian, manusia juga diberi kebebasan untuk memilih sendiri cara untuk memenuhi kebutuhan spiritualitasnya sendiri, asalkan cara tersebut memiliki landasan yang kuat serta tidak menyimpang dari ajaran agamanya.

### **8. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberagamaan**

Keyakinan-keyakinan keagamaan diajarkan oleh keluarga dan masyarakat, serta didasarkan pada ajaran yang terdapat dalam kitab suci atau berupa petunjuk dari kekuasaan gaib yang dipercayai.<sup>31</sup> Rasanya agak riskan apabila mempelajari agama sendiri tanpa didampingi oleh siapapun, selain karena ajaran agama yang berasal dari kekuatan gaib atau Tuhan yang bersifat mutlak, juga karena tidak adanya pihak yang dapat mengingatkan apabila terjadi sesat berpikir.

Keberagamaan seseorang tidak terbentuk dalam waktu yang singkat, dibutuhkan periode tertentu untuk membentuk keberagamaan seseorang. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang sedikit banyaknya dapat mempengaruhi keberagamaan seseorang. Salah satunya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :

- a. Faktor Internal, merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang tanpa adanya campur tangan dari pihak lain. Misalnya seperti motivasi untuk berubah, keinginan untuk menjadi lebih baik, introspeksi diri, dll.
- b. Faktor Eksternal, merupakan faktor yang berasal dari luar. Misalnya seperti keluarga, lingkungan sekitar, lingkungan pertemanan, dll.

---

<sup>29</sup> Roland Robertson, *Agama Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologi*, terj. Ahmad Fedyani Saifuddin (Jakarta: Rajawali Pers, 1993), 298-299.

<sup>30</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 115.

<sup>31</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 54.

Kedua faktor tersebut berkaitan satu sama lain dalam membentuk keberagamaan seseorang. Apabila ada motivasi yang kuat dari dalam dirinya namun tidak ditunjang dengan lingkungan yang mendukung, maka akan sangat sulit untuk membentuk keberagamaannya. Sebaliknya, lingkungan yang baik juga akan percuma jika tanpa adanya keinginan dari dalam diri seseorang tersebut. Adapun faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keberagamaan masyarakat ialah sebagai berikut :

a. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keberagamaan, yakni: pendidikan dari kedua orang tua, tradisi-tradisi sosial, dan tekanan-tekanan lingkungan sosial.

b. Faktor Pengalaman

Ada tiga jenis pengalaman yang dapat dimasukkan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi keberagamaan, diantaranya: pengalaman mengenai dunia nyata, mengenai konflik moral, serta mengenai keadaan-keadaan emosional tertentu yang tampak memiliki kaitan dengan agama.

c. Faktor Kebutuhan

Adanya kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi secara sempurna sehingga muncul adanya kebutuhan akan kepuasan-kepuasan dalam beragama. Diantaranya: kebutuhan akan keselamatan, kebutuhan akan rasa tenang, kebutuhan akan pertolongan, dll.

d. Faktor Proses Pemikiran

Faktor ini merupakan faktor yang muncul akibat berbagai macam proses pemikiran verbal (faktor intelektual), maka tak jarang cara berfikir yang kritis mengenai ajaran-ajaran yang terdapat dalam agama Islam dapat mempengaruhi keberagamaan seseorang.<sup>32</sup>

William James dalam bukunya yang berjudul *The Varieties of Religious Experience* menilai bahwa perilaku beragama atau keberagamaan seseorang secara garis besar dapat dibagi menjadi dua bagian, antara lain :

a. Tipe Orang yang Sakit Jiwa (*The Sick Soul*)

Menurut William James, sikap keberagamaan orang yang sakit jiwa ini ditemui pada mereka yang pernah mengalami latar belakang kehidupan keagamaan yang

---

<sup>32</sup> Robert Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, terj. Machnun Husein (Jakarta: Rajawali Pers, 1992), 29.



terganggu.<sup>33</sup> Dalam hal ini orang tersebut meyakini serta melaksanakan ajaran agama tidak didasarkan atas kematangan beragamanya melainkan adanya penderitaan batin yang mungkin diakibatkan oleh musibah, konflik batin, atau pun sebab lainnya yang sulit diungkapkan secara ilmiah.

b. Tipe Orang yang Sehat Jiwa (*Healthy-Mindednes*)

Ciri dan sifat agama pada orang yang sehat jiwa menurut W. Starbuck yang dikemukakan oleh W. Houston Clark dalam bukunya *Religion Psychology* adalah optimis dan gembira, ekstrovert, serta menyenangi ajaran agama yang liberal.<sup>34</sup>

Orang yang sehat jiwanya akan menghayati segala bentuk ajaran agama dengan perasaan optimis, serta menjalankannya dengan penuh ikhlas dan tanpa mengharap balasan apapun. Adapun pahala yang diperoleh hanyalah sebuah bonus dan bukan tujuan, karena tujuan utamanya beragama hanya mengharap ridha Allah SWT. semata.

Demikian beberapa pendapat mengenai apa saja faktor yang dapat mempengaruhi keberagamaan. Secara umum keberagamaan yang baik tidak dapat dibentuk dalam waktu yang singkat, diperlukan proses yang panjang serta kemauan yang kuat untuk bisa membentuk keberagamaan yang baik.

## 9. Keberagamaan Masyarakat

Djamaluddin Ancok mendefinikan keagamaan sebagai pengalaman atau konsekuensi yang mengacu kepada identifikasi akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.<sup>35</sup> Keberagamaan tidak dapat dibentuk dalam waktu yang singkat, diperlukan suatu proses dari bertambahnya pengetahuan serta pengalaman yang menjadikan keberagamaan seseorang makin bertambah baik dari hari ke hari.

Manusia diciptakan Tuhan terdiri dari laki-laki dan perempuan, bersuku-suku dan berbangsa-bangsa agar mereka saling mengenal dan saling memberi manfaat satu sama lain.<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 109.

<sup>34</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 114.

<sup>35</sup> Djamaluddin Ancok, *Psikologi Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 78.

<sup>36</sup> Lalu Muchsin Effendi dan Faizah, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 87.

Maka dari itu, setiap orang memiliki perilaku serta pemikiran yang berbeda-beda pula, sehingga keberagamaan masyarakat pun tidak dapat diukur dengan akurat, yang dapat kita lakukan hanyalah membuat hipotesa atau kemungkinan yang paling mendekati.

Berdasarkan pendapat Allport, karakteristik keberagamaan yang matang atau baik memiliki enam indikator, yaitu: 1) differensiasi yang baik, 2) motivasi kehidupan beragama yang dinamis, 3) pelaksanaan ajaran agama secara konsisten dan produktif, 4) pandangan hidup yang komprehensif, 5) pandangan hidup yang integral, 6) semangat pencarian dan pengabdian kepada Tuhan.<sup>37</sup> Adapun indikator-indikatornya ialah sebagai berikut :

a. Differensiasi yang Baik

Menurut Allport seseorang yang memiliki kehidupan keagamaan yang terdifferensiasi adalah dia yang mampu menempatkan rasio sebagai salah satu bagian dari kehidupan beragama selain dari segi sosial, spiritual, maupun emosional. Maka individu maupun kelompok yang memiliki keberagamaan yang baik pasti bisa membedakan mana yang baik dan mana yang buruk serta tidak akan menerima ajaran agama dengan begitu saja tanpa tahu kebenaran dari ajaran itu.

Menurut Indirawati, individu yang mempunyai kemampuan melakukan differensiasi yang baik akan bersikap dan berperilaku terhadap agama secara objektif, kritis, reflektif, tidak dogmatis, observatif, dan tidak fanatic secara terbuka.<sup>38</sup> Berbeda dengan orang yang kesadaran agamanya tidak terdifferensiasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Ahyadi bahwasannya kesadaran agama yang tidak terdifferensiasi menunjukkan sikap dan tingkah laku keagamaan yang tidak kritis, kurang dinamis, dan menerima nasib.<sup>39</sup>

b. Motivasi Kehidupan Beragama yang Dinamis

Motivasi kehidupan beragama berasal dari beberapa dorongan berupa dorongan biologis, psikologis, maupun

---

<sup>37</sup> Baharuddin dan Mulyono, *Psikologi Agama* (Malang: Uin Press, 2008), 75.

<sup>38</sup> Emma Indirawati, "Hubungan Antara Kematangan Beragama dengan Kecenderungan Strategi," *Jurnal Indigenous* 3, No. 2 (2006): 75.

<sup>39</sup> Abdul Aziz Ahyadi, *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila* (Bandung: Sinar Baru, 1991), 51.

sosial. Dorongan-dorongan tersebut menyebabkan suatu kebutuhan akan hidup seperti musibah, rasa lapar, pengembangan diri, rasa ingin tahu, dll.

Apabila kebutuhan-kebutuhan tersebut terpenuhi maka dapat memperkuat motivasi keagamaan yang lama-kelamaan akan menjadi otonom, yaitu orang yang termotivasi untuk beribadah baik didorong oleh kebutuhan atau pun tidak.

c. Pelaksanaan Ajaran Agama Secara Konsisten dan Produktif

Kematangan beragama dapat dilihat dari konsistensi individu pada konsekuensi moral yang dimiliki dengan ditandai oleh keselarasan antara tingkah laku dengan nilai moral.<sup>40</sup> Individu atau kelompok yang memiliki keberagaman yang baik akan melaksanakan apa yang diajarkan dalam agamanya secara konsisten, mereka tidak perlu menunggu tertimpa musibah terlebih dahulu atau menunggu untuk diajak oleh orang lain karena sudah menganggap agama sebagai suatu kebutuhan rohani.

d. Pandangan Hidup yang Komprehensif

Keberagaman yang komprehensif dapat diartikan sebagai keberagaman yang luas, universal, dan toleran dalam artian mampu menerima perbedaan dalam hal apapun selama tidak melenceng dari norma-norma yang berlaku.

Masyarakat yang memiliki keberagaman baik tentu tidak memiliki sifat intoleran terhadap penganut agama yang lain, selama hal-hal yang dilakukan tidak bertentangan dengan ajaran agama mereka maka mereka tidak akan keberatan untuk menerima kehadirannya bahkan hidup berdampingan dengan mereka.

e. Pandangan Hidup yang Integral

Kesadaran beragama yang matang ditandai dengan adanya pegangan hidup yang komprehensif yang dapat menyelesaikan berbagai persoalan-persoalan hidup. Dalam hal beragama, integrasi tercermin dengan keutuhan pelaksanaan ajaran agama berupa keterpaduan antara, iman, ihsan, dan peribadatan.

---

<sup>40</sup> Emma Indirawati, "Hubungan Antara Kematangan Beragama dengan Kecenderungan Strategi," *Jurnal Indigenous* 3, No. 2 (2006): 77-78.

## f. Semangat Pencarian dan Pengabdian kepada Tuhan

Ciri lain dari masyarakat yang kesadaran beragama yang matang ialah adanya semangat mencari kebenaran, keimanan, rasa keutuhan, dan cara terbaik untuk berhubungan dengan manusia dan alam sekitarnya. Mereka tidak pernah merasa puas dan bangga dengan pengetahuan keagamaan yang mereka miliki karena adanya keinginan untuk terus belajar.

Merasa paling benar dan paling tahu segalanya bukanlah sifat masyarakat dengan keberagaman yang matang, mereka justru akan sangat terbuka dengan opini atau pun pendapat dari orang lain meskipun itu bertentangan dengan pendapatnya. Karena bagi mereka keras kepala dengan pendapat pribadi justru hanya akan membuat mereka tidak berkembang dan tidak terbuka terhadap hal-hal baru.

Dakwah pada masyarakat tidak hanya menyangkut bidang fisik saja, melainkan juga menyangkut perubahan mental dari tradisional menuju modern, dari pasif menuju aktif, dan dari pesimis kepada optimis, tentunya dengan cara Islami karena tujuannya juga bersifat Islami.<sup>41</sup> Dengan begitu, eksistensi agama Islam tidak akan termakan oleh kemajuan zaman karena Islam telah mampu untuk mengimbangi modernisasi yang terjadi saat ini melalui strategi dakwah itu sendiri.

Tugas dakwah dalam masyarakat sungguh sangat sulit dan peka karena menyangkut orang banyak, menyangkut struktur, norma, dan adat kebiasaan masyarakat. Namun dakwah harus dapat menerobos masuk dalam celah-celah kondisi sosial masyarakat yang rumit dan kompleks itu.<sup>42</sup> Dengan demikian, diharapkan agar strategi dakwah yang dilakukan oleh pihak Percetakan Menara Kudus dengan cara *bil qalam* dapat membentuk serta meningkat keberagaman yang ada pada masyarakat Kecamatan Kota. Sehingga masyarakat dapat bergerak maju, bukan hanya maju pada kesejahteraannya saja, akan tetapi juga maju pada budi pekerti dan akhlakul karimahnyanya.

---

<sup>41</sup> M. Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Yogyakarta: AK Group, 2006), 222.

<sup>42</sup> M. Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Yogyakarta: AK Group, 2006), 222.

## B. Penelitian Terdahulu

Studi mengenai strategi dakwah dalam membentuk keberagaman masyarakat bukanlah suatu kajian yang baru, sebelumnya terdapat beberapa studi serupa berdasarkan studi literature. Hasil penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk melengkapi kajian penelitian yang berjudul **“Strategi Dakwah di Percetakan Menara Kudus dalam Membentuk Keberagaman Masyarakat Kecamatan Kota Kabupaten Kudus”**. Adapun beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Farida Rachmawati, Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam skripsinya yang berjudul, **“Konsep dan Aktivitas Dakwah Bil Qalam K.H. Muhammad Sholikhin Boyolali Jawa Tengah”**.<sup>43</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep dan penerapan aktivitas dakwah *bil qalam* K.H. Muhammad Sholikhin Boyolali Jawa Tengah. Jenis penelitian adalah kualitatif studi tokoh dengan spesifikasi analisis taksonomi dengan memaparkan domain subyek penelitian dan segala aspek yang membentuk perannya dalam dakwah Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep dakwah *bil qalam* K.H. Muhammad Sholikhin merupakan penuangan gagasan keagamaan melalui tulisan, penerapannya ialah dengan membuat tulisan non-fiksi keagamaan dengan ciri khasnya tentang Islam kultural dan tidak kearab-araban. Kuatnya rujukan ilmiah serta tulisan yang merupakan pengalaman dan observasi yang matang merupakan kelebihan dari dakwah *bil qalam* yang dilakukan oleh K.H. Muhammad Sholikhin.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Deka Wulandari, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam skripsinya yang berjudul, **“Fungsi Public Relations Dalam Meningkatkan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam Pada CV. Fariz Digital Printing Bandar Lampung”**.<sup>44</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fungsi PR dapat meningkatkan perilaku konsumen dalam

---

<sup>43</sup> Farida Rachmawati, *Konsep Aktivitas Dakwah Bil Qalam K.H. Muhammad Sholikhin Boyolali Jawa Tengah* (Semarang: UIN Walisongo, 2015), 97-104.

<sup>44</sup> Deka Wulandari, *Fungsi Public Relations Dalam Meningkatkan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam Pada CV. Fariz Digital Printing Bandar Lampung* (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), 68-74.

perspektif Islam pada CV. Fariz Digital Printing serta mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat bagi PR dalam meningkatkan perilaku konsumen tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode interview, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan analisis kualitatif dan disimpulkan menggunakan metode berfikir induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi PR dalam meningkatkan perilaku konsumen dalam perspektif Islam pada CV. Fariz digital printing sudah cukup baik, namun masih perlu adanya pembaharuan perilaku terhadap mereka, salah satunya dengan pendekatan studi kepribadian muslim.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rini Fitria, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dalam JURNAL ILMIAH SYIAR vol. 19 no. 2 yang terbit pada tahun 2019 dengan judul, **“Prospek dan Tantangan Dakwah *Bil Qalam* sebagai Metode Komunikasi Dakwah”**.<sup>45</sup>

Tujuan tulisan ini adalah untuk mengetahui tentang prospek dan tantangan dakwah *bil qalam* sebagai metode komunikasi dakwah. Komunikasi dakwah digunakan untuk mengajak manusia kepada *amar ma'ruf nahi munkar*. Dakwah *bil qalam* menjadi salah satu metode komunikasi dakwah yang mampu digunakan untuk mengatasi kelemahan dakwah yang hanya dilakukan dengan lisan. Metode ini juga memberikan kesempatan para *mad'u* untuk bisa memilih pesan dakwah sesuai dengan apa yang ingin mereka pelajari sehingga tujuan komunikasi dakwah efektif dan efisien.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zaini, Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus dalam jurnal AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam vol. 2 no. 2 yang terbit pada tahun 2014 dengan judul, **“Dakwah Melalui Media Cetak”**.<sup>46</sup>

Tujuan tulisan ini adalah untuk mengetahui tentang efektifitas berdakwah melalui media massa khususnya media cetak. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah adalah melalui media cetak

---

<sup>45</sup> Rini Fitria, “Prospek dan Tantangan Dakwah *Bil Qalam* sebagai Metode Komunikasi Dakwah,” *JURNAL ILMIAH SYIAR* 19, No. 2 (2019): 224-234.

<sup>46</sup> Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Media Cetak,” *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2014): 59-74.

dimana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar yang dilakukan dalam bentuk tercetak. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah melalui media cetak memiliki kelebihan tersendiri dari segi efektivitas dalam menyebarluaskan pengetahuan, opini, dan pikiran secara transnasional dan transgenerasi yang tidak perlu diragukan lagi.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Emma Indirawati, Dosen Universitas Diponegoro Semarang dalam jurnal Psikologi Universitas Diponegoro vol. 3 no. 2 yang terbit pada tahun 2006 dengan judul, **“Hubungan Antara Kematangan Beragama dengan Kecenderungan Strategi Coping”**.<sup>47</sup>

Tujuan tulisan ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh informasi tentang hubungan antara kematangan beragama dengan kecenderungan strategi *coping*. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bahasa dan Seni pada UNY dan Fakultas Tarbiyah pada IAIN. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Kematangan Beragama dan Skala Strategi *Coping*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi atau hubungan positif antara kematangan beragama dengan kecenderungan strategi coping, yaitu semakin tinggi kematangan beragama maka semakin tinggi pula kecenderungan menggunakan *Problem Focused Coping* (PFC), begitu pula sebaliknya.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berpikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Dalam kerangka berpikir penelitian, ada beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu terkait dengan strategi dakwah serta keberagamaan masyarakat.

Dakwah *bil lisan* menjadi salah satu metode atau cara dakwah yang paling populer sampai sekarang, dengan dakwah *bil lisan* seorang *da'i* dapat menyampaikan materi secara langsung kepada *mad'u* tanpa melalui perantara apapun sehingga dapat memunculkan ikatan batin tersendiri diantara keduanya. Selain itu dakwah *bil lisan* juga mampu menjawab setiap persoalan yang ingin ditanyakan oleh masyarakat karena mempertemukan *da'i*

---

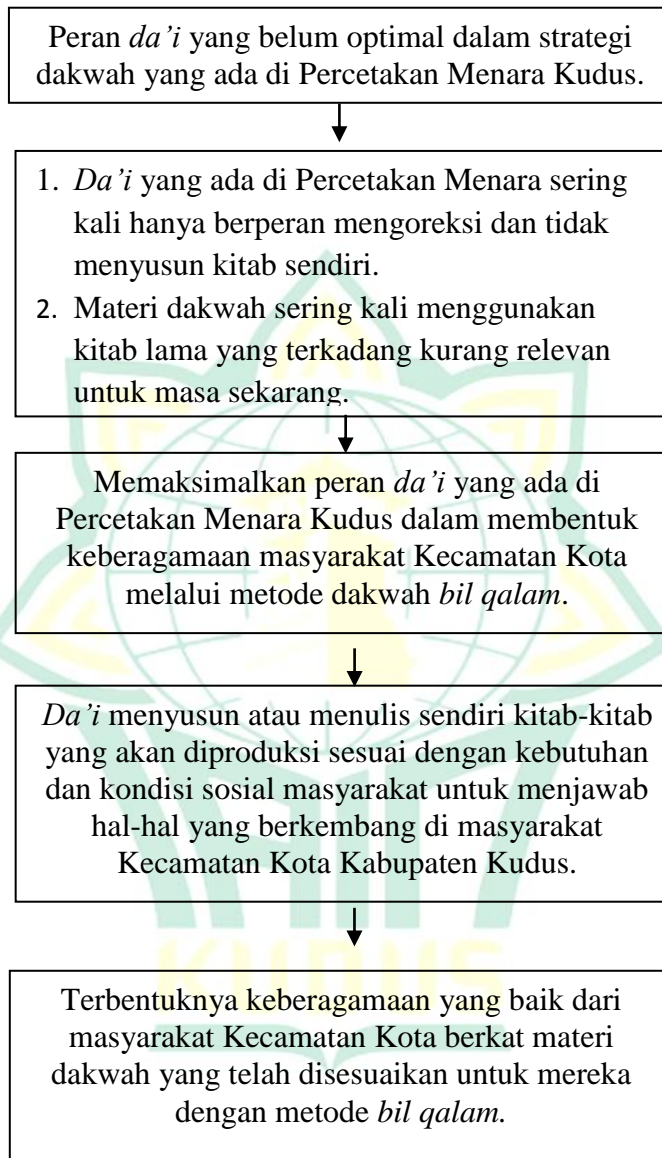
<sup>47</sup> Emma Indirawati, “Hubungan Antara Kematangan Beragama dengan Kecenderungan Strategi,” *Jurnal Indigenous* 3, no. 2 (2006): 69-87.

dengan *mad'u* secara langsung, namun perlu diketahui bahwa tidak semua dakwah *bil lisan* dapat menjawab pertanyaan yang ada di benak *mad'u* karena beberapa ada yang hanya bersifat satu arah seperti khutbah dan tabligh akbar. Kendati demikian, dakwah *bil lisan* tetap menjadi pilihan utama bagi kebanyakan *da'i*, terutama yang ada di Kecamatan Kota Kudus.

Dakwah *bil lisan* memiliki beberapa kelemahan, baik itu secara teknis maupun secara non-teknis. Secara teknis dakwah *bil lisan* memiliki keterbatasan terkait dengan tempat, waktu, serta biaya. Hal tersebut karena dakwah *bil lisan* menuntut adanya interaksi langsung antara *da'i* dan *mad'u*. Sedangkan secara non-teknis dakwah *bil lisan* memiliki kelemahan pada manusia itu sendiri, terutama pada pihak *mad'u*. Tingkat konsentrasi yang berbeda-bagi pada setiap orang membuat dakwah *bil lisan* belum dapat menjamin akan adanya pemerataan pemahaman. Selain itu, keterbatasan ingatan manusia yang mudah lupa juga membuat materi mengenai keagamaan belum bisa diserap dengan baik. Oleh sebab itulah, dibutuhkan sebuah solusi atas kelemahan yang terdapat pada dakwah *bil lisan*, salah satunya adalah dengan dakwah menggunakan metode *bil qalam*. Namun sayangnya minat *da'i* untuk berdakwah menggunakan metode *bil qalam* masih sangat minim, termasuk yang ada di Percetakan Menara Kudus. Karena *da'i* disini sering kali hanya berperan untuk mengoreksi kitab-kitab lain dan bukan berupaya menyusun atau menulis kitab sendiri sesuai dengan pengetahuan keIslaman yang beliau miliki.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa diperlukan suatu sarana pembelajaran yang dapat dipelajari oleh seluruh masyarakat di Kecamatan Kota Kudus sesuai dengan kemampuan serta kebutuhan mereka, sehingga pesan-pesan dakwah yang ada dalam kitab-kitab yang diproduksi oleh pihak Percetakan Menara dapat tersampaikan dengan baik. Oleh karenanya, peran optimal *da'i* yang ada di Percetakan Menara Kudus dapat menjadi salah satu solusi untuk menjawab kebutuhan masyarakat Kecamatan Kota Kudus mengenai hal-hal yang berkaitan dengan agama Islam. Dengan demikian, masyarakat yang ada di Kecamatan Kota Kudus akan memiliki sarana pembelajaran yang telah disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi sosial mereka, sehingga dengan begitu keberagaman masyarakat yang ada di Kecamatan Kota Kudus akan dapat terbentuk dengan sendirinya.





**Gambar 2.1**