

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Penelitian ini melibatkan beberapa teori dalam ruang lingkup Dakwah dan Komunikasi Islam. Teori-teori tersebut di antaranya, teori tentang dakwah, strategi komunikasi, Islam Moderat, dan organisasi dakwah. Adapun teori yang perlu peneliti jelaskan adalah sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Dakwah

a. Strategi

Secara keseluruhan strategi merupakan pendekatan yang berkaitan dengan implementasi ide (gagasan), perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu yang ditentukan. Dalam sejarah, awal mula kata strategi digunakan hanya untuk kepentingan militer. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu kemudian berkembang ke berbagai penjurur bidang yang berbeda, termasuk dalam bidang dakwah.¹ Strategi tentu bukanlah komponen utama dalam dakwah, akan tetapi dakwah akan tertata rapi jika menggunakan strategi. Selain itu akan lebih mudah untuk mencapai tujuan dalam dakwah.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategia* yang berarti seni memimpin pasukan atau kepemimpinan atas pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang dikembangkan dari kata *stratos* (tentara) dan *agein* (memimpin). Pada mulanya kata strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi. Kemudian kata strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam kegiatan komunikasi dan dakwah. Sejak seribu tahun silam, strategi menjadi penting karena dakwah bertujuan melakukan rencana perubahan dalam masyarakat.²

Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah dalam Usfiatul Marfu'ah berbeda pendapat, bahwa strategi berasal

¹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2017), 165.

² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 227.

dari kata *strategos*, *stratos* yang berarti militer dan kata *ag* yang berarti memimpin. Awalnya strategi diartikan sebagai *generalship* yaitu suatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana mengalahkan musuh serta dalam rangka meraih kemenangan dalam perang. Oleh karena itu, pada awalnya strategi digunakan secara luas dalam dunia militer.³

Menurut Arifin dalam Usfiatul Marfu'ah, strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi dakwah berarti memperhitungkan kondisi serta situasi dalam ruang dan waktu yang dihadapi di masa yang akan datang, untuk mencapai efektivitas maksimal atau mencapai tujuan yang terbaik. Dengan strategi, dakwah dapat dilalui dengan beberapa cara memakai komunikasi.⁴

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, akan tetapi strategi berfungsi sebagai taktik operasional untuk bergerak mengikuti arah dalam peta.⁵ Strategi bersifat fleksibel yang mampu berubah-ubah menyesuaikan situasi dan kondisi sehingga dapat digunakan dalam situasi apapun untuk memaksimalkan dalam mencapai tujuan yang diinginkan, demikian juga dalam proses komunikasi.

Menurut kacamata komunikasi, strategi digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi. Tujuan komunikasi yang telah ditargetkan oleh seorang komunikator, pada umumnya masih terlalu besar dan terlalu banyak untuk dituangkan kepada komunikan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan adanya strategi komunikasi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi.⁶

³ Usfiatul Marfu'ah, Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural, *Islamic Communication Journal*, Volume 02, No. 02, (2017): 149.

⁴ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, 227.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 29.

⁶ Aliyandi A. Lumbu, *Strategi Komunikasi Dakwah : Studi Masyarakat Miskin Perkotaan Dalam Peningkatan Pemahaman Ajaran Agama Islam* (Yogyakarta: CV Gre Publishing, 2020), 20-21.

b. Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication* dari kata Latin *communicatio* bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini diartikan sama makna. Contoh dalam bentuk percakapan, komunikasi yang terjadi adalah kesamaan bahasa dan makna mengenai apa yang dibicarakan. Jadi, dianggap komunikatif jika keduanya saling mengerti. Mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari apa yang dibicarakan.⁷

Berbagai macam definisi dari istilah komunikasi menurut para ahli untuk memberikan keterangan dan batasan terhadap apa yang dimaksud dengan istilah komunikasi. Berikut beberapa definisi komunikasi menurut para ahli dalam Arni Muhammad yang berguna untuk menarik pengertian yang umum dari komunikasi.⁸

1) Hovland, Janis, dan Kelley

Komunikasi adalah sebuah proses dari individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku individu lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.

2) Louis Forsdale

Louis Forsdale seorang ahli komunikasi dan pendidikan, berpendapat bahwa komunikasi merupakan sebuah proses memberikan signal (berupa verbal maupun nonverbal) menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan dirubah.

3) Brent D. Rubben

Brent D. Rubben berpendapat tentang definisi komunikasi yang lebih komprehensif, yaitu suatu proses mengenai mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat yang menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 9.

⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 2-3.

Terdapat perbedaan mendasar dalam ketiga teori ini, pada teori yang pertama komunikasi berasal dari stimulus dan hanya terjadi pada manusia, sedangkan pada teori yang kedua komunikasi berasal dari pemberian signal bisa terjadi pada manusia dan selain manusia seperti hewan dan tumbuhan. Sedangkan pada teori ketiga menggunakan istilah informasi (pesan) dalam cara tertentu yang berguna bagi sistem tertentu.⁹

Dalam komunikasi, terdapat komponen atau unsur-unsur yang merupakan syarat terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:¹⁰

- 1) Komunikator (Orang yang menyampaikan pesan)
- 2) Komunikan (Orang yang menerima pesan)
- 3) Pesan (pernyataan yang merupakan isi dari komunikasi)
- 4) Media (sarana atau alat yang mendukung dan memudahkan untuk menyampaikan pesan komunikasi)
- 5) Efek (Dampak sebagai pengaruh dari pesan komunikasi)

Secara umum proses komunikasi dapat terjadi secara langsung dan tak langsung. Komunikasi langsung (*direct communication*) sering kali disebut komunikasi tatap muka. Komunikasi langsung terjadi ketika komunikator dan komunikan saling melihat dan saling berhadapan secara langsung sehingga respon dari komunikan dapat disampaikan secara langsung kepada komunikator yang biasa disebut dengan istilah umpan balik (*feedback*).¹¹ Sedangkan komunikasi tak langsung (*indirect communication*) sering disebut komunikasi bermedia. Komunikasi tak langsung terjadi ketika terbentang jarak antara komunikator dan komunikan sehingga menggunakan saluran atau sarana sebagai alat untuk menyampaikan pesan komunikasi. Dalam komunikasi tak langsung tidak terjadi arus balik (*feedback*).¹² Komunikasi langsung dianggap lebih efektif untuk menyampaikan pesan

⁹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, 3.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 6.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 7.

¹² Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 10.

dikarenakan komunikan bisa menyampaikan langsung respon dan tanggapan yang kurang dipahami dari pesan yang disampaikan. Sedangkan dalam komunikasi tak langsung, komunikator harus lebih matang dalam penyampaian materi agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh komunikan secara maksimal.

Menurut Wilbur Schramm dalam Onong Uchjana Effendy dalam karyanya *“How Communication Works”* pernah mengatakan tentang *the condition of success in communication* (kondisi sukses dalam komunikasi) menjelaskan tentang beberapa hal yang harus dipersiapkan kemudian dilakukan untuk mensukseskan komunikasi, hal tersebut diringkas sebagai berikut :¹³

- 1) Pesan yang akan disampaikan dirancang dengan menarik dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran (komunikan) yang dimaksud.
- 2) Pesan yang disampaikan menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga dapat saling mengerti satu dengan lainnya.
- 3) Pesan yang disampaikan berpotensi membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan berbagai cara untuk mencapai kebutuhan tersebut.

Bagi seorang komunikator, memahami kondisi komunikan sangatlah penting untuk memudahkan masuknya pesan yang ingin disampaikan dalam komunikasi. Selain itu, komunikator juga dapat memilih media serta teknik komunikasi mana yang harus digunakan untuk menghadapi komunikan.

c. Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari Bahasa Arab (*Da’a–Yad’u–Da’watan*). Yang artinya seruan, panggilan, undangan, ataupun do’a. Istilah dakwah di dalam Al-Qur’an disebutkan tidak kurang dari 100 kali baik dalam bentuk *fi’il* maupun *mashdar*. Dakwah secara terminologi diartikan sebagai ajakan kepada ummat manusia (baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan) menuju ke jalan

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 32-33.

yang benar yaitu jalan Allah SWT, semata-mata bertujuan untuk mendapatkan petunjuk agar tidak tersesat. Dan untuk merasakan kebahagiaan dalam hidup, baik di dunia maupun di akhirat.¹⁴

Syekh Ali Mahfudz dalam Hajir Tajiri, mendefinisikan dakwah sebagai dorongan kepada manusia untuk mengikuti petunjuk sesuai dalam ajaran agama. Yaitu menyeru kepada kebaikan, serta mencegah dari kemungkaran (*amar ma'ruf nahi munkar*) supaya memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.¹⁵

Menurut H.S.M. Nasarudin Latif dalam Hajir Tajiri mengatakan bahwa dakwah sebagai usaha untuk mengajak manusia agar beriman dan taat kepada Allah baik dari lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil, sesuai dengan garis akidah, syari'ah, serta akhlak Islam.¹⁶

Syekh Muhammad Al-Ghazali dalam Hajir Tajiri, mengatakan bahwa dakwah yaitu pelengkap dari semua pengetahuan yang dibutuhkan oleh manusia untuk memberikan penjelasan tentang tujuan hidup serta mengikuti rambu-rambu kehidupan agar mereka menjadi manusia yang dapat membedakan mana sesuatu yang boleh dijalani dan mana sesuatu yang dilarang.¹⁷

Dakwah merupakan hal yang wajib bagi seluruh ummat muslim, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 104 yang artinya : *"Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar.."*¹⁸ Selain itu ada juga ayat tentang perintah kepada Nabi Muhammad SAW untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan wahyu Allah SWT, yaitu terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 67 yang artinya : *"Wahai Rosul!*

¹⁴ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 15-16.

¹⁵ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, 16.

¹⁶ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, 16.

¹⁷ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, 16.

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Per-Kata*, 63.

*Sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu..*¹⁹

Dalam kedua ayat Al-Qur'an ini terdapat kata perintah (*fi'il amar*) yaitu pada kata menyuruh, mencegah, dan juga menyampaikan. Kata perintah disini bermakna wajib dan harus dilaksanakan.²⁰

Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Muslim dan Turmudzi dijelaskan bahwa Rasulullah menyuruh ummat muslim untuk melakukan *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Serta menegaskan bahwa jangan sekali-kali mengabaikan perihal dakwah. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah juga dijelaskan bahwa Rasulullah memberikan perintah kepada ummat Islam supaya mereka menyampaikan dan menyebarkan pesan dari beliau walaupun sedikit, walaupun hanya satu ayat saja.²¹

Dalam menyebarkan dakwah Islam perlu adanya unsur-unsur dakwah serta mengetahui spesifikasi dan karakternya, supaya memudahkan dakwah dalam mencapai tujuannya. Berikut adalah unsur-unsur dakwah :

1) *Da'i* (Komunikator)

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan, baik secara individu, kelompok, lembaga maupun organisasi. Secara umum, seorang *da'i* sering juga disebut dengan istilah *Mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam).²²

Peran *da'i* atau komunikator sangat penting dan strategis. *Da'i* sebagai sumber daya dakwah utama harus memahami dan melaksanakan semua langkah strategi dakwah yaitu mengenal khalayak, menetapkan metode, merencanakan pesan, dan memilih media yang tepat untuk khalayak. *Da'i* merupakan komunikator dakwah yang terdiri atas individu atau individu-individu yang terhimpun dalam suatu lembaga dakwah

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Per-Kata*, 119.

²⁰ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah : Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 2.

²¹ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah : Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, 2.

²² Muhammad Munir dan Wahyu Iaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 22.

(organisasi sosial). *Da'i* atau komunikator juga merupakan orang-orang yang terlembagakan dalam media massa (pers, film, radio dan televisi).

Untuk menjadi komunikator yang baik, seorang *da'i* setidaknya harus memiliki beberapa hal di bawah ini :²³

- a) Memiliki kemampuan retorika
Kemampuan retorika tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyampaikan materi dakwah secara verbal, namun juga menyangkut gaya khas seorang *da'i* dalam menyampaikan materi dakwah. Gaya khas tersebut tidak perlu dibuat-buat, namun perlu dilatih secara ringkas dan sesuai dengan karakter *da'i* sehingga merasa nyaman dalam menyampaikan materi dakwah. Setiap seorang *da'i* memiliki gaya khas yang berbeda-beda.
- b) Memiliki pengetahuan dasar tentang psikologi individu serta sosial
Ilmu psikologi merupakan ilmu yang membantu *da'i* menentukan karakteristik, serta kondisi *mad'u*, sehingga mampu menentukan tema dan tehnik penyampaian materi dakwah dengan cara yang cepat dan tepat. Ilmu ini dapat dipelajari secara otodidak lewat membaca buku serta berbagi pengalaman sesama *da'i* ataupun dengan mengikuti berbagai pelatihan.
- c) Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan berbagai media
Untuk mengikuti zaman yang modern ini seorang *da'i* tidak boleh gagap teknologi. Saat ini, perkembangan media elektronik dan media sosia membuat arus informasi mengalir begitu deras tanpa terbendung kepada masyarakat. Tentunya *mad'u* akan kehilangan minat ketika mendengarkan dakwah yang disampaikan ala kadarnya. Untuk membangkitkan kembali minat *mad'u* dibutuhkan kemasan yang menarik. *Da'i* dapat memanfaatkan media sosial untuk mengemas

²³ Aris Risdiana, "Transformasi Peran *Da'i* Dalam Menjawab Peluang Dan Tantangan (Studi terhadap Manajemen SDM)", *Jurnal Dakwah*, Vol. 15, No. 2 (2014): 443.

materi dakwah menjadi lebih menarik, misalnya dengan menampilkan cuplikan video, foto atau gambar yang dapat mempermudah mad'u dalam memahami materi dakwah.

Dengan bekal minimal tiga hal tersebut akan mendidik *da'i* menjadi seorang pendakwah yang hebat, akan tetapi seorang *da'i* mutlak akan menghadapi problematika di lingkungan masyarakat. Problematika tersebut meliputi masalah sosial seperti pandangan masyarakat yang menganggap *da'i* kurang bermoral. Masalah keluarga merupakan sesuatu yang tidak bisa dianggap remeh, karena bila *da'i* dilihat memiliki masalah keluarga maka masyarakat akan memandang *da'i* sebagai seseorang yang kurang berhasil dalam dakwahnya.²⁴ Adanya problematika tersebut menjadi hambatan yang wajar bagi seorang *da'i*. Oleh karena itu, *da'i* harus terlihat berwibawa di depan masyarakat, dan mampu menyelesaikan masalah-masalah internal. Agar pandangan masyarakat kepada *da'i* selalu positif sehingga dakwah *da'i* juga mendapatkan respon yang positif dari masyarakat.

2) *Mad'u* (Komunikan)

Mad'u atau komunikan adalah pihak penerima pesan dakwah atau obyek yang menjadi sasaran pesan dakwah. Baik sebagai individu maupun kelompok. Baik yang beragama Islam maupun non Islam. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka masuk Islam. Sedangkan kepada manusia yang sudah beragama Islam, dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.²⁵

Menurut Muhammad Abduh dalam Muhammad Munir dan Wahyu Iaihi, *mad'u* terbagi menjadi tiga golongan, yaitu :²⁶

- a) Golongan Cerdik Cendekiawan : suka kebenaran, mampu berpikir secara logis dan kritis, serta cepat dalam menangkap persoalan-persoalan.

²⁴ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, 107.

²⁵ Muhammad Munir dan Wahyu Iaihi, *Manajemen Dakwah*, 23.

²⁶ Muhammad Munir dan Wahyu Iaihi, *Manajemen Dakwah*, 23-24.

- b) Golongan awam : orang yang kebanyakan belum bisa berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum mampu menangkap pengertian-pengertian yang sulit.
 - c) Golongan yang berbeda dari keduanya : orang yang senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara lebih dalam.
- 3) Materi (Isi Pesan Dakwah)

Materi dakwah yaitu isi pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u*. disini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran agama Islam.

Materi dakwah secara umum dapat dibagi menjadi empat masalah pokok, yaitu :²⁷

- a) Masalah Akidah (Keimanan)
Yang menjadi masalah pokok dalam materi dakwah yaitu akidah Islam. Aspek akidah ini yang membentuk akhlak manusia. Oleh karena itu masalah akidah atau keimanan yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam.
- b) Masalah Syari'ah (Hukum)
Syari'ah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindungi dalam sejarah. Materi yang bersifat syari'ah bersifat sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Merupakan jantung yang tak terpisahkan dari kehidupan ummat Islam di berbagai penjuru dunia.
Syari'ah Islam mengembangkan hukum yang bersifat komprehensif yang meliputi segenap kehidupan manusia. Materi Syari'ah memberikan informasi yang jelas tentang hukum, baik yang bersifat wajib (harus dilakukan), sunnah (dianjurkan untuk dilakukan), mubah (dibolehkan), makruh (dianjurkan untuk tidak dilakukan), dan haram (dilarang).

²⁷ Muhammad Munir dan Wahyu Iaihi, *Manajemen Dakwah*, 24-29.

- c) Masalah Mu'amalah
Mu'amalah disini diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah SWT (*hablumminallah*) dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT melalui aspek kehidupan sosial. Mu'amalah bisa disebut juga dengan istilah amal baik dalam bidang kemasyarakatan.
- d) Masalah Akhlaq (Perbuatan)
Kata akhlaq berasal dari bahasa Arab, jamak dari kata "*Khuluqun*" yang berarti budi pekerti, tingkah laku, atau tabi'at. Sedangkan menurut istilah akhlaq berkaitan dengan masalah tabi'at yang mempengaruhi tingkah laku manusia. Materi Akhlaq dalam Islam mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi karena setiap perbuatan manusia (baik maupun buruk) harus dipertanggung jawabkan.

Dakwah juga termasuk dalam bentuk dari komunikasi karena di dalamnya terdapat penyampai pesan (komunikator / *da'i*) dan komunikan (penerima pesan / *mad'u*). Dakwah sebagai proses komunikasi membutuhkan langkah yang harus dirancang secara strategis seperti halnya komunikasi yang efektif dengan mempertimbangkan efek dari penyampaian pesan. Berhasil atau tidaknya dakwah tidak terlepas dari peran *da'i* dan *mad'u*. Oleh karena itu, kontribusi dalam komunikasi adalah hal yang penting untuk dirancang dalam dakwah sehingga materi dakwah yang berisi pesan Islam dapat tersampaikan dan membuat perubahan sikap *mad'u* kearah yang lebih baik.²⁸

Selain adanya unsur-unsur dalam dakwah, metode dakwah juga merupakan sesuatu yang sangat penting dalam mensukseskan dakwah Islam. Metode dakwah adalah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah.²⁹ Metode dakwah dipilih dan diterapkan

²⁸ Yuliatun Tajuddin, Walisongo Dalam Strategi Komunikasi Dakwah, *Journal Addin*, Vol. 8, No. 3, (2014): 374.

²⁹ Mubasyaroh, *Sejarah Dakwah*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2012), 171.

sebagai landasan sesuai keadaan yang ada dalam dakwah, hal ini untuk memudahkan *da'i* dalam menyampaikan pesan kepada *mad'u*.

Metode dakwah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجِدْلُهُمْ بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S An-Nahl : 125)³⁰

Dari ayat diatas, dijelaskan bahwa prinsip umum tentang metode dakwah Islam ditekankan pada tiga metode yaitu metode *Al-Hikmah*, *Mau'idzah Hasanah*, dan *Mujadalah*. Banyak penafsiran para ulama' mengenai ketiga metode ini, antara lain yaitu :³¹

1) Metode *Al-Hikmah*

Metode *Al-Hikmah* pada intinya merupakan seruan atau ajakan dengan cara bijak dan filosofis yang dilakukan dengan penuh kesabaran dan ketabahan hati sehingga dapat disesuaikan dengan kadar akal, bahasa dan lingkungan *mad'u* yang dihadapi . Ada juga yang mengatakan bahwa *Al-Hikmah* adalah suri tauladan yang baik dari seorang *da'i* sehingga bisa menjadi contoh bagi *mad'u*.

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Per-Kata*, 281.

³¹ I'anatut Thoifah, dkk, *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Milenial*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 31-33.

2) Metode *Mau'idzah Hasanah*

Mau'idzah hasanah diartikan sebagai nasihat yang baik, bertujuan untuk memberikan petunjuk kearah kebaikan, agar nasihat tersebut dapat diterima baik oleh *mad'u*. Banyak yang mendefinisikan *mau'idzah hasanah* sebagai metode ceramah karena pada dasar arti kata *mau'idzah hasanah* adalah memberikan pengetahuan tentang kebaikan.

3) Metode *Mujadalah*

Mujadalah merupakan suatu cara untuk mengajak *mad'u* ke jalan Allah melalui metode tukar pendapat dilakukan oleh dua pihak atau lebih agar mendapatkan mufakat melalui musyawarah dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Dibutuhkan rasa saling menghargai antar berbagai perbedaan pendapat untuk dapat saling bertukar pikiran, tidak memiliki rasa egois dan tidak menganggap bahwa dirinya sendiri yang paling benar.

Ada beberapa faktor yang menunjang keberhasilan dakwah yang harus diperhatikan dan harus dilaksanakan oleh para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, antara lain:³²

Pertama, Pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* memang relevan terhadap kebutuhan *mad'u*, sehingga pesan dakwah tidak mungkin akan ditolak oleh *mad'u*, bahkan akan diterima dengan penuh antusias.

Kedua, Faktor pesona *da'i*. Setiap *da'i* memiliki cara tersendiri agar terlihat menarik di depan *mad'u*. Sehingga dengan itulah pesan bisa mudah tersampaikan dan diterima oleh *mad'u*.

Ketiga, Kondisi psikolog masyarakat yang haus akan siraman rohani. Di masyarakat yang belum terarah butuh adanya sesosok *da'i* yang mengarahkan *mad'u*. Dengan kondisi masyarakat yang seperti ini akan mudah menerima *da'i* karena memiliki pandangan yang positif terhadap seorang *da'i*.

Keempat, Kemasan yang menarik. Dengan memberikan kemasan yang menarik dalam dakwah (seperti

³² Mawardi MS, *Sosiologi Dakwah Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur'an, dan Al-Hadis*, (Ponorogo : Uwais Inspirasi Indonesia, 2018), 46-47.

kesenian, stimulasi, dan program pengembangan masyarakat) maka dapat menarik *mad'u* untuk merespon positif terhadap apa yang disampaikan oleh *da'i*. Seorang *da'i* harus pandai-pandai dalam melihat kondisi *mad'u*. Kemudian membuat kemasan yang menarik sesuai dengan kondisi *mad'u* (masyarakat sekitar) karena setiap daerah memiliki kondisi masyarakat yang berbeda-beda.

Dibutuhkan strategi komunikasi dakwah untuk menunjang keberhasilan dakwah. Dalam dakwah, istilah metode perlu dibedakan dengan strategi dan juga taktik. Metode dipilih melalui rancangan strategi dan taktik. Strategi memiliki waktu yang lebih panjang dan ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan taktik yang hanya memiliki waktu yang lebih singkat serta ruang lebih sempit. Seringkali salah dalam membedakan keduanya, bahkan saling menggabungkan kedua istilah tersebut. Sebagai contoh, strategi dakwah yang digunakan oleh Walisongo berarti strategi yang digunakan oleh Walisongo secara keseluruhan dari kurun waktu masa yang panjang. Sedangkan taktik dakwah Islam yang digunakan oleh Sunan Kalijaga adalah melalui media kesenian wayang kulit.³³ Strategi dakwah sudah diterapkan di masa Walisongo, ini menandakan bahwa betapa pentingnya sebuah strategi dalam dakwah Islam. Dengan mencontoh dari keberhasilan dakwah Islam Walisongo di masa lampau yang membuahkan hasil sangat pesat dalam menyebarkan agama Islam di tanah Nusantara, maka strategi dalam dakwah masih menjadi hal yang sangat penting untuk diterapkan dalam dakwah di masa yang modern ini.

Strategi komunikasi dakwah berarti perencanaan yang sistematis dan efektif dari seorang komunikator (*da'i*) untuk merubah perilaku komunikan (*mad'u*) sesuai dengan ajaran Islam. Menurut Dermawan dalam Restiawan Permana, strategi komunikasi dakwah berarti kreativitas seorang *da'i* dalam menangani sesuatu menggunakan metode dan pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah. Untuk itu dalam menjalankan strategi komunikasi dakwah, seorang komunikator (*da'i*) diharuskan membaca situasi serta karakter komunikan

³³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 165.

(*mad'u*) yang akan mendapatkan dampak yang cukup signifikan.³⁴

Jika dihubungkan dengan dakwah, fokus perhatian dari seorang *da'i* kepada *mad'u* sangatlah penting untuk mencapai keberhasilan dakwah. Teori strategi komunikasi dari Melvin L. DeFleur dalam bukunya yang berjudul *Theories Of Mass Communication*, dia mengemukakan empat teori, yaitu:³⁵

1) *Individual Differences Theory*

Teori ini mengatakan bahwa komunikan yang secara selektif memperhatikan suatu pesan komunikasi, khususnya bila bersangkutan dengan kebutuhannya, sesuai dengan apa yang dialaminya, sesuai dengan sikap, kepercayaan, dan nilai-nilainya.

Ketika menghadapi banyak masyarakat (*mad'u*) yang berkelompok maka ada kemungkinan bila tidak semuanya mendengarkan dan memahami materi yang disampaikan oleh komunikator (*da'i*). Oleh karena itu, seorang *da'i* harus mampu membaca kondisi *mad'u* dengan menyetarakan semuanya, berbuat adil sehingga materi yang disampaikan bisa sesuai dengan kebutuhan, sikap, dan kepercayaan *mad'u*.

2) *Social Categories Theory*

Teori ini mengatakan bahwa masyarakat modern bersifat heterogen, masyarakat (komunikan) yang mempunyai sifat yang sama pasti akan membentuk pola hidup yang sama. Kesamaan orientasi dan perilaku ini akan mempunyai kaitan dan gejala yang diakibatkan komunikator. Suatu kelompok dari masyarakat (komunikan) akan memilih isi pesan yang kira-kira sama dan akan memberikan tanggapan yang kira-kira sama juga.

Bisa jadi juga dalam dakwah menghadapi satu kelompok masyarakat (*mad'u*) yang memiliki persamaan sifat dan pola hidup yang sama. Dengan demikian akan memudahkan *da'i* untuk memilih satu

³⁴ Restiawan Permana, Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 03, No. 01 (2013): 125.

³⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 30-31.

saja tema yang sesuai dengan kondisi *mad'u* yang sudah sama ini.

3) *Social Relationship Theory*

Teori ini mengatakan bahwa sebuah pesan komunikasi awalnya disiarkan melalui media masaa kepada sejumlah perorangan yang dinamakan pemuka pendapat. Kemudian pesan komunikasi tersebut diteruskan oleh pemuka pendapat melalui saluran antarpersonal (dari mulut ke mulut) kepada orang-orang yang kurang akses informasi dari media massa, dengan kata lain orang-orang yang tidak berlangganan surat kabar dan tidak mempunyai televisi. Dengan demikian si pemuka pendapat tadi tidak hanya meneruskan informasi tetapi juga menginterpretasikannya atau menafsirkannya.

Perbedaan golongan antara masyarakat yang gaptek dan mengikuti perkembangan media juga berpengaruh dalam dakwah. Masyarakat yang mengikuti perkembangan media akan menyampaikan pesan dakwah yang sudah disampaikan oleh media massa kepada masyarakat yang gaptek sehingga pesan yang disampaikan dapat menyebar secara menyeluruh.

4) *Cultural Norms Theory*

Teori ini mengatakan bahwa melalui penyajian yang selektif dan penekanan pada tema tertentu, komunikator menciptakan kesan-kesan pada masyarakat (komunikan) bahwa norma-norma budaya yang sama melalui topik-topik tertentu yang dibentuk dengan cara-cara yang khusus. Ada tiga cara dimana komunikator secara potensial bisa mempengaruhi norma-norma perorangan. Yaitu, memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce existing patterns*), menciptakan keyakinan baru (*creat new shared convictions*), dan mengubah norma-norma yang sudah ada (*change existing norms*).

Ada tiga pengaruh dari pesan dakwah kepada *mad'u*. Pertama, bagi masyarakat muslim dapat menguatkan Islam, iman, dan ihsan. Kedua, menciptakan keyakinan baru kepada masyarakat yang masih kosong dalam pengetahuan agama. Dan ketiga,

mengubah keyakinan yang sudah ada dari masyarakat-masyarakat non muslim.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi dakwah adalah perencanaan seorang *da'i* untuk berinteraksi dengan *mad'u* dengan memperhitungkan kondisi serta situasi untuk mempermudah dalam berdakwah menyebarkan agama Islam. Sesuai dengan penelitian ini strategi yang dimaksud yaitu strategi atau perencanaan untuk berkomunikasi Majelis Wakil Cabang (MWC) NU Juwana kepada masyarakat Juwana dalam berdakwah menyebarkan Islam moderat.

2. Islam Moderat

Dalam agama Islam, perbedaan dan keragaman merupakan hal yang mutlak dan banyak dijelaskan di dalam Al-Qur'an dan Hadis. Sehingga pemahaman tentang pluralitas seharusnya telah menjadi bagian yang menyatu dalam kesadaran beragama setiap ummat muslim. Kesadaran tentang keragaman ini juga akan mengarahkan kepada pemahaman dan nilai sikap moderat dalam beragama. Karena di setiap perbedaan pasti ada konflik dan gesekan. Oleh karena itu dengan nilai bersikap moderat dalam beragama akan melihat perbedaan dan keragaman menjadi sebuah hal yang tidak perlu dipertentangkan, dan lebih baik jika perbedaan dan keragaman dikolaborasikan dengan baik sehingga menjadi sumber daya kekayaan agama, sosial dan budaya.³⁶

Muhammad bin Mukrim bin Mandhur al-Afriqy al-Masry dalam Sofiudin menyatakan bahwa istilah moderat sering disebut juga dengan istilah "*Al-Wasath*" yang berarti "Sesuatu yang berada diantara dua sisi". Sedangkan menurut Hasyim Muzadi, kata "*Al-Wasathiyyah*" berarti "Keseimbangan antara keyakinan yang kokoh dengan toleransi". Dari pengertian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap moderat dapat terealisasi ketika memenuhi dua syarat, yaitu akidah dan toleransi (*tasamuh*). Yang dimaksud akidah dalam konteks ini adalah ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadis. Sedangkan toleransi adalah berpegang teguh pada pendapatnya

³⁶ M. A. Hermawan, Nilai Moderasi Islam Dan Internalisasinya Di Sekolah, *Insania*, Vol. 25, No. 1, (2020): 33.

sendiri, tetapi bersedia menghargai, memahami, dan menerima pendapat lain dari sesama muslim.³⁷

Bekal konsep Islam moderat (Islam toleran) dalam bidang dakwah di zaman milenial ini sangat penting untuk *da'i* dan *mad'u* agar tidak terjerumus ke dalam aliran-aliran radikal fundamental. Banyak yang hanya belajar agama tanpa menata akhlak dan hatinya sehingga mudah terpengaruh oleh oknum-oknum radikalisme. Dapat menimbulkan unsur kekerasan dan fanatik yang berlebihan yang mampu memicu pertikaian bahkan sampai menyebabkan kekerasan dengan mengatasnamakan agama.

Islam moderat lahir sebagai solusi Islam radikal yang akhir-akhir ini banyak bermunculan dan dikhawatirkan dapat membahayakan akidah dan akhlaq umat Islam.³⁸ Untuk menanggulangi hal tersebut, dibutuhkan nilai sikap moderat yang dapat menjadi bekal umat manusia untuk membatasi diri dari aliran-aliran Islam garis keras yang banyak bermunculan di zaman ini.

Untuk menopang sikap dan konsep moderat setidaknya ada empat nilai yang harus dipegang dan dikembangkan. Empat nilai tersebut antara lain adalah sebagai berikut:³⁹

a. Toleran (*Tasamuh*)

Toleran dalam bahasa arab berasal dari kata *tasamuh* yang berarti sikap dan sifat saling menghargai antar sesama manusia walaupun memiliki pendirian dan pendapat yang berbeda dengan diri sendiri. Sedangkan toleransi secara etimologi berarti kesabaran, kontrol emosional, dan lapang dada. Karena manusia merupakan mahluk sosial yang saling membutuhkan, saling tolong menolong, dan saling melengkapi antara satu dengan yang lainnya.

b. Adil (*I'tidal*)

Adil dalam bahasa arab berasal dari kata *i'tidal* yang berarti tegak lurus, tidak belok ke kanan dan tidak belok ke

³⁷ Sofiudin, "Transformasi Pendidikan Islam Moderat Dalam Dinamika Keumatan Dan Kebangsaan", *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan*, Vol. 18, No. 02, (2018): 349-350.

³⁸ Ahmad Aghis Mubarak dan Diaz Gandara Rustam, Islam Nusantara: Moderasi Islam Di Indonesia, *Journal of Islamic Studies and Humanities*, Vol. 3, No. 2, (2018): 157.

³⁹ M. A. Hermawan, Nilai Moderasi Islam Dan Internalisasinya Di Sekolah, *Insania*, Vol. 25, No. 1, (2020): 33-35.

kiri. Kata adil pada umumnya meliputi arti tidak berat sebelah, objektif, berpihak kepada kebenaran, dan tidak sewenang-wenang.

c. Seimbang (*Tawazzun*)

Seimbang dalam bahasa arab berasal dari kata *tawazzun* yang berarti sikap berimbang, harmoni dalam berkhidmat demi terciptanya keserasian hubungan antara manusia dengan sesama ummat manusia (*hablum minannas*) dan keserasian hubungan antara manusia dengan Allah SWT (*hablum minallah*). Dengan adanya sifat *tawazzun*, muncul konsep penyatuan antara tatanan duniawi dan tatanan ukhrawi (agama), sehingga terjadilah keselarasan kepentingan dunia dan akhirat.

d. Persamaan (Kesetaraan)

Pandangan Islam terhadap seluruh ummat manusia adalah sama (setara), tidak ada perbedaan dari bahasa, ras, budaya, warna kulit, ataupun perbedaan yang lainnya. Satu-satunya hal yang membedakan manusia hanyalah dari segi ketaqwaan manusia terhadap Allah SWT.

Sedangkan seorang cendekiawan muslim kontemporer Indonesia yang bernama Din Syamsudin dalam Abd Hannan mengatakan bahwa Islam Moderat adalah pandangan keagamaan Islam yang memuat empat point penting, yaitu :⁴⁰

a. Rasional

Rasional disini diartikan sebagai cara beragama Islam yang menggunakan akal sebagai partner beragama. Melalui kemampuan akal dan kecanggihan nalar, pesan agama yang awalnya abstrak bisa dijelaskan dan disebarkan secara nyata kepada kehidupan masyarakat.

b. Toleran

Toleran dalam Islam Moderat mengandaikan pada perwujudan sikap keberagamaan yang selayaknya terbuka dan membuka diri pada setiap bentuk keagamaan yang ada di luarnya. Dengan kata lain mampu membuka diri untuk bentuk keagamaan yang lain tanpa harus membenarkan diri sendiri dan tanpa menyalahkan satu sama lain. Toleran

⁴⁰ Abd Hannan, Islam Moderat dan Tradisi Populer Pesantren: Strategi Penguatan Islam Moderat di Kalangan Masyarakat Madura Melalui Nilai Tradisi Populer Islam Berbasis Pesantren, *Dialektika*, Vol. 13, No. 02, (2018): 158-159.

pada umumnya juga diartikan sebagai rasa mudah memaafkan orang lain.

c. Tenggang Rasa

Tenggang rasa berarti ikut menghargai (menghormati) perasaan orang lain. Dalam konteks Islam Moderat, tenggang rasa merupakan bentuk perwujudan diri yang senantiasa menjunjung tinggi rasa penghormatan dan kasih sayang kepada setiap orang yang memiliki paham keagamaan yang berbeda. Tenggang rasa pada umumnya juga diartikan sebagai rasa sanggup untuk menjaga perasaan orang lain, sehingga lebih berhati-hati dalam berbuat, bersikap, dan bertindak kepada orang lain.

d. Tepa Selera

Tepa selera berarti dapat merasakan perasaan orang lain. Ditinjau dari konteks Islam Moderat, tepa selera berarti perpaduan antara sikap toleran dan tenggang rasa. Tepa selera memiliki perhatian ganda yaitu perhatian terhadap perasaan orang lain dan perhatian terhadap perilaku diri sendiri.

B. Penelitian Tedahulu

Kajian terdahulu yang terkait dengan tema penelitian ini diantaranya adalah kajian tentang Strategi Komunikasi Dakwah dan Penyebaran Islam Moderat.

Pertama, kajian tentang strategi komunikasi dakwah dan penyebaran Islam moderat yang dilakukan oleh Bahrudin meneliti tentang peran ulama' nahdlatul ulama' dalam menyiarkan paham keagamaan moderat di Provinsi Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Ulama' NU Lampung yang dikembangkan oleh NU Provinsi Lampung serta menyesuaikan karakteristik masyarakat Provinsi Lampung.⁴¹ Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada strategi yang dilakukan oleh Nahdlatul Ulama'. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek penelitian, penelitian ini obyeknya meliputi masyarakat satu Provinsi sedangkan dalam penelitian penulis obyeknya adalah masyarakat satu kecamatan, yaitu Kecamatan Juwana.

⁴¹ Moh Bahrudin, "Peran Ulama' Nahdlatul Ulama' Dalam Menyiarkan Paham Keagamaan Moderat Di Provinsi Lampung", *Jurnal Analisis*, Vol. 03, No. 01, (2017): 43.

Kedua, kajian tentang strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ali Abdurrahman meneliti tentang strategi komunikasi dakwah di Radio Aswaja FM dalam menyebarluaskan Islam nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah Radio Aswaja FM dalam menyebarluaskan Islam nusantara.⁴² Penelitian ini memiliki persamaan pada strategi komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subyek yang diteliti, penelitian ini subyeknya adalah Radio yang dakwahnya menggunakan komunikasi tidak langsung, sedangkan pada penelitian penulis subyeknya adalah organisasi dakwah yang dakwahnya secara langsung.

Ketiga, masih tentang kajian strategi komunikasi dakwah, penelitian yang dilakukan oleh Iklan Beri tentang strategi komunikasi dakwah PWNU Provinsi Sumatera Selatan (*study* pada PWNU Provinsi Sumatera Selatan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh PWNU Provinsi Sumatra Selatan untuk menyebarkan dakwah Islam.⁴³ Penelitian ini memiliki persamaan yaitu strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh banom Nahdlatul Ulama'. Perbedaannya adalah pada lokasi penelitian dan juga tujuan dakwahnya. Penelitian ini bertujuan menyebarkan Islam secara umum, sedangkan penelitian penulis dikhususkan Islam moderat.

Keempat, masih sama tentang kajian strategi komunikasi dakwah, penelitian yang dilakukan oleh M. Kurniawan tentang strategi PCNU Kota Rembang dalam membentuk komunikasi dan penyiaran Islam yang toleran di masyarakat kota Rembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi PCNU Kabupaten Rembang dalam membentuk komunikasi dan penyiaran Islam yang toleran di masyarakat Rembang.⁴⁴ Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh banom Nahdlatul Ulama'. Perbedaannya adalah pada tujuan dari strategi yang digunakan. Penelitian penulis bertujuan

⁴² Ali Abdurrahman, "Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja FM Dalam Menyebarluaskan Islam Nusantara", Skripsi (Ponorogo: Institut Agama Islam Negri Ponorogo, 2019), 1.

⁴³ Iklan Beri, "Strategi Komunikasi Dakwah PWNU Provinsi Sumatera Selatan (*Study* Pada PWNU Provinsi Sumatera Selatan)", Skripsi (Palembang: Universitas Islam Negri Raden Fatah, 2016), 1.

⁴⁴ M Kurniawan, "Strategi PCNU Kota Rembang Dalam Membentuk Komunikasi Dan Penyiaran Islam Yang Toleran Di Masyarakat Kota Rembang", Skripsi (Kudus: Institut Agama Islam Negri Kudus, 2019), 1.

menerapkan Islam Moderat sedangkan penelitian ini bertujuan membentuk Komunikasi dan penyiaran Islam yang toleran.

Kelima, kajian tentang penyebaran Islam moderat yang dilakukan oleh Fahrurrozi dan Muhammad Thohri meneliti tentang media dan dakwah moderasi: melacak peran strategis dalam menyebarkan faham moderasi di situs nahdlatul wathan *on-line* situs kalangan netizen muslim-santri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran strategis situs online Nahdlatul Wathan dalam menyebarkan faham moderasi di kalangan netizen muslim santri.⁴⁵ Penelitian ini memiliki persamaan yaitu menyebarkan Islam moderat, sedangkan perbedaannya terletak pada mediasinya. Penelitian ini hanya fokus pada media *online*, sedangkan penelitian penulis menggunakan media langsung (*offline*) dan juga media *online*.

Keenam, masih tentang penyebaran Islam moderat, penelitian yang dilakukan oleh M. Yakub Amin tentang Komunikasi dan Demokrasi, Pilar Utama Membangun Moderasi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pilar utama untuk membangun moderasi Islam, yaitu komunikasi dan demokrasi.⁴⁶ Penelitian ini terdapat persamaan dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada pembahasan komunikasi sebagai kunci utama membangun Islam moderat. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini fokusnya kepada komunikasi dan demokrasi sedangkan dalam penelitian penulis fokus pada organisasi dakwah dan strategi komunikasi yang digunakan.

C. Kerangka Berpikir

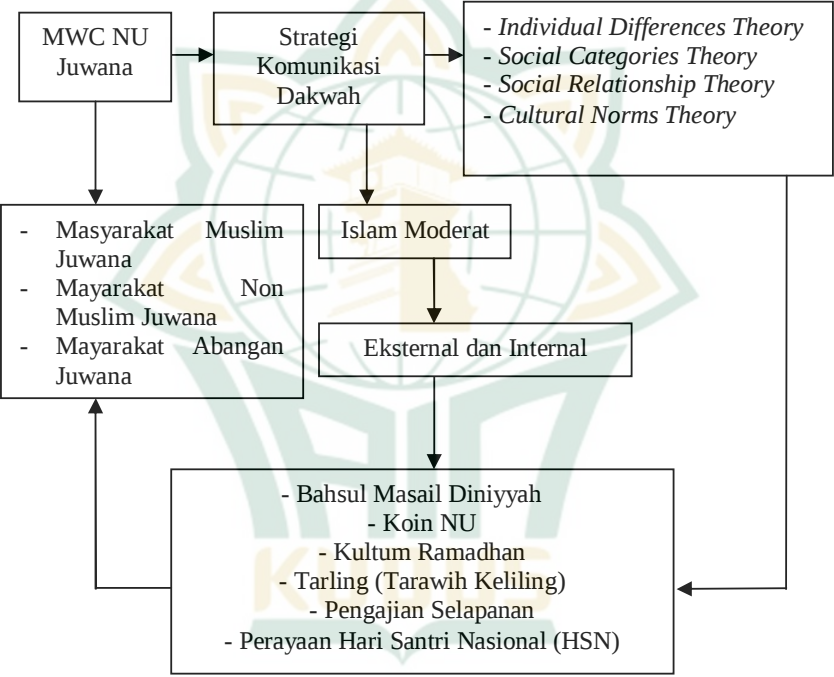
Dakwah Islam merupakan kewajiban bagi setiap masyarakat muslim. Majelis Wakil Cabang (MWC) NU Juwana merupakan salah satu organisasi dakwah Islam yang ada di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Sebuah organisasi pasti memiliki visi dan misi serta cara atau strategi supaya pesan dakwah yang diajarkan bisa tersampaikan dengan baik serta diamalkan oleh *mad'u* atau masyarakat luas. Dalam melakukan dakwah, tentu

⁴⁵ Fahrurrozi dan Muhammad Thohri, "Media Dan Dakwah Moderasi: Melacak Peran Strategis Dalam Menyebarkan Faham Moderasi Di Situs Nahdlatul Wathan On-Line Situs Kalangan Netizen Muslim-Santri", *Jurnal Media Komunikasi*, Vol. 17, No. 01, (2019): 155.

⁴⁶ M. Yakub Amin, "Komunikasi dan Demokrasi, Pilar Utama Membangun Moderasi Islam", *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, Vol. 07, No. 01, (2020), 81.

diperlukan cara atau strategi apa saja yang harus dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam dakwah dakwah.

Masyarakat di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati memiliki beberapa aspek dan karakter masyarakat yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, yaitu dari segi ekonomi, sosial masyarakat abangan dan budaya kejawennya. Dalam dakwah Islam tentu harus melihat dari semua sudut itu, sehingga menghasilkan strategi yang pas dengan *mad'u*. Diperlukan kerangka berfikir guna melakukan penelitian ini. Adapun alur kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1.
Kerangka Berfikir Strategi Komunikasi MWC NU Juwana
dalam Menyebarkan Islam Moderat di Kecamatan Juwana

D. Pertanyaan Penelitian

Beberapa penjelasan mengenai kajian pustaka sudah peneliti jelaskan di atas sehingga sudah jelas beberapa pembahasan yang menjadi rujukan arti fokus obyek dan subyek dari penelitian ini. Oleh karena itu, yang menjadi beberapa pertanyaan dalam penelitian ini adalah dibagi menjadi dua fokus, yaitu :

1. Apa saja alasan MWC NU Juwana melakukan strategi komunikasi dakwah untuk menyebarkan Islam Moderat di Kecamatan Juwana.
2. Strategi komunikasi dakwah apa saja yang dilakukan MWC NU Juwana dalam menyebarkan Islam Moderat.
3. Faktor pendukung dan penghambat apa saja yang mempengaruhi strategi komunikasi dakwah MWC NU Juwana dalam menyebarkan Islam Moderat.

Tiga pertanyaan ini yang peneliti jawab dengan melakukan observasi lapangan dan juga pustaka. Pertanyaan ini akan dijawab pada Bab IV.

