

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. TEORI-TEORI TERKAIT

Menurut Karlinger, teori adalah himpunan konstruktur atau susunan dari beberapa konsep, definisi, dan proposi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan hubungan diantara variable untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.¹ Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis megabungkan beberapa konsep teoritis berdasarkan permasalahan yang akan diteliti guna untuk melihat dan menjabarkan relasi antar variabel dalam penelitian.

1. Strategi Dakwah

Strategi secara etimologi dari bahasa Yunani yaitu *Strategos*. Pada zaman demokrasi *Athena Strategos* di terjemahkan sebagai “komandan militer” selain itu startegi sudah dipakai sejak zaman Yunani-Romawi sampai pada zaman industrialisasi kemudian kata strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat termasuk dalam bidang komunikasi dan dakwah, hal tersebut sangat penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan erencana dalam masyarakat yang berlangsung lebih seribu tahun lamanya, meskipun strategi pada mulanya dikaitkan dengan masalah militer yang sangat berkaitan dengan seni dan ilmu pengetahuan.² Ilmu startegi di butuhkan dan merupakan peranan arti penting bagi setiap orang/organisasi untuk mewujudkan tujuan sehari-hari dalam kehidupannya, menurut Ali Azis bahwa

¹ Jamaluddin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 6.

² Murniaty Sirajuddin “*Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Internet (Peluang dan Tantangan) Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Volume 1, Nomor 1 Desember (2014) 12.

strategi adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu, karena hakekat strategi adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Di samping itu dapat pula berarti kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. Sebuah pencapaian strategi adalah menciptakan kemenangan dan mendapatkan hasil yang diinginkan.³

Metode, siasat, taktik atau *manuever* yang di pergunakan dalam aktivitas kegiatan dakwah disebut strategi dakwah, dimana fungsinya dapat menentukan tujuan dakwah. Namun pada perkembangan zaman yang semakin pesat yang tidak dapat menampik bahwa keadaan ini dapat memberi keuntungan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideology bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman.⁴ Berdasarkan penjelasan diatas bahwa strategi merupakan rancangan atau desain kegiatan, dalam wujud penentuan dan penempatan semua sumber daya yang menunjang keberhasilan suatu pencapaian tujuan yang telah di tentukan. Dengan kata lain, bisa di anggap sebagai landasan berpijaknya pola tindak dari suatu kegiatan pencapaian tujuan.

Mencermati kondisi kehidupan umat seperti itu, maka dakwah Islam pada masa sekarang dan masa depan perlu dirancang tema-tema kontekstual yang di sajikan secara intelektual dan profesional

³ Murniaty Sirajuddin “*Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Internet*, 12.

⁴ Murniaty Sirajuddin “*Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Internet*, 12-13.

sesuai dengan kondisi masyarakat sekarang. Dengan demikian bisa membantu kondisi masyarakat serakang. Sehingga dakwah merupakan pelayanan kemanusiaan yang dapat membantu mengatasi persoalan hidup umat waktu kewaktu.⁵ Secara sederhana dakwah adalah suatu cara atau langkah-langkah yang akan dilakukan para da'i dalam melakukan dakwah, untuk memudahkan tercapainya tujuan yang lebih efektif dan efisien. Strategi dakwah adalah rumusah langkah-langkah yang akan dilakukan dalam proses dakwah secara efektif dan efisien.

Strategi dakwah dalam ilmu dakwah disebut Manhaj Dakwah ketentuan-ketentuan dan perencanaan, ini berdasarkan pada QS, Al- Baqarah: 129.

a. Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah : 129

رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ
 آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ
 أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ۝ ١٢٩

Artinya: Ya Tuhan Kami, utuslah untuk mereka sesorang Rasul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka at-ayat Engkau, dan mengajarkan kepada mereka AlSk Kitab (Al Quran) dan Al-Hikmah (As-Sunnah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkaulah yang

⁵ Pahlawan Khatib Kayo, *Manajemen Dakwah dari dakwah konvensional menuju dakwah kontemporer*, Jakarta. 2007. 24.

Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana” (QS. Al-Baqarah : 129).⁶

Dalam ayat tersebut memiliki pesan, yaitu para rasul yang sekaligus bisa dipahami sebagai strategi dakwah. Strategi diatas merupakan perintah dalam Al-Qur'an untuk mencapai tujuan dakwah dan mempermudah dalam menerapkan materi dakwah yang disampaikan kepada *mad'u* yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Jadi, berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa strategi adalah cara, siasat, taktik untuk melakukan suatu rencana yang telah disesuaikan dengan sasaran secara cermat guna mencapai suatu tujuan dakwah. Secara Terminologis terminologis dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk, dan melarang pada kemungkaran menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah SWT, dengan menjalankan syari'atnya sehingga mereka dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat.

2. Pengertian Dakwah

Asal mula dakwah dalam etimologi dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, artinya memanghil atau seruan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amr ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah ta'lim*, dan *khotbah*.⁷ Secara terminologis dakwah islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid datau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam

⁶ Alquran, Al- Baqarah ayat 129, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Semarang : Departemen Agama RI, CV. Toha Putra), 29.

⁷ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta:kencana, 2006), 17.

sabil Allah Swt, bukan mengikuti *da'i* atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Sementara itu Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *ummah*.⁸

Tiga unsur yang harus dilibatkan dalam tataran praktek dakwah yaitu menyampaikan pesan, sebuah informasi yang si sampaikan didalamnya dan penerima. Namun istilah dakwah dipahami secara luas salah satunya istilah dakwah merupakan kegiatan menyampaikan ajaran Islam, berakhlak mulia dan meninggalkan maksiat. Al-Quran sebagai kitab suci umat Islam dkwah di artikan mengajak, mengajak kebaikan ditemukan sebanyak 46 kali, 39 kali dalam arti mengajak kepada Islam dan kebaikan, dan 7 kali mengajak ke neraka atau kejahatan.⁹ Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.

Selain itu secara universal masyarakat muslim mempunyai tanggungjawab untuk berdakwah, namun untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih maksimal peran organisasi dan lembaga yang merencanakan sistem dan model dakwah yang strategis dan baik. Melihat dasar-dasar yang ada dalam Al-Qur'an dan hadis-hadis Rasulullah, hukum berdakwah termasuk dalam pengertiannya "*bertabligh*" adalah "wajib", kewajiban berdakwah itu pada mulanya ditujukan kepada para rasul-rasul

⁸ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 14.

⁹ Muhammad Munir, *Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah*, 17.

Allah, kemudian dilanjutkan oleh para sahabat dan seterusnya dipikulkan kepada para ulama dan pemimpin-pemimpin Islam.¹⁰ Dakwah merupakan suatu proses penyampaian risalah kebenaran menuju kepada kebahagiaan hidup didunia dan di akhirat yang berdasarkan ajaran agama. Penyampaian dakwah juga merupakan suatu hal yang pelaksanaan berantung pada startegi yang digunakan.

Kewajiban berdakwah yang *afdhal* itu adalah secara terorganisir dengan manajemen yang baik seperti yang dijelaskan Allah dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran ayat 104 dan 110 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh pada yang ma'ruf dan mencegah yang mungkar; mereka itulah orang-orang yang beruntung" (QS Ali Imran [3]: 104).¹¹

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ
الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ
الْفٰسِقُونَ ١١٠

Artinya: "kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada makruf,

¹⁰ Kahatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2007), 28.

¹¹ *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Semarang : Departemen Agama RI, CV. Toha Putra), 89.

dan mencegah dari yang mungkar dan beriman kepada Allah” (QS Ali Imran [3]: 110).¹²

Dalam hal ini dakwah di dalamnya terdapat ide yang dinamis, sesuatu yang mudah berkembang dan tumbuh sesuai dengan keadaan ruang dan waktunya. Sementara itu, dalam praktek dakwah merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama Islam yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.

a. Unsur-unsur Dakwah

Dalam setiap kegiatan dakwah harus ada komponen-komponen didalamnya seperti, *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).¹³

1) Subjek Dakwah (*Da'i*)

Dalam hal ini yang dimaksud dengan subjek dakwah adalah yang melaksanakan tugas-tugas dakwah, orang itu disebut *da'i* atau *mubaligh*. Dalam aktivitasnya subjek dakwah dapat secara individu ataupun bersama-sama. Hal ini tergantung kepada besar kecilnya skala penyelenggaraan dakwah dan permasalahan-permasalahan dakwah yang akan digarapnya.

2) Objek Dakwah (*Madu*)

Objek dakwah adalah setiap orang atau kelompok yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah. Berdasarkan pengertian tersebut, maka setiap manusia tanpa membedakan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, warna

¹² *Al-qur'an dan Terjemahnya*, 90.

¹³ Muhammad Munir, *Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah*,

kulit, dan semua menjadi sebagai objek dakwah yang disampaikan oleh para *da'i*.

Pada prinsipnya, objek dakwah terbagi menjadi dua, yaitu:

- a) Objek material adalah ilmu dakwah yang mencakup semua aspek yaitu ajaran Islam dalam Al-Qur'an dan Sunnah, sejarah ajaran Islam teknologi, sosial hukum, ekonomi, pendidikan dan kemasyarakatan yang itu semua di kaji dari hasil ijhtihan dalam ilmu pengetahuan.
 - b) Objek formal adalah ilmu dakwah yang mengkaji salah satu sisi objek formal yang dihadapi umat. Hal-hal yang dipandang bersifat doktrinal dan konseptual dinyatakan secara empirik yang hasilnya dapat di rasakan oleh umat manusia sebagai rahmat Islam dijagat raya (*rahmatan lil alamin*).¹⁴
- 3) Materi dakwah (*maddah*)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Materi dakwah secara umum ini dapat terbagi dalam empat masalah pokok, yaitu:

- a) Pesan Akidah, meliputi Iman kepada Allah Swt, Iman kepada MalaikatNya, Iman kepada kitab-kitab-Nya, Iman kepada rasul-rasul-Nya, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada Qadha-Qadhar.

¹⁴ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016), 14.

- b) Pesan Syariah, meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa dan haji, serta mu'amalah.
- c) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah SWT. akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna dan sebagainya.¹⁵

3. Metode Penyampaian Dakwah

Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia.

Cara yang digunakan juru dakwah dalam menyampaikan isi ajaran Islam dalam dakwah disebut metode dakwah. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada surat an-Nahl: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَاتِي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

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

¹⁵ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk” (QS. An-Nahl : ayat 125).¹⁶

Secara garis besar ada 3 metode dakwah ada tiga, yaitu : *bi al-hikmah, mau'izatul hasanah dan mujadalah billati hiya ahsan* :

- a. *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan melihat keadaan dan kondisi sekitar sasaran dakwah dan memfokuskan pada skil mereka sehingga dalam beribadah mereka tidak keberatan tanpa ada paksaan.
- b. *Mau'idzatil Hasanah*, yaitu menyampaikan dakwah dengan memberikan pengetahuan tentang agama Islam dengan halus sehingga apa yang di samaikan dapat sampai pada hati mereka.
- c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara diskusi sehingga mereka tidak tertekan dan tidak merasa diberatkan dibutuhkan cara dengan sebaik-baiknya..¹⁷

Adapun ada beberapa sumber metode dakwah yang dilakukan dalam aktivitas berdakwah, yaitu:

- a. *Al-Qur'an*. Di dalam Al-Qur'an banyak sekali ayat yang membahas dakwah. Allah telah menuliskan di dalam kalam-nya bagaimana kisah-kisah para rasul menghadapi umatnya.
- b. *Hadist/Sunah Rasul*. Melalui cara hidup dan perjuangannya baik di Mekah maupun Madinah memberikan banyak contoh metode dakwah kepada kita.
- c. *Sejarah Hidup para Sahabat dan Fauqaha*. Selain Rasulullah para sahabat dan fuqaha merupakan contoh juru dakwah. Karena merekalah yang melanjutkan dakwah Rasulullah dan membawanya kepada kita.

¹⁶ *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Semarang : Departemen Agama RI, CV. Toha Putra), 413.

¹⁷ Munir, Wahyu, *Manajemen Dakwah*, 34.

- d. *Pengalaman*. Melalui pengalaman-pengalaman hidup baik yang bersifat religius maupun pengalaman hidup biasa bisa menjadi sumber kita dalam menyampaikan dakwah.

Adapun aplikasi metode dakwah Rasulullah SAW yaitu pendekatan personal, pendekatan pendidikan, pendekatan diskusi, pendekatan penawaran, dan pendekatan misi.¹⁸

4. Media dalam Dakwah

Pada zaman yang semakin canggih, dengan sistem yang serba moderen problem dakwah berkaitan dengan sosial dengan pola hidup modern dan kuatnya perkembangan budaya modern yang mewarnai masyarakat, kurangnya nilai keIslaman dalam diri seseorang sehingga menyebabkan budaya moderen cepat merembes dilingkingan sosilal kehidupan orang Islam. Pengaruh era globalisasi muali ditandai dengan majunya ITE, akaibatnya segala sesuatu menjadi mudah, seperti halnya di era sekarang seseornag dengan mudah menyampaikan pesan kepada saudara atau teman di tempat yang jauh dengan hitungan detik seperti melalui hendphone dan internet. Disini letak urgensi teknologi informasi moderen dapat bermanfaat dan digunakan dalam beberapa hal termasuk menyampaikan amanat dakwah.

Fenomena maraknya media sebagai sarana komunikasi dan alat pembentuk opini publik di era sekarang keadaan ini memberikan tanggung jawab kepada mubaligh dan aktivis dakwah untuk mengaplikasikan dakwah mereka dengan media yang telah ada cara mereka bisa dengan bil lisan maupun bil al-qalam. Media ini dapat digunakan muntuk mentransformasi ajaran Islam ke penjuru dunia. Dimasa mendatang dibutuhkan, kehadiran masyarakat dalam sebuah majelis dakwah sudah tidak di perlukan

¹⁸ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 301-302.

lagi, karea dakwah dapat disampaikan dengan media informasi yang isinya amanat-amanat. Karena prosenya dakwah yang mengunjungi mereka, dalam keadaan apapun seperti sedang istirahat, sedang bekerja, pada prinsipnya dakwah akan tetap berjalan meski waktu mereka terbatas. Salah satu keberhasilan dakwah adalah adanya media yang mampu untuk kelangsungan berdakwah dan media tersebut akan mempermudah dakwah agar bisa sampai kepada mad'u.¹⁹

Tidak di pungkiri media merupakan sarana penunjang pelaksanaan kegiatan seperti pengajian Islam di televisi, maka televisi itulah yang menjadi mediana dalam penyampain pesan dakwah tersebut. Ada beberapa bentuk media:

a) Media Visual

Media visual merupakan sarana dakwah yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indera penglihatan dalam menangkap datanya. Sehingga media visual sangat berperan penting dalam pengembangan dakwah. Media dakwah yang berwujud alat yang menggunakan penglihatan ada beberapa jenis contohnya: Fileslide, gambar foto diam, komputer, VCD player dan lain sebagainya.

b) Media audio visual

Media audiovisual merupakan perangkat komunikasi yang dapat ditangkap baik melalui indera pendengaran maupun indera penglihatan. Media ini lebih paripurna karena dua indera dapat berfungsi yaitu pendengaran dan penglihatan sehingga pengaruhnya juga cukup baik. Adapun yang termaksud dalam media ini antara lain: Film,

¹⁹ Istina Rakhmawati. "Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam" Vol. 4, No. 1 Juni (2016): 54.

televise dan video, media cetak majalah, koran, buletin.

Media dapat diartikan sebagai alat perantara. Kata media berasal dari bahasa latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Secara spesifik media adalah alat-alat fisik berupa buku, film, video, kaset, slide dan sebagainya.²⁰

Bagian akhir dari proses informasi dan komunikasi yang akan dilakukan disebut strategi media. Perlunya pemilihan media akan menentukan sebuah keberhasilan, efektivitas dan efisiensi komunikasi yang dilakukan. Dikatakan komunikasi efektif ketika komunikan dapat memahami pesan komunikator dan adanya umpan balik dari komunikan seperti keinginan komunikator. Perlunya komunikasi yang efektif adalah tidak hanya mampu memberi amanat atau motivasi melainkan apa yang disampaikan dapat menembus perasaan orang sekitar. Untuk itu, ada beberapa tahapan mengubah dan menggugah dengan hati antara lain:

- 1) Tahapan “Pra Pelaksana” yaitu
 - a) Hati yang tulus
 - b) Penampilan yang bagus
 - c) Tujuan yang fokus
- 2) Tahap “Pelaksana” yaitu
 - a) Satukan hati dan visualisasi
 - b) Bahasa tubuh dan ekspresi
 - c) Lengkapi informasi
- 3) Tahap “Pasca-Pelaksana” yaitu
 - a) Evaluasi diri
 - b) Perbaiki diri

Untuk mengidentifikasi bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh *da'i* berjalan dengan

²⁰ Arif, Samsinas, Mansur Mangasing, “Televisi Sebagai Meida Dakwah” *AL-MISBAH*, Vol. 13, No. 2 Juli-Desember (2017): 251-252.

efektif, maka ada beberapa faktor yang harus di perhatikan.²¹

5. Konten Dakwah

Asal kata Konten adalah content dalam bahasa Inggris artinya isi atau ide pokok dari penyampaian materi. Konten dalam kaitannya dengan media adalah informasi yang tersedia atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui TV, CD audio, Live atau acara langsung istilah ini digunakan untuk komponen nilai tambah media. Dapat dibedakan antara konten dan analisis wacana, analisis wacana adalah cara bahasa dapat dijadikan untuk menyalurkan pesan yang isinya di terkandung makna mendalam sebagai tujuan sosial hal ini yang menjadikan penulis menyimpulkan wacana adalah gambaran realita sosial dengan bahasa sebagai pencapaian dari tujuan sosial. Materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga pokok yaitu:

- a) Masalah Keimanan (*Akidah*)
- b) Masalah KeIslaman (*Syariat*)
- c) Masalah Budi Pekerti (*Akhlaqul Karimah*)

Sikap yang melahirkan perbuatan dan tingkah laku manusia adalah akhlak. Akidah dan akhlak merupakan bagian dari syariah tidak dapat dipisahkan, dengan alasan ini maka materi dalam dakwah tentang akhlak merupakan materi sangat penting untuk disampaikan kepada kelompok masyarakat. Sebab, akhlak merupakan buah pohon Islam yang berakar pada akidah dan berdaun pada syariah. Inilah pentingnya akhlak untuk disampaikan kepada masyarakat agar

²¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 158.

hendak memperbaiki akhlak atau budi pekerti untuk menjalankan ajaran Islam secara kaffah.²²

Media sosial menawarkan multimedia berupa gambar, video, maupun desain yang disebarluaskan ke pengguna lainnya dan salah satu contohnya adalah YouTube. YouTube adalah penyedia layanan video terbesar saat ini dan merupakan media untuk upload secara gratis. Para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. YouTube juga sangat cocok bagi yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel. Pada umumnya video-video di YouTube adalah video klip, acara TV, film serta video buatan para penggunanya sendiri. Manfaat lain dari penggunaan YouTube adalah bahwa isinya dapat disiarkan kepada jutaan pemirsanya. YouTube tersedia di hampir setiap negara di dunia dan di setiap komputer yang memiliki akses internet, serta dikunjungi setiap hari oleh jutaan orang.²³

Perubahan zaman yang terjadi sekarang ini, berdampak terhadap perkembangan teknologi yang semakin canggih dan memasuki hampir setiap aspek kehidupan manusia. Aspek kehidupan beragama pun tidak luput dari perkembangan teknologi bagi penyebaran Islam, contohnya yaitu berdakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh Mahasiswa KPI pada program kerja KKN-IK DR 2020. Program ini merupakan salah satu program yang ditentukan oleh pihak penyelenggara KKN-IK DR 2020 yaitu LPPM. Program dakwah ini, diharapkan para mahasiswa mudah dalam menyampaikan pesan pada kondisi masyarakat di tengah pandemi Covid-19.

²² Arif, Samsinas, Mansur Mangasing, "Televisi Sebagai Meida Dakwah" *AL-MISBAH*, Vol. 13, No. 2 Juli-Desember (2017): 256-267.

²³ Muhammad Habibi "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial, *Al-Hikmah, Jurnal Dakwah*, Volume 12, Nomor 1, Tahun (2018) 113.

6. Tujuan dakwah

Kegiatan dakwah Islam tentunya mempunyai tujuan. Secara hakiki, dakwah mempunyai tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist dan mengajak manusia untuk mengamalkannya. Tujuan dakwah ini dapat dibagi menjadi, tujuan yang berkaitan dengan materi dan objek dakwah. Dari keseluruhan tujuan dakwah dilihat dari aspek maupun materi dakwah, maka dapat dirumuskan tujuan dakwah adalah memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.²⁴

Menurut M. Natsir dalam serial dakwah *Media Dakwah* mengemukakan, bahwa tujuan dari dakwah itu adalah:

- a. Memanggil kita pada syariat, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perseorangan atau persoalan rumah tangga, berjamaah masyarakat, berbangsa, bernegara dan berantar negara.
- b. Memanggil kita pada fungsi hidup sebagai hamba Allah di atas dunia yang terbentang luas yang berisikan manusia secara heterogen, bermacam karakter, pendirian dan kepercayaan, yakni fungsi sebagai *syuhada'ala an-nas*, menjadi pelopor dan pengawas manusia.
- c. Memanggil kita kepada tujuan hidup yang hakiki, yakni menyembah Allah. Sebagaimana firmanNya dalam surat adz-Dzariyat: 56.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

Artinya : “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembahku” (Q.S Adz.Dzariyat : ayat 56).²⁵

²⁴ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 11.

²⁵ *Al-qur'an dan Terjemahnya*, 852.

Tujuan umum dakwah (*mayor objective*) merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam aktivitas dakwah. Ini berarti bahwa tujuan dakwah masih bersifat umum dan utama, dimana seluruh gerak langkah proses dakwah harus ditujukan dan diarahkan padanya. Dengan demikian, tujuan dakwah secara umum sebagaimana yang diisyaratkan dalam Al-Qur'an adalah mengajak umat manusia kejalan yang benar dan diridhai Allah SWT.²⁶ Berdasarkan penjelasan diatas, penulis memberikan kesimpulan bahwa tujuan dakwah adalah melakukan proses penyelenggaraan dakwah yang terdiri dalam berbagai aktivitas untuk nilai tertentu, dan nilai yang ingin dicapai oleh keseluruhan usaha dakwah pada hakikatnya merupakan hasil dari usaha-usaha dakwah yang dilakukan dengan sungguh-sungguh. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan dakwah tersebut, pelaku dawkah harus memiliki startegi dakwah yang tepat.

7. Masyarakat Virtual

Istilah masyarakat adalah *syarikah* berarti perkumpulan. Istilah masyarakat yang berasal dari kata *syarikah* tersebut lebih dikenal dan begitu familiar bagi masyarakat indonesia dibandingkan istilah Arab *al-mujtama'* yang berarti masyarakat.²⁷ Pada era sekarang eksistensi masyarakat virtual merupakan perkembangan masyarakat sebelumnya. perkembangan itu disaksiskan dan dialami oleh masyarkat iru sendiri, tanpa terkecuali perkembangan dan kebaruan teknologi, perkembangan dan kebaruan teknologi itu menjad bagian sesungguhnya dari keinginan masyarakat untuk bertahan dan menikmati kehidupannya sekaligus untuk memodifikasi

²⁶ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 87-88.

²⁷ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2017), 111.

kehidupannya. Hasil pemodifikasian itu pun sebaliknya mempengaruhi sistem interaksi manusia.

Masyarakat Virtual adalah masyarakat yang hidup di era teknologi digital. Masyarakat di zaman ini menganggap bahwa teknologi-teknologi sebagai sumber penting untuk menyelesaikan semua kontradiksi sosial. Jika demikian, maka manusia mengalami perubahan fundamental dalam hidup, yang akhirnya memerlukan cara baru untuk memahami dunia.²⁸ Ilmu pengetahuan yang dan teknologi yang semakin canggih tidak serta merta menjadikan manusia bahagia, karena posisi agama mengalami kekurangan seperti terkikisnya nilai moral moral agama yang terganti dengan moralitas baru hasil karya msyarakat, merajalelanya minuman keras dan narkoba, maraknya kriminalitas, dan ketimpangan sosial. Selain itu mrosotnya moral menjadikan akhlak manusia menurun sehingga dapat memicu permasalahan besar seperti pembunuhan dan kekerasan dikalangan remaja.

8. Tantangan Dakwah

Berdakwah di era milenial berhadapan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan perangkat yang terus berkembang pesat. Juga, di tuntutan dapat diakses dengan cepat dengan konten menarik dalam bentuk digital. Terlebih pada era milenial yang kecenderungannya bergantung pada internet. Maka kajian tentang era milenial secara khusus penting dikaji untuk mengetahui pendekatan dakwah seperti apa yang bisa di gunakan untuk mencapai kesuksesan berdakwah.

Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu,ada dua hal yang

²⁸ Marlin Christina Laimeheriwa “Masyarakat Virtual, Mitos dan Perilaku Konsumtif”, *Jurnal Kenovosis*, Volume 4, Nomor 2 Juni (2018): 29-30.

dapat dilakukan. Pertama, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasimilenial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di YouTube agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan YouTube, Instagram, dan sebagainya, sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. *Kedua*, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat di lalui dan diselesaikan dengan baik.²⁹

Tantangan dakwah pada era globalisasi sesuai dengan tantangan teknologi informasi, adapun beberapa tantangan teknologi informasi antara lain sebagai berikut:

- a) Faktor pendidikan dan sarana yang menjadikan keterbatasan sumberdaya manusia untuk menjalankan teknologi informasi.
- b) Citra teknologi informasi utamanya internet yang masih minor dikalangan sebagian masyarakat. Seperti internet identik dengan situs pornografi.
- c) Masih cukup banyak masjid, pesantren atau tempat- tempat sebagai centrum dakwah yang belum mempunyai akses teknologi informasi (internet) karena masalah biaya, SDM dan wawasan.

²⁹ Muhammad Habibi “*Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial, Al-Hikmah, Jurnal Dakwah, Volume 12, Nomor 1, Tahun (2018): 107-109.*

- d) Keterbatasan instruktur untuk komunikasi, interaksi dan kolaborasi antar kelompok/komunitas Islam.
- e) Minat warga muslim terhadap penggunaan teknologi informasi masih terbatas
- f) Informasi yang berkaitan dengan komunitas Islam bertebaran melalui berbagai media cetak, elektronik maupun internet, tetapi kurang terkelola dan terkordinasi dengan baik
- g) Perhatian dari berbagai organisasi profesi dan perusahaan terhadap penggunaan dakwah pada bidang IT masih kurang.³⁰

Berdasarkan penjelasan diatas begitu banyak tantangan yang kita hadapi sebagai umat muslim di era globalisasi, tentunya ada banyak strategi dan cara agar dakwah yang di laksanakan agar berjalan lancar dan mudah diterima, sampai saat ini negara yang menguasai teknologi dan informasi adalah negara-negara maju, dengan memaksimalkan media dalam berdakwah pada masyarakat virtual maka pesan yang di tangkap lebih cepat.

B. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian pada konteks strategi dakwah melalui media sosial sudah banyak yang meneliti. Hasil peniltian terdahulu diambil dari beberapa skripsi yang memiliki keterikatan dengtan penelitian yang akan peneliti teliti. Tujuan penelitian terdahulu adalah mengetahui posisi penelitian yang hendak dilaksanakan dari penelitian yang ada sebelumnya. Bertikut ini adalah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan peniliti teliti

³⁰ Murniaty Sirajuddin “*Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Internet (Peluang dan Tantangan) Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Volume 1, Nomor 1 Desember (2014): 20-21.*

1. DAKWAH MELALUI KONTEN VIDEO CERAMAH DALAM MEDIA YOUTUBE (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga) disusun oleh Yogi Ridho Firdaus, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Pada skripsi ini menggambarkan bagaimana cara mengetahui penyampaian ajaran agama Islam melalui konten video dalam media *youtube* pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Salatiga.

Dakwah dengan menggunakan media di era milenial sangat di perlukan karena menyampaikan ajaran agama Islam dipandang sangat perlu di kembangkan karena dilihat dari hari ke hari agama Islam sudah banyak di tinggalkan dari segi ibadah dan dalam mengamalkan ajaran agama Islam. Dalam judul skripsi ini, terdapat beberapa cara penyampaian metode dakwah melalui konten-konten video ceramah yang di dapat dari media *youtube*, mahasiswa prodi komunikasi dan penyiaran Islam yang mendapat bekal ilmu dakwah sebagai ilmu wajib bagi mahasiswa tersebut sehingga dapat memahami secara mendalam tentang dakwah dalam berbagai bidang misalkan jurnalistik, brodcasting dll. Apa yang telah diberikan telah didasarkan pada ilmu dakwah dan komunikasi sehingga mahasiswa dapat mengaplikasikan unsur yang ada pada media dakwah dan dapat mengambil manfaat dari teknologi yang semakin moderen khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga sebagai calon da'i untuk terus menyebarkan kajian Islam dan menyebarkan kebaikan lainnya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yogi Ridho Firdaus dengan skripsi yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama mennggunakan media

sosial *youtube* untuk menyebarkan nilai-nilai Islami yang di kemas dalam konten-konten dakwah. Adapaun perbedaan yang ada pada penelitian Yogi Ridho Firdaus dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah media massanya yang berbeda, penelitian Yogi Ridho Firdaus hanya memanfaatkan media sosial *youtube* untuk menyebarkan konten-konten dakwah sedangkan peneliti menggunakan media sosial *instagram*, *youtube* dan *facebook*.

2. Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomologi Dakwah di Instagram) disusun oleh Imas Mutiawati, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Pada skripsi ini membahas tentang Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomologi Dakwah di Instagram) untuk menggali lebih dalam dan memahami tentang penggunaan serta bentuk dakwah Islam yang dapat dilakukan melalui media sosial *instagram*. Dalam skripsi ini penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Bedasarkan analisis fenomenologi Alfred Schutz diperoleh hasil bahwa *instagram* dapat digunakan untuk berdakwah, banyak mubaligh yang menjadikan akun *instagram* pribadinya dijadikan media dakwah, khususnya di Indonesia hal ini sedang marak. Kemunculan ini dikarenakan beberapa orang telah berpindah dari akun media sosial lama ke *instagram* dan mereka menyukainya *instragam* hal ini disadari oleh para mubaligh bahwa *instragam* merupakan media sosila yang kuat dan luar biasa penggunaanya, model dakwah yang dapat diterapkan di *instragam* adalah melakukan *live* atau siaran langsung dengan fitur yang disiapkan oleh *instagram*, kegiatan ini di sebut *dakwah bil lisan*. Memposting dakwah di akun *story instagram* hal ini

merupakan *dakwah bil hal*, sedangkan bentuk metode dakwah *bil lisan* di *instagram* yaitu menulis konten dakwah melalui fitur *instagram caption*) dan *instagram story*.

Persamaan penelitian yang dilakukan Imas Mutiawati dengan skripsi yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang dakwah di media sosial. Adapun perbedaannya yaitu media yang di gunakan peneliti yang dilakukan oleh Imas Mutiawati adalah melalui *Instagram* sedangkan media yang digunakan oleh peneliti adalah *Instagram, YouTube, Zoom/Google Meet* dan *Facebook*.

C. KERANGKA BERFIKIR

Dakwah adalah mendorong manusia agar berbuat baik sesuai petunjuk, menyeru kepada manusia berbuat kebaikan dan melarang berbuat kemungkarannya agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Hal tersebut akan tercapai ketika memperhatikan unsur dakwah. Salah satu kompetensi juru dakwah adalah memiliki pengetahuan yang luas dalam penerapan dakwah, perlu adanya pendekatan yang tepat sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat dengan metode-metode yang telah dilakukan. Tujuan dakwah di tinjau dari objeknya mencakup beberapa lapisan masyarakat yaitu remaja, anak-anak, lansia dan orang tua. Berstatus lebih tinggi para *da'i* harus mempunyai pengetahuan yang lebih luas dan memiliki pengetahuan ilmu agama, sosial dan pendidikan.

Pesan atau materi yang disampaikan menjadi unsur penting dalam berdakwah, dengan menggabungkan metode yang sesuai pemahaman *mad'u*, maka dakwah akan mudah di terima dan berhasil mengenai hati *mad'u*. Dengan berdakwah ditengah pandemi mahasiswa KKN-IK dengan memanfaatkan media sosial memiliki beberapa metode dalam penyampaian materi dakwah sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan.

KERANGKA BERFIKIR

