

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Deskripsi Pustaka

#### 1. Dakwah

##### a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, “*Da’wa*” diartikan panggilan, ajakan dan seruan. Bentuk perkataan yang disebutkan di atas dalam Bahasa Arab disebut dengan *mashdar*, kemudian bentuk kata kerja (*fi’il*) adalah memanggil, menyeru ataupun mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).<sup>1</sup> Dalam tatarannya, praktik dakwah diperlukan tiga unsur dalam keterlibatannya, yakni penyampaian pesan, informasi yang disampaikan dan penerima pesan.

Dakwah sendiri memiliki pengertian yang luas, sebab istilah dakwah mempunyai berbagai makna, seperti sebagai kegiatan menyampaikan pelajaran agama Islam, seruan berbuat kebaikan dan mencegah perbuatan yang mungkar serta mengabarkan kabar gembira maupun peringatan bagi manusia.<sup>2</sup>

Selanjutnya, dakwah secara terminologi memiliki istilah dakwah yang sangat beragam definisinya, beberapa tokoh mendefinisikan dakwah sebagai berikut:

- 1) Hamza Ya’qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul nya.<sup>3</sup>
- 2) Menurut Muhammad Natsir, dakwah mengandung arti kewajiban arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang muslim dalam *amar ma’ruf nahi mungkar*.
- 3) Syaikh Ali Makhfudz dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai

---

<sup>1</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 1.

<sup>2</sup>M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 17.

<sup>3</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 2.

berikut : dakwah Islam yaitu mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk ataupun hidayah, menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>4</sup>

- 4) Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan di akhirat.

Para ahli menyimpulkan prinsip dan tujuan yang sama, walaupun tetap memiliki sudut pandang yang berbeda. Jika ditarik secara garis besar, dakwah merupakan suatu proses penyampaian informasi *ilahiyah* kepada manusia, dimana dasar dalam penyampaian tersebut adalah mengajak manusia untuk berbuat baik dan mencegah dari perbuatan yang buruk supaya mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Oleh karenanya, menyampaikan risalah dakwah adalah kewajiban setiap umat muslim.

### **b. Ruang Lingkup Dakwah**

Ilmu Dakwah adalah ilmu yang mempelajari tentang menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, yang dimana sebagai objek dakwah, melakukannya dengan berbagai macam pendekatan agar nilai-nilai ajaran Islam dapat diaplikasikan dalam realitas kehidupan, yang bertujuan mendapatkan ridha Allah SWT dan tercapainya kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.<sup>5</sup>

Ilmu dakwah dikategorikan sebagai disiplin ilmu yang mandiri, dikarenakan sudah mencakup beberapa hal, sampai ke tahap *urgent* sebagai sebuah ilmu, sebagai berikut :

---

<sup>4</sup>Ilyas Ismail & Prio HotmaFilsafa, *Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam* (Jakarta : Kencana, 2011), 28.

<sup>5</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 6.

- 1) Adanya tokoh-tokoh yang ahli dibidang Ilmu Dakwah yang dikenal dengan tekun mengembangkannya.
- 2) Adanya penelitian yang cukup intens dan mengembangkan teori-teori dan metode baru dalam Ilmu Dakwah.
- 3) Memiliki akar sejarah yang jelas.<sup>6</sup>

Ilmu dakwah terbagi menjadi dua disiplin ilmu yaitu ilmu dakwah dasar dan ilmu dakwah terapan. Ilmu dakwah dasar berfungsi memberikan pengetahuan tentang dasar-dasar teoritis dan metodologis keahlian dakwah, sedangkan fungsi Ilmu Dakwah Terapan adalah memberikan kemampuan tentang teknis keahlian profesi dakwah Islam.

Disamping itu, ilmu dakwah juga melingkup berbagai macam pembahasan tentang:<sup>7</sup>

- 1) Materi Dakwah, meliputi akidah, syariah dan akhlak
- 2) Subjek Dakwah (*Da'i*), orang yang melaksanakan kegiatan dakwah sebagai pemberi pesan dakwah.
- 3) Objek Dakwah (*Mad'u*) adalah objek atau masyarakat yang diberi ajaran dakwah. Lalu masyarakat diposisikan sebagai objek dakwah heterogen, baik dari sisi pekerjaan, suku maupun budaya dan sebagainya.
- 4) Metode Dakwah (*Thariqah*), yakni strategi yang harus dimiliki oleh *Da'i* dalam menyampaikan pesan dakwahnya.
- 5) Media Dakwah (*Wasilah*), sebagai alat dalam memudahkannya sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*.
- 6) Efek Dakwah, sering juga disebut dengan *feedback*, yaitu efek yang timbul dari masyarakat sebagai hasil dari kegiatan dakwah oleh *da'I* yang

---

<sup>6</sup>Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 13.

<sup>7</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 8-9.

berasal dari materi dakwah, media dakwah dan metode dakwah.<sup>8</sup>

- 7) Tujuan Dakwah, yakni hal yang akan hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Dengan tujuan dakwah *da'i* mempunyai target yang harus di capai selama kegiatan dakwah. Untuk mencapai tujuan ini pemilihan strategi yang tepat menjadi kunci keberhasilan.

### c. Materi Dakwah

Materi dakwah atau *maddah ad da'wah* ialah sesuatu yang disampaikan subjek kepada objek dakwah.<sup>9</sup> Yang semuanya bersumber pada *Al-Qur'an*, Sunah Rasul, hasil *ijtihad* ulama serta sejarah peradaban islam.<sup>10</sup> Dalam istilah komunikasi, biasa disebut dengan istilah *Message*.<sup>11</sup>

Secara keseluruhan, materi dakwah yang disampaikan objek dakwah dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

#### 1) Pesan Akidah

Meliputi Iman kepada Allah Swt. Iman kepada Malaikat, Iman kepada kitab, Iman kepada Rasul, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada *Qadha dan Qadhar*. Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah, dimana di dalam aspek inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia.

Oleh karenanya, hal pertama dalam materi yang akan dijadikan untuk berdakwah ialah masalah akidah atau keimanan.<sup>12</sup> Tetapi dalam masalah akidah tidak hanya berfokus pada masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, seperti perkara *syirik*

<sup>8</sup>M.Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 21-35.

<sup>9</sup>Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 149.

<sup>10</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 13.

<sup>11</sup>Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, 88.

<sup>12</sup>M.Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 24.

(menyekutukan adanya Allah), ingkar dengan Tuhan sang pencipta dan sebagainya.

## 2) Pesan Syariah

Syariat sebagai materi dakwah merupakan hukum dan peraturan yang terdapat pada ajaran Islam, baik itu hukum yang berhubungan antara hamba dan tuhannya maupun yang berhubungan sesama hamba.<sup>13</sup> Syariah asal katanya yaitu jalan lain ke sumber air. Menurut istilah syariah berasal dari kata *syari* yakni berarti jalan yang harus dilalui setiap muslim. Syariah berperan sebagai peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia.

Syariah terbagi dalam dua bidang, yaitu ibadah dan *muamalah*. Ibadah adalah cara manusia berkomunikasi dengan Tuhan, sedangkan *muamalah* adalah ketentuan Allah yang berhubungan langsung dengan kehidupan sosial manusia, seperti jual beli, kepemimpinan, hukum waris, dan lain-lain.<sup>14</sup>

## 3) Pesan Akhlak

Ajaran akhlak atau budi pekerti dalam Islam termasuk ke dalam materi dakwah yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat, meliputi akhlak terhadap Allah Swt, akhlak terhadap makhluk hidup yang meliputi manusia, flora ataupun fauna dan lainnya. Pesan akhlak mengajarkan tentang bagaimana dalam bersikap dan berperilaku yang berbudi pekerti yang luhur dalam berkomunikasi dari hamba kepada tuhannya atau ke sesama hamba.

Islam adalah agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan keyakinan yang kuat dan akhlak yang berbudi pekerti yang luhur maka islam

---

<sup>13</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al Ikhlas, 1983), 60-61

<sup>14</sup>Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*(Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 238-243.

membendung terjadinya degradasi moral. Kata-kata, gamabaran, dan sebagainya sebagai media dalam penyampaian pesan dakwah, dinilai menjadi cara yang tepat untuk keberhasilan dalam proses berdakwah. Dengan harapan dapat memberikan pemahaman, perngertian, perubahan sikap dan perilaku masyarakat sebagai mitra dakwah.

Dakwah yang disampaikan melalui tulisan, maka yang ditulis ialah pesan dakwah, jika menggunakan lisan, maka yang diucapkan oleh *da'i* tersebut itulah pesan dakwah, kemudian melalui suatu perbuatan maka perbuatan baik itu adalah pesan dakwah.<sup>15</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, akhlak dalam islam pada dasarnya mencakup kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi kondisi jiwanya.<sup>16</sup> Akhlak sendiri berkaitan dengan sikap, sifat, dan perilaku dari *mad'u*. Dengan pesan akhlak ini, diharapkan mampu untuk merubah sikap, sifat dan perilaku *mad'u* menjadi lebih baik.

#### d. Unsur-unsur Dakwah

##### 1) *Da'i*

*Da'i* adalah orang yang mengajak kepada orang lain untuk berbuat baik berdasarkan syariat agama Islam yang tercantum dalam *Al-Qur'an* dan *As-Sunnah* baik itu secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku ke arah kondisi baik atau lebih baik.<sup>17</sup>

Dalam praktiknya, *da'i* melaksanakan dakwah menggunakan lisan, tulisan, dan perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi atau lembaga.<sup>18</sup> Pada

<sup>15</sup>Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 272.

<sup>16</sup>Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 27

<sup>17</sup>Samsul Munir Amir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 20.

<sup>18</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 261

dasarnya setiap muslim adalah seorang *da'i*. Namun sebagai gambaran umumnya *da'i* dibedakan menjadi dua, yakni :<sup>19</sup>

- a) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang dewasa, mempunyai kewajiban dakwah. Sesuai dengan perintah "*Sampaikan walau satu ayat*".<sup>20</sup>
- b) Secara khusus adalah mereka yang mempunyai suatu keahlian khusus dalam bidang agama serta menguasai tentang materi dan metode dalam berdakwah, misalnya ulama.

## 2) *Mad'u*

*Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau penerima dakwah yang data berupa perseorangan atau kelompok, bahkan secara keseluruhan. Masyarakat sebagai sasaran dakwah mempunyai keberagaman dari sosial budaya, usia, profesi, jenis kelamin, tingkat sosial, dan pendidikan yang berasal dari daerah, ras, etnis, dan golongan yang berbeda-beda. Muhammad Abduh membaginya menjadi tiga golongan yaitu:<sup>21</sup>

- a) Golongan cerdas cendek, yaitu orang yang mampu untuk berpikir secara kritis dalam menghadapi setiap persoalan dan mampu menangkapnya untuk memperoleh suatu kebenaran
- b) Golongan awam, yaitu orang yang belum mampu menangkap persoalan dan belum mampu untuk mencari kebenaran dengan berpikir secara kritis.
- c) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, yaitu orang senang membahas sesuatu dalam batas-batas tertentu,

---

<sup>19</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 16

<sup>20</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 77.

<sup>21</sup>Munir Muhammad dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 23-24.

namun tidak mampu membahasnya secara mendalam.<sup>22</sup>

### 3) Efek Dakwah

*Atsar* (efek) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah, efek dakwah ini merupakan hasil dari proses dakwah yang dapat dilihat dalam setiap perkataan dan perbuatan masyarakat sebagai mitra dan juga target dakwah. Efek dakwah juga menjadi tolak ukur dalam keberhasilan berdakwah karena dengan melihat sikap dan perilaku masyarakat, *da'i* dapat melihat hasil dari dakwahnya serta dapat menentukan langkah-langkah kedepan untuk menjadikan dakwahnya menjadi lebih baik.

Menurut Jalaludin Rahmat, ada tiga efek dakwah yang terbentuk dari proses dakwah yang dilakukan oleh seorang *da'i*. Efek tersebut adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

- a) Efek *Kognitif*, efek yang berkaitan pada perubahan yang dipahami, diketahui, dan dipersepsi oleh khalayak. Yang berkaitan dengan transmisi keterampilan, pengetahuan, informasi dan kepercayaan.
- b) Efek *Afektif* yakni efek yang berkaitan dengan perubahan pada apa yang disenangi dan dibenci atau dirasakan oleh khalayak yang meliputi segala yang berkaitan dengan nilai, emosi, dan sikap.
- c) Efek *Behavioral* yakni efek yang berkaitan dengan perubahan pada perilaku nyata yang dapat diamati, mengikuti sikap, pola tindakan, kegiatan ataupun kebiasaan berperilaku. Efek ini muncul setelah proses kognitif dan afektif.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 19-20.

<sup>23</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, 456-458.

<sup>24</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 138-142



#### 4) Media Dakwah

Media dakwah atau wasilah dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk membantu tercapainya tujuan dakwah yang ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tentang situasi dan sebagainya. Media dakwah<sup>25</sup> termasuk salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktifitas dakwah. Karena dengan media atau asilah dakwah yang baik dapat membantu dalam kelancaran selama proses dakwah. Meskipun dengan metode dan materi dakwah yang baik tapi menggunakan media dakwah yang kurang baik maka dapat mengurangi efektifitas dalam berdakwah.

Banyak alat yang bisa dijadikan sebagai media dakwah, yang terpenting alat komunikasi tersebut bisa digunakan secara bijak dan tidak mengandung unsur yang menyimpang dari agama Islam. Dalam Ilmu Komunikasi, media juga dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu media terucap, media tertulis dan media dengar pandang.<sup>26</sup>

Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat digunakan sebagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yakni lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.<sup>27</sup>

- a) Lisan, yaitu dakwah dimana seorang *da'i* menyampaikan ajakan dakwahnya kepada *mad'u* secara langsung melalui perkataan. Dakwah ini meliputi ceramah, kuliah, seminar, khutbah, diskusi, nasehat dan musyawarah. Salah satu media dakwah yang paling sederhana dengan memakai suara.

---

<sup>25</sup>Nurul Badruttamam, *Dakwah Kolaboratif Tarmizi Taher* (Jakarta : Grafindo, 2005), 157.

<sup>26</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 406.

<sup>27</sup>Muhammad Munir dan Wahyu Ilham, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), 22.

- b) Tulisan, yaitu dakwah yang dilakukan melalui media tulisan. Meliputi buku, majalah, surat kabar, selebaran, risalah, buletin, spanduk, dan penemuan tertulis.
  - c) Lukisan, gambar, karikatur dll.
  - d) Audio Visual, yaitu media yang digunakan untuk berdakwah dimana media ini dapat mendampirkan suara dan gambar yang dapat didengar dan dilihat seperti televisi,<sup>28</sup> internet, sandiwara, wayang, dan lain-lain.
  - e) Akhlak, yaitu bentuk penyampaian pesan dakwah melalui contoh dan bentuk perbuatannya seperti silaturahmi, menjenguk orang sakit dan lain-lain.
- 5) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah suatu cara yang digunakan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan dalam berdakwah. Dalam hal ini metode dakwah harus disesuaikan dengan karakteristik *mad'u* karena dengan pemilihan metode yang tepat pesan yang dakwah yang disampaikan juga akan sesuai sasaran.<sup>29</sup>

Ada beberapa metode dalam berdakwah yang biasanya digunakan oleh para *da'i*. Metode tersebut seperti:<sup>30</sup>

- a) Dakwah *Bil Hikmah*

Metode dakwah *Bil-hikmah* merupakan metode yang digunakan oleh seorang *da'i* dalam menjelaskan ajaran Islam serta realitas yang ada dengan argumen yang logis dan bahasa yang komunikatif dengan kasih sayang. Sehingga *al-hikmah* merupakan suatu sistem yang menyatukan antara kemampuan teoritis dan praktis dalam berdakwah.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup>Hasanudin, *Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum Dalam Berdakwah Di Indonesia* (Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya, 1996), 43

<sup>29</sup>Wahyu Ilahi dkk. *Metode Dakwah*, 7.

<sup>30</sup>Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, 244-253.

<sup>31</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 244-247.

b) Dakwah *BilLisan/ Al-Mau`idza Al-Hasanah*

Menurut Abd. Hamid al-Bilali *al-Mau`idzah al-Hasanah* merupakan salah satu metode dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan memberikan nasihat dan membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.

*Mau`idzah hasanah* dapatlah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pesan-pesan positif, kisah-kisah, peringatan, yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapat kebahagiaan dan keselamatan di dunia dan di akhirat kelak. *Mau`idzatul hasanah*, akan mengandung arti kata-kata yang masuk jalan dari hati ke hati dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak mengumbar kesalahan orang lain, sebab dengan perkataan dan ucapan yang lemah lembut seringkali bisa meluluhkan hati sehingga *mad'u* dapat menerima pesan dakwah dengan kasih sayang pula, dengan begitu akan melahirkan kebaikan dari pada larangan dan ancaman.<sup>32</sup>

c) *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*

*Al-Mujadalah* adalah metode dakwah dengan bertukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang dilakukan dengan cara yang baik dan penuh sopan santun tanpa adanya suasana yang dapat melahirkan permusuhan di antara keduanya. Sedangkan menurut Dr. Sayyid Muhammad Thantawi ialah, suatu upaya yang bertujuan untuk mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat. Antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat

---

<sup>32</sup>Wahyu Ilahi, dkk. *Metode Dakwah*, 15-17.

mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.<sup>33</sup>

#### e. Tujuan Dakwah

Dalam proses berdakwah, tujuan adalah merupakan salah satu faktor yang paling penting dan sentral. Dengan adanya tujuan kegiatan dakwah dapat terlaksana. Tujuan menjadi kunci dalam setiap kegiatan dakwah, untuk apa dakwah itu dilakukan sehingga dalam prosesnya tujuan menjadi target yang harus dicapai oleh seorang *da'I* sebelum melaksanakan kegiatan dakwah.<sup>34</sup>

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar sesuai dengan syariat agama Islam dan diridhoi Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat. Secara khusus tujuan dakwah yaitu :

*Pertama*, merubah pola pikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup yang sesungguhnya.

*Kedua*, menjalankan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam.

*Ketiga*, wujud dari internalisasi ajaran Islam, seorang muslim memiliki kemauan untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

*Keempat*, meningkatkan persaudaraan dan persatuan di kalangan muslim dan non-muslim.

*Kelima*, peningkatan hubungan yang harmonis dan saling menghargai antar anggota kelompok atau masyarakat.

*Keenam*, penguatan struktur sosial dan kelembagaan yang berbasiskan pada nilai-nilai Islam.

---

<sup>33</sup>Wahyu Ilahi dkk. *Metode Dakwah*, 17-19.

<sup>34</sup>Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 4.

*Ketujuh*, membangun kepedulian dan tanggung jawab sosial dalam membangun kesejahteraan umat manusia.<sup>35</sup>

Dalam Islam, dakwah mempunyai fungsi untuk mengesakan Tuhan Pencipta Alam Semesta yaitu dengan memberikan penjelasan, pengertian, dan pemahaman kepada umat Islam agar menyembah kepada Allah SWT. Selain menganjurkan kepada umatnya untuk berdakwah, nabi Muhammad SAW juga mengajarkan untuk selalu berperilaku baik kepada siapa saja.

Fungsi lain yaitu untuk menegakkan kebaikan dan mencegah kemunkaran. Dengan memperhatikan aturan-aturan yang diajarkan oleh agama Islam yang berlandaskan pada *Al-Qur'an* dan *Al-Hadits*. Sebagai salah satu kewajiban umat Islam dakwah menjadi salah satu ibadah baik sebagai pelaku dakwah atau penerima dakwah.

## f. Strategi Dakwah

### 1) Pengertian Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunan-Romawi sampai masa awal industrialisasi.<sup>36</sup>

Strategi ini juga dapat diartikan sebagai cara atau rencana yang digunakan oleh seseorang untuk mencapai tujuannya. Dengan mengamati berbagai aspek keadaan sekitar untuk membuat suatu perencanaan dan keputusan guna mendapat apa yang diinginkan dengan meningkatkan tingkat

---

<sup>35</sup>Abdul Basit. *Filsafat Dakwah*, 50-54.

<sup>36</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 22

keberhasilan dan upaya mewujudkan tujuan atau keinginan tersebut.

Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, salah satunya adalah dalam bidang komunikasi dan dakwah. Hal ini penting karena dakwah membutuhkan perencanaan yang tepat dalam mencapai tujuan dakwah yaitu mengajak masyarakat untuk menjadi baik dan lebih baik.

## 2) Bentuk-bentuk Strategi Dakwah

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah dalam tiga bentuk yang berbeda, yakni

### a) Strategi Sentimental

Strategi Sentimental adalah strategi dakwah yang pada perasaan yang dapat menggerakkan hati dari mitra dakwah dengan memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan dan penuh kasih sayang, atau memberikan kepuasan dalam segi pelayanan melalui metode yang dikembangkan dalam strategi ini. Strategi ini cocok digunakan untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan lain sebagainya.

### b) Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah suatu metode dakwah yang berfokus pada aspek akal pikiran dengan cara mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional.

### c) Strategi Indrawi

Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem

dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang di himpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.<sup>37</sup>

## 2. Facebook

### a. Pengertian Facebook

*Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial, dimana jejaring sosial sendiri merupakan suatu *web* dengan pelayanan yang memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk membuat profil, melihat *list* pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut.<sup>38</sup>

*Facebook* diluncurkan pertama kali pada 4 Februari 2006 oleh seorang mahasiswa Harvard University, Mark Zuckerberg. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Awalnya keanggotaan situs *web* ini terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, namun seiring berjalannya waktu kemudian diperluas ke sejumlah kampus di wilayah Boston (Boston College, Tufts University, Northeastern University, Boston University) dan kampus-kampus lainnya seperti Stanford, Rochester, Northwestern, NYU, dan Ivy League. Kemudian menyusul sejumlah kampus lain di seluruh dunia.

Dengan perkembangan yang sangat pesat, jumlah member serta *account* di *Facebook* pun bertambah banyak. Hal ini menarik perhatian *Friendster* situs jejaring sosial yang lebih dulu mengemuka untuk membeli *facebook*. Dengan

---

<sup>37</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 22

<sup>38</sup>Sartika Kurniali, *Step by Step Facebook*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), 6

mengajukan tawaran 10 juta US Dollar pada pertengahan tahun 2004, tetapi Mark menolaknya. Hal itu tidak disesali oleh Mark, karena ia kemudian mendapat sokongan dana sebesar 12,7 juta US Dollar dari Accel Partner. Setelah banyak tawaran yang datang untuk membeli *Facebook*, tidak hanya dari *Friendster*, tetapi juga datang dari Viacom yang menawarkan harga 750 juta US Dolar, dan Yahoo yang menawarkan 1 milyar US Dollar. Datn tawaran tersebut itu ditampik oleh Mark Zuckerberg.<sup>39</sup>

#### **b. Fungsi Facebook Sebagai Media Sosial**

Tujuan utama situs jejaring sosial ini sendiri dibuat yakni untuk memperluas hubungan sosial. Fasilitas yang diberikan dalam situs jejaring sosial terutama facebook yaitu dapat mempertemukan kita dengan teman lama, keluarga bahkan orang-orang yang sebelumnya tidak kita kenal tanpa harus bertemu langsung dan tidak menganal jarak.

Oleh karena itu *facebook* memiliki banyak fungsi dan bagi masyarakat. Namun jika di pandang dari segi dakwah, *facebook* memiliki fungsi sebagai berikut:

##### a) Sebagai media penyebaran informasi

Sifatnya yang *global* menjadi salah satu keunggulan media jejaring sosial facebook dalam penyebaran informasi. Melalui *facebook* penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat serta dapat menjangkau masyarakat secara luas dengan biaya yang murah. Dalam dakwah, informasi merupakan materi dakwah yang disampaikan oleh *da'i* melalui jejaring soisal *facebook*.

##### b) Sebagai media diskusi

*Group facebook* menjadi wadah untuk melakukan diskusi dalam berbagai bidang antar anggota, group di *facebook* bisa di setting untuk

---

<sup>39</sup>Cindy Jasmine, *Cepat dan Mudah Menguasai Facebook*, (Jakarta: Indonesia Tera, 2009), 2



bersifat terbuka maupun tertutup. Mudahnya akses menjadikan *facebook* sebagai solusi tepat untuk mengefisiensikan waktu. Anggota tidak perlu bertatap muka untuk melakukan diskusi. Cukup dengan mengetik di grub pendapat yang ingin diusulkan dapat tersampaikan.

c) Sebagai media silaturahmi

*Facebook* dapat membangun hubungan silaturahmi antar sesama manusia dalam hal dakwah khususnya sesama umat Islam. *Facebook* digunakan sebagai media komunikasi antar masyarakat yang dapat mempererat tali silaturahmi. Komunikasi tersebut tidak terhalang oleh jarak karena komunikasi tersebut dilakukan di dunia maya.<sup>40</sup> Dengan begitu masyarakat tidak harus bertemu secara langsung untuk hanya sekedar menyapa atau menanyakan kabar kepada teman, kerabat, atau keluarga apabila sedang berada ditempat yang jauh dari mereka.

**c. Strategi Dakwah Melalui *Facebook***

Awal mula penggunaannya, strategi digunakan sebagai cara untuk mengalahkan musuh selama peperangan berlangsung. Tetapi saat ini strategi berkembang untuk semua aspek kegiatan dalam masyarakat seperti organisasi, termasuk keperluan ekonomi, sosial dan budaya, serta agama. Strategi dalam hal ini digunakan sebagai cara atau upaya yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang akan di capai. Nantinya dalam pencapaian tujuan tersebut akan tercipta sebuah perencanaan yang akan dilakukan selama proses kegiatan dalam mencapai tujuan.<sup>41</sup>

Dengan memanfaatkan perkembangan *global connection* dapat dijadikan strategi yang dilakukan dalam kegiatan membangun jaringan dakwah. Sistem

---

<sup>40</sup>Zulfikar Ghazali, *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Masyarakat Virtual*, (Jurnal Al-Muttaqin, Vol 4, No 1, 2017) 89-90

<sup>41</sup>M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: AK Group, 2006), 88

ini adalah salah satu cara lain yang dapat dijadikan sebagai media untuk berdakwah. Ada beberapa aspek keuntungan yang didapatkan dengan memanfaatkan jaringan *internet* (dalam hal ini adalah *Facebook*). Manfaat tersebut antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan lainnya serta dapat menyalurkan dan memberikan informasi dalam waktu yang singkat (aspek sosial), sebagai media untuk berdiskusi tentang perkembangan islam (aspek agama) serta pengembangan Ilmu Pengetahuan Teknologi (aspek ilmu pengetahuan).

Selain hal tersebut *facebook* mempunyai beberapa kelebihan lain diantaranya yaitu bisa digunakan sebagai media update info, update kegiatan, *chatting*, mengirim pesan ke semua teman, mengirim artikel, mencari teman untuk dijadikan anggota *group*. Dengan begitu *facebook* dapat menjadi media yang tepat untuk melaksanakan kegiatan dakwah. Karena setiap aspek yang dapat digunakan sebagai metode dakwah dapat diterapkan di *facebook* dengan kelebihan dapat menjangkau masyarakat secara luas.

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagai rujukan referensi dalam melakukan penelitian, peneliti mengambil contoh dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi dakwah melalui media sosial. Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Misbakhul Khoir “Dakwah Melalui Jejaring Sosial *Facebook* KH. Abdullah Gymnastiar yang (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss)”

Meneliti tentang materi dakwah yang ada di halaman *facebook* K.H. Abdulloh Gymnastiar, penelitian tersebut menggunakan penelitian deskriptif kualitatif sebagai prosedur dalam melakukan penelitian dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian yaitu halaman *facebook* K.H. Abdulloh Gymnastiar. Peneliti menggunakan Teori Efektifitas yang ditulis oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss menyimpulkan bahwa yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan

melalui status dakwah di halaman *facebook* dapat menimbulkan pengertian sama, menimbulkan kesenangan dan mempengaruhi sikap komunikasi agar dapat menimbulkan hubungan yang baik antara komunikator maupun komunikasi.<sup>42</sup>

Ada tiga tema yang diangkat pembahasan yaitu Akidah, Ibadah dan Akhlak kemudian masing-masing tema tersebut dianalisis dengan mengambil beberapa komentar yang ditulis komunikasi. Berdasarkan hal tersebut terdapat kesamaan dalam penelitian yakni meneliti konten halaman *Facebook*, perbedaan penelitian ini terdapat pada objek penelitian, dimana dalam contoh penelitian terdahulu ini meneliti tentang dakwah di halaman *facebook* AA Gym, sedangkan penelitian ini meneliti halaman berita Info Seputar Kudus.

2. Yang kedua yaitu penelitian yang dilakukan Susi Susilawati dengan judul “*Facebook* Sebagai Media Dakwah (Studi Komunikasi *Cybercommunity*) Pada *Fanpage* Dian Pelangi”

. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan Kualitatif deskriptif dengan *Fanpage* Dian Pelangi sebagai objek yang memposting mengenai artikel dan foto busana muslimah (jilbab). Penelitian tersebut menggunakan teori *Pespektif CMC atau Computer Mediated*. Komunikasi ini menekankan bagaimana komputer memediasi komunikasi. Dalam *Pespektif CMC* lebih memfokuskan pada keunikan yang terjadi di dunia maya. Pada teori *pespektif CMC* lebih menjelaskan mengenai cara masyarakat dunia maya dalam *Fanpage* Dian Pelangi yang berkomunikasi di dunia virtual. Komunikasi menggunakan media komputer ini mempunyai beberapa keuntungan atau kelebihan yang tidak ada dalam komunikasi langsung atau tatap muka, diantaranya adalah tidak ada keterbatasan ruang dan waktu, tidak mencerminkan identitas diri sehingga setiap

---

<sup>42</sup>Misbakhul Khoir “*Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook*” KH. Abdullah Gymnastiar yang (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss”, Skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014)

orang bebas berkomunikasi dengan siapapun, dan juga dapat melibatkan jumlah individu yang sangat besar.<sup>43</sup>

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti di media sosial *facebook*. Dan perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih spesifik pada komunikasi *cybercommunity fanpage* Dian Pelangi yang menanggapi postingan tentang busana muslimah (jilbab), sedangkan peneliti sendiri lebih fokus pada halaman *facebook* Info Seputar Kudus, tidak lebih dari itu.

### C. Kerangka Berpikir

Dakwah pada hakikatnya adalah suatu proses mengajak dan membujuk seseorang untuk melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan. Dakwah Islam yang sudah dilaksanakan sejak zaman Rasulullah hingga saat ini sudah menjadi kewajiban umat muslim untuk menyampaikan ajarannya kepada orang disekitarnya, dan pada tingkat lanjutan dakwah disampaikan kepada seluruh umat muslim.

Dalam hal ini, di media sosial pun bisa dijadikan ajang untuk berdakwah di dalamnya, dengan begitu, strategi dakwah tidak hanya dari balik mimbar saja, tetapi dari balik layar pun juga bisa dilakukan. Dengan kemajuan yang semakin pesat, bukan tidak mungkin, sosial media akan tetap menjadi andalan para pendakwah di samping tuntutan yang dihadapi perubahan zaman.

---

<sup>43</sup>Susi Susilawati “*Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Komunikasi Cybercommunity) Pada Fanpage Dian Pelangi*”, Skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015)



### **KERANGKA BERPIKIR 2.1**

Dalam kerangka berikir tersebut dapat dijelaskan bahwa Info Seputar Kudus menggunakan media sosial *facebook* sebagai media dakwah dengan menggunakan strategi dakwah yang nantinya akan memunculkan respon dari masyarakat serta dalam penggunaan strategi tersebut terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat.