

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM AKTIVITAS DAKWAH
(STUDI KASUS MAJELIS SYUBBANUL MUSTHOFA
SUKARAME BANDAR LAMPUNG)**

SKRIPSI

Oleh :

**BELLA SALSABILA
NPM : 1741010018**



Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1443 H/2021 M**

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM AKTIVITAS DAKWAH
(STUDI KASUS MAJELIS SYUBBANUL MUSTHOFA
SUKARAME BANDAR LAMPUNG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

**BELLA SALSABILA
NPM : 1741010018**

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

Pembimbing II : Dr. Fariza Makmun, S. Ag, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1443 H/2021 M**

ABSTRAK

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi kelancaran suatu lembaga, kelancaran suatu lembaga tanpa adanya komunikasi maka lembaga tidak akan berjalan. Komunikasi penting bagi Majelis Syubbanul Musthofa karena komunikasi membuat program Majelis Syubbanul Musthofa dikenal oleh masyarakat. Selain itu Majelis Syubbanul Musthofa yang merupakan bagian dari organisasi masyarakat yang menjalankan perintah Allah untuk mengajak umat Nabi Muhammad agar dapat meningkatkan diri dalam memahami, dan mengamalkan ajaran Islam yang benar menurut syari'at Islam. Oleh karena itu sekarang ini banyak masyarakat yang belum mengenal lebih siapa itu sosok Nabi Muhammad dan di majelis inilah masyarakat dikenalkan kepribadian Rasulullah sehingga dapat melahirkan kecintaan masyarakat kepada Rasulullah.

Keberhasilan sebuah organisasi dalam berdakwah sangat ditentukan oleh strategi yang digunakan. Maka rumusan dari latar belakang masalah adalah: Bagaimana tahapan strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung? Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dakwah Majelis Syubbanul Musthofa?

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Metode penelitian deskriptif merupakan proses pencarian fakta, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Sedangkan tehnik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil temuan pada skripsi ini adalah: Strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung dengan Strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa dimulai dari perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi, Faktor pendukung dakwah Majelis Syubbanul Musthofa yaitu, memiliki pemimpin yang kharismatik, banyaknya donasi dari para jama'ah, Loyalitas dan komitmen pengurus dan anggota untuk menjaga, membangun, dan melestarikan Majelis Syubbanul Mustofa, Kefanatikan para jama'ah terhadap Majelis Rasulullah dan Banyaknya Infokus disetiap pengadaan acara. Serta Faktor Penghambat dakwah Majelis Syubbanul Mustofa antara lain, Kesibukkan anggota Majelis

Syubbanul Musthofa, Kurangnya Kepercayaan Orang Tua dan secara keuangan tidak didukung oleh pemerintah.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Dan Aktivitas Dakwah



ABSTRAK

Communication is very important for the smooth running of an institution, the smooth running of an institution without communication, the institution will not run. Communication is important for the Syubbanul Musthofa Assembly because communication makes the Syubbanul Musthofa Assembly program known to the public. In addition, the Syubbanul Musthofa Assembly which is part of a community organization that carries out Allah's commands to invite the people of the Prophet Muhammad to improve themselves in understanding and practicing the true teachings of Islam according to Islamic law. Therefore, nowadays many people do not know more about who the figure of the Prophet Muhammad is and in this assembly the community is introduced to the personality of the Prophet so that it can give birth to people's love for the Prophet.

The success of an organization in preaching is largely determined by the strategy used. So the formulation of the background of the problem is: What are the stages of the communication strategy in the da'wah activity of the Syubbanul Musthofa Assembly in Sukarame, Bandar Lampung? What are the factors that support and hinder the da'wah of the Syubbanul Musthof

In this thesis research, the author uses descriptive qualitative research methods, namely by understanding the phenomena about what is experienced by the research subjects such as behavior, perception, motivation, and action. Descriptive research method is a systematic, factual, and accurate fact-finding process, picture or painting regarding the properties and relationships between the phenomena studied. While the data collection techniques using observation, interviews, and documentation.

The findings in this thesis are: The communication strategy in the da'wah activity of the Syubbanul Musthofa Assembly in Sukarame Bandar Lampung with the communication strategy in the da'wah activity of the Syubbanul Musthofa Assembly starting from strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation. the charismatic, the many donations from the congregation, the loyalty and commitment of the management and members to maintain, build, and preserve the Syubbanul Mustofa Assembly, the fanaticism of the congregation towards the Prophet's Assembly and the number of Infocus in every event procurement. As well as the factors that hinder the da'wah of the Syubbanul Mustofa Assembly, among others, the busyness of the members of the

Syubbanul Musthofa Assembly, the lack of parental trust and financially not supported by the government.

Keywords: Communication Strategy and Da'wah Activities



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : BELLA SALSABILA

NPM : 1741010018

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah (Studi Kasus Majelis Syubbanul Musthofa Sukarame Bandar Lampung)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali sebagian yang telah dirujuk dalam perpustakaan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 20 Oktober 2021

Penulis



BELLA SALSABILA

NPM. 1741010018



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah
(Studi Kasus Majelis Syubbanul Musthofa Di
Sukarame Bandar Lampung)**
Nama : BELLA SALSABILA
NPM : 1741010018
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

**Untuk Disidangkan Dan Dipertahankan Dalam Sidang Munaqasyah
Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si

Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Sos.I

NIP. 190104091990031002

NIP. 197312091997032003

Mengetahui

Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si

NIP. 197209291998031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**


Alamat: Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp.(0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DALAM AKTIVITAS DAKWAH (STUDI KASUS MAJELIS SYUBBANUL MUSTHOFA DI SUKARAME BANDAR LAMPUNG)”** Disusun oleh: **BELLA SALSABILA, NPM: 1741010018**, program studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Telah Diujikan Dalam Sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Rabu/ 05 Januari 2022.**

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S. Sos, M.Sos.I 

Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd 

Penguji I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag 

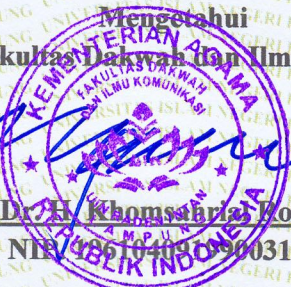
Penguji II : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si 

Penguji III : Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Sos.I 

**Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si 

NIP. 1951104001900031002



MOTTO

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ

الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah”

(Qs.Al-Ahzab 33: 21)



PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana. Meskipun masih jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai di titik ini, yang akhirnya skripsi ini dapat selesai diwaktu yang tepat.

Sebagai salah satu tanda kasih sayang, saya persembahkan karya tulis sederhana ini kepada:

1. Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak Muhammad Burhanto dan Ibu Siti Maisyaroh sebagai motivator terbesar untuk penulis, yang telah memberikan kasih sayangnya serta do'a yang tulus dan selalu memberikan nasihat, yang tak pernah mengenal kata lelah berjuang untuk memberikan yang terbaik kepada anak-anaknya.
2. Kakak Barati Khairunisa dan Adiku Tersayang Jihan Nayla Mazidah yang selalu menunjukkan perhatiannya dan memberikan dukungan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan dukungannya serta hal positif lainnya yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Bella Salsabila, lahir di Kota Bandar Lampung pada tanggal 28 Februari 2000. Anak ke dua dari tiga bersaudara, pasangan suami istri Bapak Muhammad Burhanto dan Ibu Siti Maisyaroh.

Pendidikan dimulai di Taman Kanak-kanak (TK) Al-Hikmah Bandar Lampung dan melanjutkan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 01 Wayhuwi, Kecamatan Jati Agung, Lampung Selatan dan Lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Madrasah Tsanawiyah (MTS) Al-Hikmah, Bandar Lampung dan Lulus pada Tahun 2014, dan melanjutkan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 01 Bandar Lampung dan Lulus pada tahun 2017.

Pengalaman organisasi penulis pernah mengikuti kegiatan pramuka di SD, MTS, seni tari di MAN 1 Bandar Lampung. Kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan study di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. beberapa kegiatan UKM Ekstra dan UKM Intra serta beberapa kegiatan pendukung lainnya.

Bandar Lampung, 20 Oktober 2021

BELLA SALSABILA
NPM.1741010018

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT yang telah menurunkan syari'at Islam sebagai jalan atau tuntunan hamba-Nya agar hidup bahagia lahir dan batin dunia maupun akhirat, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW dalam menjalankan syari'at Islam sebagai pedoman hidup di dunia maupun akhirat.

Berkat limpahan dan rahmat-Nya penyusun mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah (studi Khusus Majelis Syubbanul Mustofa Sukarame Bandar Lampung)”.

Dalam penulisan skripsi ini, tentu saja tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang telah memberikan masukan dan dorongan baik secara spiritual maupun materil. Oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syarifuddin, S.Ag, M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta memberikan ilmu dan solusi dalam setiap kesulitan dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
5. Guru saya Al Habib Kamal Shahab dan selaku pembina Majelis Syubbanul Musthofa Sukarame Bandar Lampung yang telah memberi izin
6. Khususnya untuk ayah, ibu, kakak dan adik serta saudara yang senantiasa memberikan motivasi, semangat dan dukungan

sehingga penulis mampu bangkit dan berjuang kembali dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Subehi Andrian yang selalu memberikan semangat setiap hari dan bantuannya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabatku Hudriyah Nur'aini, Della Octaviani dan Ega Lestari yang selalu memberikan support untuk tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Teman kelas KPI A angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang saling memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan Ilmu Pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Bandar Lampung, 20 Oktober 2021

BELLA SALSABILA
NPM. 1741010018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
F. Metode Penelitian.....	10
G. Metode Pengumpulan Data	13
H. Sistematik Pembahasan	17

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAN AKTIVITAS DAKWAH

A. Strategi Komunikasi	19	
1. Pengertian Strategi Komunikasi	19	
2. Tahapan-Tahapan Strategi	22	
3. Unsur-Unsur Komunikasi	23	
4. Fungsi Strategi Komunikasi	25	
5. Komunikasi Dua Arah.....	26	
6. Macam-Macam Strategi Komunikasi	27	
7. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi		31
B. Aktivitas Dakwah	32	
1. Pengertian Aktivitas Dakwah	32	
2. Macam-Macam Aktivitas Dakwah	33	
3. Bentuk Aktivitas Dakwah.....	35	
4. Definisi Dakwah.....	36	
5. Dasar Hukum Dakwah.....	38	
6. Unsur-Unsur Dakwah	41	
C. Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah....	49	

- D. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah51

BAB III GAMBARAN UMUM MAJELIS SYUBBANUL MUSTHOFA BANDAR LAMPUNG

- A. Profil Majelis Syubbanul Musthofa.....55
1. Sejarah BerMajelis Syubbanul Musthofa55
 2. Visi, Misi dan Tujuan Majelis Syubbanul Musthofa.....56
 3. Stuktur Kepengurusan Majelis Syubbanul Musthofa.....57
 4. Program Kegiatan Majelis Syubbanul Musthofa 59
 5. Sarana dan Prasarana Majelis Syubbanul Musthofa.....61
- B. Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Syubbanul Musthofa..... 62
- C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Syubbanul Musthofa..... 72

BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI DALAM AKTIVITAS DAKWAH (STUDI KASUS MAJELIS SYUBBANUL MUSTHOFA SUKARAME BANDAR LAMPUNG)

- A. Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Syubbanul Musthofa..... 77
- B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Syubbanul Musthofa..... 79

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 81
- B. Saran..... 82

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Anggota Majelis Syubbanul Musthofa.....	58
---	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka secara singkat akan dijabarkan beberapa kata terkait dengan maksud judul skripsi ini. Penelitian yang akan penulis teliti yaitu “Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah (Studi Kasus Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung)”. Terlebih dahulu akan diuraikan pengertian masing-masing istilah sebagai batasan dalam pembahasan skripsi selanjutnya.

Strategi adalah cara yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif pada organisasi tersebut secara jangka panjang.¹

Menurut William.J.Stanto strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk menentukan cara mengaplikasikan suatu program yang telah disusun sebelumnya secara stuktur guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu perusahaan atau organisasi.²

Strategi menurut penulis adalah cara didalam melakukan aktivitas dakwah untuk merubah situasi dari yang buruk pada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT dengan di sertai kesadaran dan tanggung jawab yang baik terhadap dirinya sendiri, orang lain dan terhadap Allah SWT.

Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Frase dua orang atau lebih perlu ditekankan, karena sebagai literatur menyebut istilah komunikasi interpersonal, yakni komunikasi dengan diri sendiri.³

¹Irham Fahmi, Manajemen Strategi (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 2

² Ismail Solihin, Pengantar Manajemen (Bandung: Erlangga, 2009). H. 71

³ Dedy Maulana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Jakarta: 2005), h. 62

Komunikasi menurut penulis adalah komunikasi antara Da'i dan jama'ah dengan melalui cara memberikan nasehat, motivasi dan arahan yang baik agar bias dilakukan dan di praktikan didalam kehidupan sehari-hari.

Dalam garis besarnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahami.

Aktivitas adalah sejumlah kegiatan atau kesibukan yang dilakukan oleh seseorang pada kehidupan sehari-hari baik dilingkungan keluarga, kampus, maupun di lingkungan masyarakat banyak.

Aktifitas menurut penulis adalah suatu kegiatan yang dilakukan di dalam majelis guna untuk mendapatkan ilmu-ilmu agama yang bisa kita praktikan di kehidupan sehari-hari.

Teori atau oprasional adalah strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah majelis syubbanul musthofa dalam kegiatan rutinan majelis yang di lakukan pada saat pengajian kitab dan juga pembacaan kitab maulid simtuddurror adalah merupakan salah satu wadah untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT dan menjalankan sunnah-sunnah Rasulullah SAW dengan cara bershollowat agar mendapatkan syafaat.

Dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, segolongan umat Islam sebagai aktualisasi imaniah yang dimanifastasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, do'a, yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem dan teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fitra seseorang, keluarga, kelompok, massa dan masyarakat manusia, supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁴

⁴ H. Munzier Suparta, *Metode Dakwah* (Bandung: Prenada Media 2009), h. 43

Dakwah menurut penulis adalah kegiatan mejelis yang dilakukan pada saat selesainya pembacaan kitab Maulid Simtudurror di lanjutkan dengan ceramah atau berdakwah yang disampaikan oleh Al Habib Kamal Bin Thohir Syahab yang bertujuan untuk memberikn arahnya dan bimbingan kepada santri-santrinya dan ke pada jama'ahnya.

Majelis Syubbanul Musthofa adalah majelis yang berada di Jalan Wiratama No.9 Kecamatan Sukarame Bandar Lampung yang di Pimpin oleh Al Habib Kamal Bin Thohir Syahab. Merupakan wadah bagi seluruh masyarakat terutama untuk remaja dalam mempelajari ilmu pengetahuan tentang agama islam serta berperilaku dengan baik sesuai dengan ajaran yang telah ditentukan oleh Allah dan Rasulullah SAW, karena itu Majelis ini sangat berperan penting untuk masa depannya kelak.

Berdasarka penegasan-penegasan tersebut, yang dimaksud judul skripsi “Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah (Studi Kasus Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung)”. Adalah membahas tentang cara strategi komunikasi yang dilakukan oleh Da’i dengan mad’u dalam kegiatan pengajian majelis Syubbanul Musthofa di dalam aktivitas dakwahnya.

B. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah yang terus berkembang sesuai dengan dinamika dan perkembangan zaman. Dakwah adalah suatu proses usaha yang tidak pernah mengenal istilah istirahat dan selesai. Selama manusia masih hidup di dunia dengan beraneka ragam permasalahannya selama itupulalah proses mutlak dakwah diperlukan. Dalam ajaran Islam dakwah merupakan suatu kewajiban yang dibebankan agama kepada pemeluknya. Dengan demikian, dakwah bukanlah semata mata timbul dari pribumi atau golongan, walaupun aktifitas ini

dikhususkan pada satu golongan atau individu (thaifah) yang melaksanakannya.⁵

Dakwah Islam memerlukan sebuah peran atau strategi baru yang mampu mengantisipasi perubahan zaman yang semakin dinamis. Oleh sebab itu dalam rekayasa peradaban Islam sekarang ini guna menyongsong kebangkitan ummat di zaman modern diperlukan formasi strategi yang tepat. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual.⁶ Aktual dalam arti memecahkan masalah terkini (kontemporer) yang sedang hangat di tengah-tengah masyarakat. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Hal ini mengacu pada firman Allah SWT dalam surah An-Nahl ayat 125 sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan mu 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).

Islam sebagai agama dakwah menuntut umatnya agar selalu menyampaikan dakwah, karena kegiatan ini merupakan aktifitas yang tidak pernah usai selama kehidupan dunia masih

⁵ M. Qurais Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: mizan, 1994), Cet. VI, h. 194

⁶ Asmuni Syukri, *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.33

berlangsung dan masih akan terus melekat dalam situasi dan kondisi apapun untuk coraknya.⁷

Islam menjauhkan umat dari kedengkian, bentrokan antar suku dan bangsa. Perselisihan dan permusuhan antar sesama muslim merupakan sikap perpecahan dan kerugian, maka adalah suatu kewajiban bagi generasi penerus untuk membangkitkan rasa persatuan dan persaudaraan.⁸ Islam adalah agama yang memandang setiap pemeluknya sebagai da'ibagi dirinya sendiri dan orang lain.

Strategi Dai dalam membina remaja tidak kalah pentingnya dengan orang tua, karena dari merekalah dapat menyerap pemahaman tentang akhlakul karimah dalam islam sebagai bekal melaksanakan kehidupan bermasyarakat. Maka dari itu peran Dai-Dai sangat diharapkan kesungguhannya, semangatnya, kesabarannya dan keridhoannya dalam menyampaikan ilmu dan dakwahnya sebagai bentuk pembinaan remaja muslim.⁹

Pada Dai-Dai diharapkan mampu memberikan contoh atau teladan dalam perilaku sehari-hari sehingga bisa menjadi contoh dan panutan bagi para remaja muslim. Dai-Dai diharapkan tidak pasif menunggu jika ada remaja yang ingin mengaji, akan tetapi harus dapat aktif mengajak para remaja untuk giat mengaji.

Dai-daiyah diharapkan selalu aktif berdakwah dengan selalu mengangkat dalil-dalil dalam Al-quran dan Al-hadist untuk meningkatkan kualitas agama mereka.¹⁰

Begitu banyak atau menjamurnya kegiatan kegiatan dakwah yang ada di masyarakat serta lembaga-lembaga dakwah formal maupun non formal, akan tetapi masih banyaknya para remaja yang melakukan penyimpangan moral serta kurang optimalnya pengawasan orangtua dan pengawasan diri seperti banyak ditemukan remaja menghabiskan waktunya untuk

⁷ Abdi Kurnia Djohan, *Pedoman Dakwah*, (Jakarta: Wahid 2009), h. 78

⁸ Abdi kurnia Djohan, *Pedoman Dakwah*, (Jakarta: Wahid 2009), h. 78

⁹ Endang Risnawati, 2018. "*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6Fm Nugraha Lampung pada program siraman rohani*".

¹⁰ *Ibid*, h. 124

melakukan hal yang tidak bermanfaat seperti, narkoba, minuman keras (khamar) dan, berjudi. Pengaruh negatif dari perkembangan teknologi dan budaya yang dapat merusak sendi-sendi kehidupan mereka yang akan berdampak bagi kelangsungan kehidupan beragama bagi remaja dan masyarakat sekitarnya. Karena kita ketahui remaja adalah gambaran untuk hari esok dan remaja sebagai generasi penerus yang merupakan aset bangsa ini dan harus berlandaskan iman, ilmu dan akhlak yang baik.¹¹

Strategi merupakan suatu perencanaan atau keputusan manajerial yang strategis untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi tertentu. Dalam konteks dakwah, strategi juga sangat dibutuhkan terutama dalam organisasi Majelis Syubbanul Musthofa yang merupakan bagian dari organisasi masyarakat.

Majelis Syubbanul Musthofa dalam aktivitas dakwah ini berawal ketika Habib Kamal Bin Thohir Syahab lulus dari Universitas Lampung Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Sejarah. Lalu ia membuka TPA untuk anak-anak agar bisa mengajar yang awalnya murid hanya ada beberapa orang saja dan akhirnya semakin tahun semakin bertambah banyak dan pada akhirnya Al Habib Kamal Bin Thohir Bin Syahab membangun Majelis Syubbanul Musthofa Untuk para Remaja Agar Bisa mendapatkan Ilmu agama lalu ia berdakwah dengan mengajak orang bertaubat dan mencintai Nabi SAW yang dengan itu ummat ini akan pula mencintai sunnahnya dan menjadikan Rasul SAW sebagai idola.¹²

Al Habib Kamal Bin Thohir Syahab juga senantiasa mengingatkan agar tidak sampai putus aktifitas untuk mencari ridhanya Allah SWT dan rasa cinta Rasulullah SAW walaupun

¹¹ Indra Indah Puspita, 2011. *“Strategi Dakwah Generasi Muda Masjid Al-Hikmah (GEMA) Dalam meningkatkan Nilai-nilai Keislaman Para pemuda Di kampung Arema Cimanggis Depok”*.

¹² Al Habib Kamal Bin Thohir Syahab, *Wawancara dengan Penulis*, Bandar Lampung, 27 Desember 2019

majelis syubbanul musthofa tidak ada sosok seorang guru seperti Habib Kamal Bin Thohir Syahab.

Habib Kamal Bin Thohir Syahab da'i yang menjalankan dakwahnya di Lampung Habib Kamal Bin Thohir Syahab selain sebagai da'i beliau juga pimpinan dari Majelis Syubbanul Musthofa, yang merupakan mejelis yang sudah cukup terkenal di Lampung. Mejelis ini berdiri pada tahun 2010 Majelis yang awalnya hanya ada beberapa jama'ah, kini jama'ah Majelis Syubbanul Musthofa telah mencapai ratusan.¹³

Majelis Syubbanul Musthofa ini telah banyak diketahui umat islam di seluruh Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa Habib Kamal Bin Thohir Bin Syahab berdakwah tidak hanya di Bandar Lampung saja atau di perkotaan, akan tetapi dakwahnya telah menyebar ke seluruh Lampung sampai ke perdesaan, sudah tentu di perlukan strategi-strategi untuk menjalankannya agar berhasil dalam penyebaran dakwahnya.

Berdasarkan data lapangan strategi komunikasi kegiatan mejelis Syubbanul Musthofa: a). 1 Minggu 1x pengajian Kitab Fiqih Jum'at /19:00 Ba'da Isya b). 2 Minggu 1x pembacaan Kitab Maulid Simtudurror Sabtu/19:30 Ba'da Isya¹⁴

Majelis Syubbanul Musthofa yang memiliki banyak jama'ah baik dari kalangan orangtua maupun remaja, namun paling banyak di dominasikan oleh karangan remaja. Dominasi ini dikalangan remaja yang haus akan nilai-nilai islam, rasa pensaran mereka terhadap nilai-nilai islam yang luhur dan rasa keinginan tahu mereka terhadap Nabi Muhammad SAW, yang sering di tanamkan oleh Al Habib Kamal Bin Thohir Syahab dalam setiap ceramahnya.¹⁵

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengetahui strategi Dakwah Majelis Syubbanul Musthofa dalam mencetak Da'i-Da'i muda dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul "Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah (Studi

¹³ www.Majelissyubbanulmusthofa.com

¹⁴ Dokumentasi Dicatat Tanggal 02 Oktober 2020

¹⁵ Observasi Di Majelis Syubbanul Musthofa pada tanggal 02 Oktober 2020

Kasus Majelis Syubbanul Musthofa Di Sukarame Bandar Lampung)”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas, maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tahapan strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung?
2. Faktor pendukung dan menghambat strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung
 - b. Untuk mengetahui apasaja faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung
1. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan ini dapat dilihat dari dua aspek, yakni:

- a. Segi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khazanah ilmu pengetahuan kepada mahasiswa/I terutama jurusan Kominikasi Penyiaran Islam agar dapat mengetahui Strategi Komunikasi Dalam Aktifitas Dakwah Majelis Syubbanul Musthofa Di Sukarame Bandar Lampung.

b. Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan dan pedoman kepada lembaga majelis ta'lim yang ada, khususnya Majelis Syubbanul Musthofa yakni mengenai strategi komunikasi dalam aktifitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa dalam masyarakat.

E. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan tinjauan pustaka terhadap beberapa skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi itu antara lain:

1. Strategi Dakwah Generasi Muda Masjid Al-Hikmah (GEMA) Dalam Meningkatkan Nilai-nilai Keislaman Para Pemuda Di Kampung Arema Cimanggis Depok, Oleh: Indra Dita Puspito 107051002572 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011. Dalam skripsi ini penulis menjelaskan tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh Generasi Muda Masjid al-Hikmah.
2. Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 Fm La Nugraha Lampung pada program siraman rohani, Oleh: Endang Rismawanti 1441010246 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018. Dalam Skripsi ini penulis menjelaskan tentang strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 Fm La Anugraha Lampung pada Program siraman Rohani.
3. Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf Di Masjid Al-Hasanah Di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan, Oleh: Topan Samboja 1541010193 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2019. Dalam Skripsi ini penulis menjelaskan tentang strategi Komunikasi Dakwah Kepada muallaf di

masjid Al-Hasanah Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.

Berdasarkan skripsi diatas ini berbeda dengan isi skripsi yang penulis teliti, penulis mengambil judul skripsi “Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah (Studi Kasus Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung)” Skripsi ini membahas bagaimana Strategi Komunikasi dalam akhtivitas dakwah dan apa faktor pendukung dan penghambatnya pada Majelis Syubbanul Musthofa Sukarame Bandar Lampung.

F. Metode Penelitian

1. Populasi dan Sempel

a. Populasi

Populasi adalah obyek penelitian atau obyek yang diteliti, sedangkan sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi ini disebut subyek penelitian.¹⁶ Dalam arti lain populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti.¹⁷ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Crew atau Anggota Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung yaitu sebanyak 30 orang anggota dan seluruh Jama'ah Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung sebanyak 300 orang jama'ah yang terdiri dari jama'ah Ikhwan dan jama'ah Akhwat, akan tetapi yang menjadi subyek populasi penelitian Majelis Syubbanul Musthofa adalah Pembina Crew\Anggot dan Jama'ah Jadi populasi keseluruhan dalam majelis syubbanul musthofa berjumlah 330 orang.

¹⁶Notoatmomodjo. S, *Metodologi Penlitian Kesehatan*.(Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 89.

¹⁷Bambang Prasetyo, *MetodePeneelitan kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada Cet V, 2010), h. 119.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁸ Dapat dikatakan juga bahwa sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti.¹⁹ Dalam arti lain, sampel adalah sebagian individu yang diselidiki.

Dari populasi yang diteliti, agar lebih spesifik perlu adanya pemilihan khusus objek yang akan diteliti. Sehingga diperlukan adanya teknik sampling (cara yang digunakan untuk mengambil sampel)²⁰. Peneliti menggunakan Teknik Snowball Sampling adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan melalui gambar sociogram berupa gambar lingkaran-lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap Lingkaran mewakili satu respon dan atau kasus, dan garis-garis Menunjukkan hubungan antar responden atau antar kasus (Neuman, 2003).

Snowball sampling merupakan salah satu metode dalam pengambilan sample dari suatu populasi. Dimana snowball sampling ini adalah termasuk dalam teknik non-probability sampling (sample dengan probabilitas yang tidak sama). Untuk metode pengambilan sample seperti ini khusus digunakan untuk data-data yang bersifat komunitas dari subjektif responden/sample, atau dengan kata lain obyek sample yang kita inginkan sangat langka dan bersifat mengelompok pada suatu Himpunan. Dengan kata lain snowball sampling metode pengambilan sampel dengan secara berantai (multi level).

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 80.

¹⁹ Kontur Ronny, *metode penelitian*, (Jakarta: Buana Printing, Cet II 2009) h. 174

²⁰ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1973) h. 75

Dalam hal ini penulis mendapatkan sample sebanyak 9 orang sample yakni yang terdiri dari pembina Majelis Alhabib Kamal bin Thohir Syahab 5 orang Crew Anggota dan 3 orang Jama'ah yang diambil secara acak dari pengurus, anggota maupun jama'ah

2. Metode penelitian

Dalam penelitian Skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subyek penelitian misalnya prilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan.²¹ Dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya prilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan.

Menurut M. Najir dalam buku metodologi penelitian menyatakan, bahwa metode penelitian deskriptif merupakan proses pencarian fakta, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai sifatsifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti.²²

Untuk melengkapi data yang ada, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

- a Data Primer (Primary data), merupakan data utama yang diperoleh langsung dari responden berupa catatan tertulis dari hasil wawancara, serta dokumentasi.
- b Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan untuk mencari konsep dari teori-teori yang berhubungan dengan masalah dalam penulisan skripsi ini, seperti buku-buku, diktat dan literatur terikat.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini tehnik pengambilan sampling yang digunakan yaitu purposive sampling adalah sampel yang

²¹ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007), Cet, ke-24, h. 26

²² M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Galia Indonesia, 1998), Cet, ke-3, h. 63

dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan desain penelitian. Sampling purposive dilakukan dengan mengambil orang-orang yang benar terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. Misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi yang diteliti.

a. Subjek Penelitian

Adapun subjek penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam aktifitas dakwah Majelis Syubbanul Muathofa Di Sukarame Bandar Lampung.

b. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah aktifitas dakwah Majelis Syubbanul Musthofa Sukarame Bandar Lampung.

G. Metode Pengumpulan Data

1. Metode observasi

Observasi adalah “Pengamatan dan catatan dengan sistematis atau fenomena yang diselidiki. Dalam arti luas, Observasi sebenarnya merupakan pengamatan yang dilakukan baik secara langsung atau tidak langsung.²³ Dalam hal observasi ini penulis melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian dengan maksud memperoleh data yang konkrit tentang hal-hal yang menjadi objek penelitian.

Penulis menggunakan observasi partisipan. Jika dalam observasi non-partisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen saja, maka dalam observasi partisipan yang dimana peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang di amati.

yang di observasi adalah Pimpinan majelis Syubbanul Musthofa yaitu Al Habib Kamal Bin Thohir Syahab dan

²³ Kartini Kartono, *op cit.*, h.32

Jama'ah. Menggunakan data yang di peroleh adalah tentang Strategi Komunikasi dalam Aktifitas dakwah dan Faktor Pendukung dan Penghambat Majelis Syubbanul Musthofa di Sukarame Bandar Lampung.

2. Metode wawancara

Metode pengumpulan data melalui wawancara yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung²⁴ Dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.

Metode pengumpulan data melalui wawancara yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden²⁵

Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu wawancara tak terstruktur (Bebas) dan wawancara terstruktur (Terpimpin). Wawancara tak terstruktur (bebas) sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka. Sedangkan wawancara terstruktur (terpimpin) sering juga disebut wawancara baku. Adapun wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terstruktur (terpimpin).

Wawancara terstruktur (terpimpin) adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu membuat daftar pertanyaan yang terkadang disertai jawaban-jawaban alternatif dari responden dengan maksud agar pengumpulan data dapat lebih terarah kepada masalah, tujuan dan hipotesis penelitian.²⁶

Metode ini bertujuan memproleh bentuk-bentuk informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden.

²⁴ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), h. 63

²⁵ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), h. 63.

²⁶ Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 62

Dalam prakteknya penulis menyiapkan beberapa kerangka pertanyaan dan kepada responden diberi kekuasaan dan kebebasan dalam menggunakan jawabannya. Sehingga, untuk mendapatkan data dan informasi Penulis mengadakan komunikasi langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan ke beberapa pihak yang yang bersangkutan baik secara lisan maupun tulisan mendengarkan langsung keterangan-keterangan atau informasi dari pengurus, anggota dan jama'ah Majelis Syubbanul Musthofa.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang serupa catatan, buku, surat, majalah dan sebagainya. Metode dokumentasi ini digunakan setelah melakukan metode wawancara dan observasi.

Tujuannya adalah untuk melengkapi data.²⁷ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa data penduduk, surat dan bukti suatu peristiwa atau sejarah. Dan dokumentasi ini digunakan untuk mempermudah dalam mengecek kebenaran suatu peristiwa, sehingga suatu penelitian menjadi valid. Dalam hal ini penulis mengumpulkan data seputar Profil Majelis Syubbanul Musthofa, foto-foto yang berhubungan dengan Majelis Syubbanul Musthofa.

4. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data

Setelah data diperoleh, maka penulis selanjutnya mengelola data dengan cara editing, yaitu kegiatan mempelajari berkas-berkas data yang telah terkumpul, sehingga keseluruhan berkas itu dapat diketahui dan dapat dinyatakan baik.

²⁷Cholid Naburko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 98

5. Tempat Penelitian dan Waktu

Penelitian ini di laksanakan di Majelis Syubbanul Musthofa yang berlokasi di Jalan Wiratama No. 97 Sukarame Bandar Lampung. Telpon: 0822-8138-5955.

6. Analisis data

Penelitian yang akan dilakukan yaitu bersifat kualitatif bahwa penelitian kualitatif adalah data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dengan analisis kualitatif ini diharapkan dapat menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang akan diteliti.²⁸

Analisis data kualitatif²⁹ adalah “upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memusatkan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.³⁰ Analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, dan memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverivikasikan.

²⁸ Suharsini Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 56

²⁹ Lexy J. Meleong, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 248

³⁰ Lexy J. Meleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 213

b. Data (Data Display)

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data. Model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambila tindakan.³¹

c. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Kesimpulan akhir mungkin terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran kurpos dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntunan dari penyandang dana tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif. Dan analisis data kualitatif proses nya berjalan sebagai berikut :

- 1) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber data nya tetap dapat ditelusuri.
- 2) Mengumpulkan, memilah-memilih, mengklarifikasikan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksnya.
- 3) Bepikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dalam hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum.

H. Sistematik Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, maka penulis membagi atas lima secara rinci, sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu Yang

³¹ Ibid, h. 251

Relavan, Metode Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan dari peneliti dalam penulisan skripsi ini.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini di jelaskan tentang teori dan pengertian dari strategi komunikasi dan juga pengertian aktivitas dakwah beserta tahap-tahap dan juga unsur-unsurnya dan juga factor pendukung dan penghambat.

3. BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu Majelis Syubbanul Musthofa dan juga strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah apa yang di gunakan pada majelis ini dan apa faktor pendukung dan penghambat Majelis Syubbanul Musthofa.

4. BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan tentang berbagai hasil pengumpulan data dan Analisa mengenai hasil tersebut. penulis juga menyesuaikan dengan rumusan masalah dan metode penelitian dalam skripsi ini.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab akhir ini berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi, kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh hasil penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian skripsi ini,berisi uraian mengenai Langkah-langkah apa saja yang perlu di ambil oleh pihak terkait dengan hasil penelitian.

BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI DAN AKTIVITAS DAKWAH

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai "the art of the general" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Karl von Clausewitz (1780-1831) berpendapat bahwa pengertian strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan. Dalam abad modern ini, penggunaan istilah strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni seorang panglima dalam peperangan, tetapi sudah digunakan secara luas hampir dalam semua bidang ilmu. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapat kemenangan atau pencapaian tujuan.¹

Seiring dengan perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi bermacam-macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Menurut Stephanie K. Marrus, pengertian strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum tersebut, ada juga pengertian strategi yang lebih khusus, seperti yang diungkapkan oleh dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad (1995), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebahai berikut ini:

“Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta

¹ <http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-strategi-menurut-para-ahli.html>

dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.”²

Komunikasi Secara historis, kata komunikasi berasal dari kata bahasa latin yaitu perkataan *communicare* mempunyai arti “berpartisipasi atau memberitahukan”.³ Pendapat lain mengatakan istilah komunikasi berasal dari Bahasa latin, *communication* yang berasal dari kata *communis* artinya: “sama” dalam arti sama makna mengenai suatu hal.⁴

Komunikasi menurut Bahasa (etimologi) dalam “Ensiklopedi Umum” diartikan dengan “perhubungan” sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan latin, yaitu:

- a. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan.
- b. *Communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku dimana-mana.
- c. *Communis Opinion*, yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas.
- d. *Communico*, yang berarti membuat sama.
- e. Demikian juga *communication* yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna.

Pengertian komunikasi secara etimologis ini memberi pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambing-lambang atau Bahasa yang mempunyai

² Husein Umar, *Strategic Menegement in Action*. (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama,2001), hal.31

³ Astrid S. Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta,1974),

⁴ Onong Uchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992),

kesamaan arti antara orang yang diberi pesan dengan orang yang menerima pesan.⁵

Adapun pengertian komunikasi menurut istilah (terminology) banyak dikemukakan oleh sarjana yang menekuni ilmu komunikasi antara lain: Menurut Carl I. Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah “*The process by which an individuals (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicant)*” yang berarti: “proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang atau dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang-orang lain (komunikant)”.⁶

Menurut Onong Uchjana Efendy, hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan Bahasa sebagai alatnya.⁷

Menurut Anwar Arifin mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti antara individu-individu.⁸

Dari beberapa pakar ahli komunikasi tersebut dapat disimpulkan bahwa, komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan melalui saluran media dengan mengharapkan adanya perubahan perilaku.

Strategi merupakan sebuah cara atau proses yang digunakan organisasi untuk mencapai misionya. Strategi

⁵ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakartadengan UIN Jakarta Press, 2007), h.19

⁶ Onong Uchjana Efendy, *Dimensi-Dimensi Komunikan*, (Bandung: Alumni, 1981), h. 6

⁷ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 28

⁸ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), h. 25

komunikasi antara berbagai tingkat dalam perusahaan atau organisasi harus konsisten.⁹

Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting untuk ditujukan kepada strategi komunikasi ini, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Di lain pihak tanpa strategi komunikasi, media massa yang semakin modern yang kini banyak dipergunakan di negara-negara yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudahnya dioperasionalkan, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.¹⁰

Dalam strategi komunikasi, peran komunikasi sangatlah penting dan harus bersifat dinamis sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi dapat datang sewaktu-waktu, terlebih jika komunikasi langsung melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen media atau komponen komunikasi, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai.

2. Tahapan-Tahapan Strategi

Fred R. David mengatakan bahwa dalam proses strategi ada tahapan-tahapan yang harus ditempuh, yaitu:

⁹ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007), Cet. Ke-1, h. 46

¹⁰ Onong Uchjana Efendy, *Dimensi-Dimensi Komunikan*, (Bandung: Alumni, 1981), h. 84

a. Perumusan Strategi

Hal-hal yang termasuk kedalam perumusan strategi adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, penetapan kekuatan dan kelemahan secara internal, melahirkan strategi alternatif, serta memilih strategi untuk dilakukan. Pada tahap ini adalah proses merancang, dan menyeleksi beberapa strategi yang akhirnya menuntun pada pencapaian misi, visi dan tujuan organisasi.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi disebut juga sebagai tindakan dalam strategi, karena implementasi berarti mobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan. Kegiatan yang termasuk dalam implementasi strategi adalah pengembangan budaya dalam mendukung strategi, menciptakan struktur yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan system informasi yang masuk. Agar tercapai kesuksesan dalam implementasi strategi, maka dibutuhkan adanya disiplin, motivasi kerja.

c. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir manajemen strategi, yaitu proses dimana manajer membandingkan hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan. Tahap akhir dalam strategi adalah mengevaluasi strategi yang telah dirumuskan sebelumnya.¹¹

3. Unsur-Unsur Komunikasi

a. Komunikator

Pengirim pesan yang dimaksud disini adalah manusia yang mengambil inisiatif dalam berkomunikasi. Pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi. Sumber peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber pembuat atau pengirim informasi.

¹¹ Fred David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prenhallinda,2002), hal.5

Dalam komunikasi antar manusia, sumber terdiri dari satu orang. Tetapi juga bisa dari satu kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber disebut dengan sender.¹²

b. Pesan

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, lisan dan tulisan. “pesan bersifat abstrak, seorang komunikan tidak akan tahu apa yang ada di dalam benak seorang komunikator, hingga seorang komunikator mewujudkan lambang-lambang komunikasi”.¹³

Pesan merupakan inti atau perumusan tujuan dan maksud dari komunikator pada komunikan. Pesan merupakan unsur yang sangat menentukan dalam proses komunikasi. “Agar pesan dapat diterima dengan baik, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus menggunakan Bahasa yang mudah dimengerti”.¹⁴

Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda. Pesan biasanya disebut juga message, atau content.

a. Channel (saluran): Saluran komunikasi merupakan merupakan tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.¹⁵

¹² Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 24

¹³ Dani Verdiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Teksonomi Konseptual*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 23

¹⁴ Modry, *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008) Cet ke-1, h 8

¹⁵ Onong Uchajana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), h.18

- b. Effect (hasil): Effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, seseorang atau tidak dengan yang kita inginkan.¹⁶
- c. Komunikasikan: komunikasikan adalah orang yang menerima pesan.¹⁷
- d. Umpan Balik (Feed Back): Feed Back adalah tanggapan, jawaban atau respon komunikasikan kepada komunikasikan, bahwa komunikasinya dapat diterima dan berjalan.¹⁸
- e. Source (Sumber): Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan, yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku dan sejenisnya.¹⁹

4. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam proses komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Tanpa strategi komunikasi, media masa yang semakin modern kini banyak dipergunakan di negara-negara yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudah dioperasionalkan, bukan tidak mungkin akan tidak efektif penggunaannya.

Strategi komunikasi baik secara makro maupun mikro mempunyai fungsi ganda:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil maksimal.
- b. Menjembatani akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media massa begitu

¹⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), h. 24

¹⁷ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), h.46

¹⁸ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), h.46

¹⁹ Widjadja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 11

ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.²⁰

5. Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah atau *two ways communication* adalah proses komunikasi dimana terjadi timbal balik (*feedback*) atau respon saat pesan dikirimkan oleh sumber atau pemberi pesan kepada penerima pesan. Jenis komunikasi ini berbanding terbalik dengan komunikasi satu arah, dimana kedua pihak berperan aktif saling berkesinambungan dan memberikan respon terhadap pesan yang dikirimkan satu sama lain. Komunikasi dua arah banyak ditemukan pada prakek komunikasi interpersonal atau antar pribadi maupun komunikasi kelompok.

Jika dilihat sekilas dan secara garis besar, komunikasi dua arah mungkin bisa dianggap bentuk komunikasi yang ideal karena memungkinkan kedua belah pihak memberikan pandangan atau minimal responnya terhadap pesan yang disampaikan. Dibanding komunikasi satu arah yang mungkin tampak terlihat diktator dan tidak adil untuk semua pihak yang berada dalam proses komunikasi, komunikasi dua arah memang memberikan lebih banyak opsi untuk munculnya perbincangan dan pembahasan lebih lanjut mengenai pesan atau topik yang dikomunikasikan.

Arah dalam komunikasi ini dapat terjadi dalam tiga jenis gaya, yaitu komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal:

1. Komunikasi dua arah vertikal, terjadi saat satu pihak memiliki kedudukan lebih tinggi dibanding pihak lainnya dan terdapat aliran komunikasi dari atas ke bawah atau sebaliknya. Contoh komunikasi ini yang paling sering ditemukan adalah komunikasi antara bos dengan bawahan, guru dengan murid, atau orang tua dengan anak

²⁰ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), Cet. 3, h. 300

2. Komunikasi dua arah horizontal, terjadi saat pihak-pihak yang melakukan komunikasi memiliki kedudukan atau tingkat yang sama dan setingkat. Contoh yang sering ditemui adalah komunikasi yang terjalin antara sesama teman sebaya, rekan kerja, atau orang lain yang sudah dekat satu sama lain.
3. Komunikasi dua arah diagonal, terjadi saat pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki kedudukan, tingkat, dan wewenang yang berbeda. Contohnya adalah komunikasi yang terjalin antara sesama kepala divisi namun membawahi bagian yang berbeda dalam kantor.

6. Macam-macam Strategi Komunikasi

a. Komunikasi Pribadi

Komunikasi pribadi (personal communication) adalah komunikasi seputar diri seseorang, baik dalam fungsinya sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Tatanan komunikasi (setting of communication) ini terdiri dari dua jenis, yakni komunikasi intrapribadi dan komunikasi antarpribadi.

1) Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri. Dia berdialog dengan dirinya sendiri. Dia bertanya kepada dirinya dan dijawab oleh dirinya sendiri.²¹

Ronald L. Applbaum, et.al dalam bukunya “Fundamental Concept In Human Communication” (1973,13) mendefinisikan komunikasi intrapribadi sebagai:

²¹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bukit, 2003), Cet. 3, h. 57.

“Komunikasi yang berlangsung di dalam diri kita: ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri kita sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita”.

Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Penting bagi kita untuk bisa mengenal diri sendiri sehingga kita dapat berfungsi secara bebas di masyarakat.

G. Wiseman dan L. Barker dalam karyanya “*Speech - Interpersonal Communication*” menjelaskan proses kegiatan yang terjadi dalam diri seorang komunikator, yang katanya digerakkan oleh perangsang internal dan perangsang eksternal. Perangsang internal menunjukkan situasi psikologis atau fisiologis misalnya lapar atau gelisah. Perangsang eksternal datang dari lingkungan sekitar komunikator, baik secara terbuka dan sengaja (misalnya, melihat lampu lalu lintas), atau secara tertutup dan tidak disadari (misalnya, latar belakang musik dalam tayangan film).

2) Komunikasi Antarpribadi (interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya “*The Interpersonal Communication Book*”. Sebagai:

“Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”.²²

Berdasarkan definisi Devito itu, komunikasi antarpribadi dapat berlangsung antar dua orang yang memang sedang berdua-duaan seperti suami istri

²² Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), Cet. 3, h. 60

yang sedang bercakap-cakap, atau antara dua orang dalam suatu pertemuan. Misalnya, antara penyaji makalah dengan salah seorang peserta suatu seminar.

b. Komunikasi Kelompok

Suatu kumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka.²³

Komunikasi dalam kelompok yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung di antara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi.

Komunikasi kelompok juga bisa diartikan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka menjadi salah satu bagian dari kelompok tersebut.

Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.²⁴

Kedua definisi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka dan

²³ Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), Cet. 1 h. 65

²⁴ Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), Cet. 1 h. 66

memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (mass communication) disini ialah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop.

Hal tersebut perlu dijelaskan oleh karena ada sementara pakara di antaranya Everett M. Rogers, yang menyatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun dan lain-lain.

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

Komunikasi media massa biasanya menghendaki organisasi resmi dan rumit untuk melakukan kegiatan operasinya. Produksi surat kabar atau siaran televisi meliputi sumber pembiayaan dan karenanya juga pengawasan keuangan ini memerlukan pekerjaan yang benar-benar mempunyai keahlian, memerlukan manajemen yang baik juga pengawasan yang normatif, serta erat hubungannya dengan orang luar yang mempunyai wewenang dan memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat, dengan demikian maka harus ada orang yang bergerak dalam struktur yang menjamin kontinuitas dan kerja sama.²⁵

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Berikut macam-macam strategi komunikasi yaitu:²⁶

²⁵ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), Cet. 3, h. 79-80

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)

- a. **Communication Audits Against Best Practice:** Untuk dapat mengetahui apakah kegiatan komunikasi yang sudah dijalankan efektif atau berhasil mencapai tujuan dan sasaran organisasi adalah dengan melakukan audit komunikasi. Dengan melakukan audit, segala hambatan komunikasi dan gangguan yang menyebabkan macetnya aliran informasi dan peluang yang terlewat dapat diketahui sehingga diperoleh cara yang dapat meningkatkan dampak yang dikehendaki sehingga organisasi atau perusahaan dapat mempertahankan hidup bahkan kesuksesannya di tengah persaingan global yang makin keras.
- b. **Building The Effective Communication Function:** Pada akhirnya komunikasi hanya akan berjalan dengan efektif ketika semua unsur dalam komunikasi berfungsi dan berjalan dengan baik. Komunikasi tidak harus selalu berakhir dengan persetujuan, tetapi paling tidak muncul pemahaman mengenai apa yang telah disampaikan komunikator.
- c. **To Secure Understanding:** yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- d. **To Establish Acceptance:** yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- e. **To Motivate Action:** tindakan untuk memotivasi komunikan.
- f. **To Goal Which Communicator Sought To Achieve:** yaitu bagaimana mencapai tujuan dari proses strategi komunikasi tersebut.

7. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi

Faktor-faktor pendukung dan penghambat, pertama mengenali sasaran komunikasi mempelajari siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi, kedua pemilihan media komunikasi, pemilihan media komunikasi sangatlah beragam dari yang tradisional sampai dengan yang modern untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu

gabungan dari beberapa media,²⁷ ketiga pengkajian tujuan pesan komunikasi, menentukan teknik yang harus diambil dan harus berkaitan dengan tujuan pesan komunikasi itu, keempat peranan komunikator dalam komunikasi, yaitu seorang komunikator dalam menghadapi komunikan haruslah bersifat empati, yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain.

B. Aktivitas Dakwah

1. Pengertian Aktivitas Dakwah

Aktivitas adalah “Kegiatan atau Kesibukan”.²⁸ Aktifitas yang dimaksud disini adalah sejumlah kegiatan yang terdiri atas usaha-usaha yang ada kaitannya dengan keagamaan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia aktivitas diartikan sebagai segala bentuk keaktifan dan kegiatan.²⁹

Dalam kegiatan sehari-hari banyak sekali aktivitas, kegiatan, atau kesibukan yang dilakukan manusia. Namun, berarti atau tidaknya kegiatan tersebut bergantung pada individu tersebut. Karena menurut Samuel Soeitoe, sebenarnya aktivitas bukan hanya sekedar kegiatan. Beliau mengatakan bahwa aktivitas dipandang sebagai usaha untuk mencapai atau memenuhi kebutuhan.³⁰

Salah satu kebutuhan manusia adalah menuntut ilmu untuk menjadi pintar. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka manusia harus belajar dengan cara bersekolah atau mengikuti majelis atau tempat-tempat ilmu, membaca buku, berdiskusi, dan kegiatan-kegiatan lain. Ternyata untuk memenuhi satu kebutuhan saja manusia harus melakukan berbagai aktivitas.

²⁷ Soleh Soemirat, dkk, *strategi Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007)

²⁸ W.J.S Poerdarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), h.26

²⁹ *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), Cet. Ke-9, h. 20

³⁰ Samuel Soeitoe, *Pisikologi Pendidikan II*, (Jakarta: FEUI, 1982), h.52

Seseorang yang ingin mendalami ilmu agama dan hubungan interaksi masyarakat yang Islami misalnya, tentu ia harus melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat membantu tercapainya keinginan tersebut. Seperti membaca buku tentang norma-norma agama Islam seperti hubungan sesama manusia dan sebagainya.

Dengan penjelasan diatas dapat kita mengerti bahwa aktivitas dakwah adalah segala sesuatu yang berbentuk kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja yang mengarah kepada perbaikan terhadap sesuatu (perbaikan seseorang) yang belum baik agar menjadi lebih baik dan mulai disisi Allah SWT.

Difinisi diatas menimbulkan beberapa prinsip yang menjadikan substansi aktivitas dakwah sebagai berikut:

- a. Dakwah merupakan proses penyegaran suatu aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja
- b. Usaha yang diselenggarakan itu berupa, mengajak seseorang untuk Beramal Ma'ruf Nahi Munkar untuk memeluk agama Islam.
- c. Proses penyelenggaraan tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yaitu untuk mendapat kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhoi Allah SWT.

2. Macam-Macam Aktivitas Dakwah

Dakwah merupakan suatu usaha untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang menyimpang yang dimurkai oleh Allah. Ada beberapa istilah yang diperkenalkan Al-Quran untuk memaknai kegiatan atau macam-macam aktivitas dakwah secara lebih terperinci. Menurut Abdul Basit dalam bukunya yang berjudul Filsafat Dakwah menyebutkan ada empat istilah dakwah didalam Al-Quran, berikut beberapa istilah dakwah di dalam Al-Quran:

a. Tabligh

Tugas dan kewajiban menyampaikan kebenaran tersebut disebut dengan tabligh. Secara harfiah, kata

tabligh bentuk masdar dari kata balagha berarti ishal, menyampaikan sesuatu kepada pihak lain. Balagha dapat pula berarti sesuatu pesan atau materi dakwah yang disampaikan juru penerang (Mubaligh). Tabligh dalam pengertian menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat, diwajibkan sebagai proses dari dakwah.

b. Amar Ma'ruf Nahi Mu'kar

Amar ma'ruf nahi mu'kar lebih berorientasikan kepada aksi atau perilaku. Jika tadi tabligh lebih berorientasikan kepada kognitifnya berupa persepsi dan pemahaman akan pesan dakwah, maka amar ma'ruf nahi Mu'kar lebih mengorientasikan sikap setiap individu setiap muslim dalam melakukan mengajak kepada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran atau keburukan. Dalam melakukan amar am'ruf tidak perlu kekerasan dan intimidasi, karena banyak sekali sekelompok ormas muslim memaknai amar ma'ruf nahi mu'kar secara radikal. Maka, atas dalil tersebut mereka melakukan aksinya dengan cara kekerasan seperti merusak diskotik, tempat hiburan malam dan pemberantasan minuman keras secara paksa.

c. Mau'izah Hasanah

Istilah mau'izah hasanah (nasihat yang baik) merupakan aktivitas dakwah yang berorientasi pada memberikan nasehat kepada seseorang. Penasehatan yang dimaksud bisa dilihat dari sisi kegiatan dan sumber-sumber penasehatan. Dilihat dari perspektif kegiatan, ada penasehatan yang berkaitan dengan pendidikan, keagamaan, perkawinan dan sosial skill.

d. Ta'lim dan Tarbiyah

Ta'lim diartikan sebagai proses pengajaran yang memperkuat tingkat pemahaman masyarakat. Sedangkan tarbiyah selain mengandung nilai-nilai pengajaran juga mendorong manusia untuk melaksanakan di dalam kehidupan sehari-harinya. Tarbiyah tidak hanya melakukan proses transfer ilmu pengetahuan semata.

Namun, juga melakukan proses transfer nilai-nilai ajaran Islam. Dalam konteks dakwah Ta'lim dan tarbiyah merupakan upaya lebih lanjut dari kegiatan tabligh. Didalamnya terjadi proses intensifikasi pemahaman dan penguasaan ajaran agama Islam karena ta'lim dan tarbiyah tidak dapat dilakukan secara insidental dan temporer, akan tetapi membutuhkan waktu yang panjang dan harus dilakukan secara terus menerus. Maka, harus dilakukan secara intensif baik dalam waktu mingguan atau bulanan.

3. Bentuk Aktivitas Dakwah

Kemajuan Islam dewasa ini tergantung pada kepada umatnya, gencar melakukan upaya-upaya dakwah dalam segala bentuk aktivitasnya dan bentuk-bentuk dakwahnya, maka ada beberapa bentuk aktivitas dakwah, antara lain:

- a. Aktivitas dakwah dalam bentuk lisan (bi al-lisan)

Allah berfirman dalam Al-qur'an dengan tegas mengenai hal ini dengan menitik beratkan kepada kata: ahsana Qaulan (ucapan yang baik). Sebagaimana dalam Surat Fhussilat ayat 33:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي

مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya: "Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?"

Maksud dari ayat di atas adalah menjelaskan bahwa aktivitas dakwah bil lisan itu lebih pada perkataan yang baik, santun yang mengedepankan keteladanan dalam berbicara yang menyeru pada jalan Allah SWT.

b. Aktivitas dakwah dalam bentuk perbuatan (bil-hal)

Dakwah bil-Hal adalah melaksanakan amal kebaikan dalam kehidupan sehari-hari yang meliputi bidang sosial, ekonomi, dan budaya dalam bingkai nilai-nilai ajaran Islam. Dakwah bil-hal merupakan usaha merintis dan mempraktekan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah dalam bentuk ini dapat dilakukan oleh setiap orang dimana pun berada dengan profesi apapun.³¹

c. Aktivitas dakwah dalam bentuk Bil Qalam

Dakwah bil Qalam ialah suatu kegiatan menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan, seperti buku, surat kabar, majalah, artikel, jurnal, internet dan lain-lain. Karena dimaksudkan sebagai pesan dakwah, maka tulisan-tulisan tersebut tentu berisi ajakan atau seruan mengenai amar ma'ruf nahi munkar.

Dakwah bil Qalam sebenarnya sudah dikembangkan oleh Rasulullah SAW. Sejak awal kelahiran dan kebangkitan umat Islam melalui pengiriman surat-surat dakwah kepada para kaisar, raja, dan para pemuka masyarakat. Menyangkut dakwah bil Qalam, Rasulullah SAW, bersabda : “Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada”.

4. Definisi Dakwah

Kata dakwah adalah kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kata dakwah merupakan suatu istilah dari kata kerja bahasa Arab yaitu *يَدْعُو - يَدْعَا* menjadi bentuk masdar *دَعْوَةٌ* yang berarti menyeru, memanggil, mengajar, menjamu (H. Mahmud Junus,). Sedangkan pengertian dakwah secara istilah ada beberapa pendapat yang berbeda yang telah banyak didefinisikan oleh para ahli yang mendalami masalah dakwah. Namun antara definisi yang satu

³¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), h. 134

dengan yang lain tidak jauh berbeda.³² Beberapa contoh definisi dakwah yang penulis kemukakan di sini adalah:

a. Shalahuddin Sanusi

“Dakwah itu adalah usaha mengubah keadaan yang negatif menjadi keadaan yang positif, memperjuangkan yang ma’ruf atas yang munkar, memenangkan yang hak atas yang batil”

b. Prof. H.M. Thoha Yahya Omar

“Dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.”³³

Selain pandangan tersebut di atas, masih terdapat definisi lain yang dikemukakan oleh para ahli. Mahmud Yunus menterjemahkan kata dakwah dengan: "menyeru, mengajak, menghasung, menganjurkan dan memanggil" Sedangkan Toha yahya Umar, di samping menterjemahkan dengan kata "ajakan, seruan, panggilan, undangan", juga menjelaskan bahwa kata yang hampir sama dengan dakwah ialah penerangan, pendidikan, pengajaran, indoktrinasi dan propaganda (Toha Yahya) Sedangkan menurut ahli bahasa, maka kata dakwah diambil dan perkataan: (شئ الدعاء الي) yang artinya: menyeru/mengajak kepada sesuatu (Salahuddin Sanusi).³⁴

Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut disebut *da'i (isim fa'il)* artinya orang yang menyeru. Tetapi karena proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu maka pelakunya dikenal juga dengan istilah *muballigh*.

Dengan demikian secara etimologi pengertian dakwah dan *tabligh* itu merupakan suatu proses

³² Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Kendari: Al-Munzir, 2006), h. 31

³³ Ahmad Wason, Al-Munawwar, (Yogyakarta:Ponpes Al-Munawwar,1984), h. 481

³⁴ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Kendari: Al-Munzir, 2006), h. 32

penyampaian (*tabligh*) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Dari uraian pengertian dakwah di atas, baik secara lughawi atau etimologi maupun secara istilah atau terminologi, maka dakwah adalah suatu usaha dalam rangka proses islamisasi manusia agar taat dan tetap mentaati ajaran Islam guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat kelak. Dakwah adalah suatu istilah yang khusus yang dipergunakan di dalam agama Islam (Aminuddin Sanwar).³⁵

Dengan demikian dakwah merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang Muslim, di mana intinya berada pada ajakan dorongan (motivasi, rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi keuntungan dirinya dan bukan untuk kepentingan pengajaknya. Jadi berbeda (bertolak belakang) dengan propaganda.

5. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah adalah suatu kewajiban bagi umat muslim baik muslim laki-laki maupun muslim perempuan dengan berbagai bentuk dakwah seperti amar Ma'ruf nahi mu'kar, berjihad, memberi nasehat dan sebagainya. Dasar hukum dakwah yang paling utama telah tertera di dalam Al-Qur'an dan As-Sunah. Di dalam kitab Al-Qur'an banyak ayat yang memerintahkan manusia untuk saling menyeru amar ma'ruf kepada kebaikan agar mendapatkan kebahagiaan diakhirat dan nahi mu'kar yaitu untuk saling mengingatkan atau mencegah manusia untuk berbuat kemungkaran agar agar terhindar dari api neraka. Seperti yang terkandung dalam surah At-Tahrim ayat 6:

³⁵ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Kendari: Al-Munzir, 2006), h. 33

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قُوًا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ
وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ
وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ ﴿٦٦﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.

Pada dasarnya berdakwah merupakan suatu tugas pokok para Rasul dan mereka diutus ke bumi untuk berdakwah kepada kaumnya agar mereka beriman kepada Allah SWT dan beribadah kepadanya, seperti yang telah disebutkan di dalam Al-Quran dibawah ini:

لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ فَقَالَ يَنْقُومِ آعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ
إِلَهِ غَيْرِهِ ۖ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥٩﴾

Artinya : “Sesungguhnya telah kami utus Nabi Nuh kepada kaumnya seraya ia berkata: Hai kaumku sembahlah Allah tidak ada bagimu tuhan selain darinya.” (QS. Al-A’raf ayat 59)

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَّسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا
الطَّاغُوتَ ۗ فَمِنْهُمْ مَّنْ هَدَىٰ اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ
الضَّلَالَةُ ۗ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ
الْمُكذِبِينَ ﴿٦٦﴾

Artinya : “dan sesungguhnya Kami telah mengutus Rasul pada tiap-tiap umat (untuk menyerukan): "Sembahlah Allah (saja), dan jauhilah Thaghut itu", Maka di antara umat itu ada orang-orang yang diberi petunjuk oleh Allah dan ada pula di antaranya orang-orang yang telah pasti kesesatan baginya. Maka berjalanlah kamu dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul).” (QS. An-Nahl ayat 36)

Dari ayat-ayat di atas menjelaskan bahwasanya Allah telah mengutus seseorang Rasul dari setiap kaum untuk menyerukan ajaran islam agar kaum tersebut beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT. Dan bahwasanya kewajiban melakukan dakwah hanya dibebankan kepada Rasul. Rasul diturunkan kebumi antara lain hanya melakukan suatu pengabdian kepada Allah dalam melaksanakan tugas yaitu untuk menyerukan ajaran islam. Namun, setelah Rasulullah tiada kewajiban bedakwah kemudian dibebankan kepada ummatnya, hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW Yang Artinya: “Sesungguhnya ulama adalah pewaris para Nabi. Sungguh para Nabi tidak mewariskan dinar dan dirham. Sungguh mereka hanya mewariskan ilmu. Maka barangsiapa mengambil warisan tersebut ia telah mengambil bagian yang banyak.” (H.R. At-Tirmidzi, Ahmad, Ad-Darimi, Abu Dawud, dan Ibnu Majah).

Dari hadist di atas telah dikatakan oleh Nabi Muhammad SAW bahwasanya Ulama adalah pewaris para Nabi. Namun apa yang diwarisi para Nabi, mengutip pendapat dari Syekh Ali Mahfud yang menyatakan bahwasanya yang diwarisi oleh para Nabi kepada Ulama ialah ilmunya, yakni ilmu Nabi yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, sedangkan sasarannya adalah rahani dan mental.

Dalam hal ini Allah berfirman dalam surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mu’kar, merekalah orang-orang yang beruntung”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa hukum melakukan dakwah adalah fardu kifayah, menurut Ilyas Ismail bahwa hukum dakwah dibebankan kepada suatu komunitas tertentu yang berkompeten dalam suatu masyarakat dan memiliki kemampuan secara strategis dalam melakukan aktivitas dakwah.³⁶ Namun bukan berarti dalam melakukan dakwah hanya dibebankan kepada suatu organisasi. Dalam bukunya Ilyas Ismail juga menyebutkan bahwa tugas melakukan aktivitas dakwah adalah fardu’ain yaitu dibebankan kepada setiap individu.³⁷

6. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah suatu komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi dalam bukunya yang berjudul Manajemen Dakwah menyebutkan enam unsur dakwah yang harus diperhatikan.³⁸ Unsur-unsur tersebut adalah da’i (pelaku dakwah), Mad’u (objek dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dakwah) dan atsar (efek dakwah).

³⁶ A.Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Prenada Media). h. 64

³⁷ A.Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*,.h. 65

³⁸ M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). h. 21

a. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah atau yang mengajak baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan untuk mengamalkan ajaran-ajaran islam yang dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok atau lewat organisasi. Kata da'i juga lebih dikenal dengan istilah mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran islam) dan juga khatib (orang yang berkhotbah).³⁹Namun, pada hakikatnya dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik dengan lisan, perbuatan maupun tulisan atau media yang lainnya yang memiliki tujuan yang sama yaitu amar ma'ruf nahi munkar. Allah swt berfirman:

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma'ruf danmencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang meruntung” (Qs. Ali Imran: 104)

Menurut Wahidin Saputra dalam bukunya Pengantar Ilmu Dakwah mendefinisikan bahwa dai adalah orang yang aktif melaksanakan dakwah kepada masyarakat. Ahli dakwah adalah wa'da, mubaligh mustama'in (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran dan pelajaran agama islam.

Dalam melaksanakan dakwah para dai dituntut mengetahui bagaimana cara menyampaikan ajaran islam dengan baik juga benar agar pemikiran dan perilaku manusia tidak melenceng. Dan dai juga harus mampu

³⁹ M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). h. 22

memberikan solusi kepada masyarakat atas persoalan-persoalan yang ada dalam masyarakat. Menurut Musthafa Ar-Rafi'i ada beberapa syarat dan sifat yang harus dimiliki oleh seorang juru Da'i, yaitu:

- 1) Amal dan kegiatannya harus ikhlas karena mencari ridho Allah.
- 2) Seorang Da'i harus menjadi teladan bagi lingkungan sekitar.
- 3) Menempuh cara hikmah (bijaksana) terhadap lingkungan sekitar.
- 4) Seorang Da'i harus betul-betul menguasai ilmu yang sesuai dengan zamannya.
- 5) Seorang Da'i harus lembut dalam menyampaikan nilai-nilai Islam dan lembut dalam menyikapi permasalahan yang ada di lingkungan sekitar.
- 6) Dalam dakwahnya ia bertujuan menarik manfaat dan menghilangkan kemudhoratan dan menegakkan agama Islam.
- 7) Harus sabar dan tabah menghadapi cobaan.
- 8) Harus mengetahui tabiat kejiwaan Jama'ahnya dengan memperhatikan apa yang mereka inginkan.⁴⁰

b. Mad'u

Mad'u adalah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah dai, atau penerima dakwah, baik seorang individu maupun secara berkelompok. Baik mereka yang telah memeluk agama islam maupun mereka yang belum memeluk agama islam. Bagi mereka yang belum memeluk agama islam dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti agama islam dan bagi mereka yang telah memeluk agama islam dakwah bertujuan smeningkatkan kualitas iman, islam dan ikhsan. Di dalam Al-Qur'an dijelaskan ada tiga tipe seorang mad'u yaitu: Mukmin,

⁴⁰ Musthafa Ar-Rafi'I, *Potret Juru Dakwah*, (Jakarta Timur: Al-Kausar, 2002), h.38

Kafir dan Munafik. Kemudian dari ketiga tipe tersebut dikelompokkan lagi menjadi beberapa kelompok. Orang Mukmin dibagi menjadi tiga yaitu: dzolim linafsih, muqtashid dan sabiqul bil kairat. Kemudian Kafir dibagi menjadi Kafir zimmi dan Kafir harbi. Namun, tak hanya dilihat dari sudut kereligiannya saja, menggolongkan Mad'u sama dengan menggoalongkan dari aspek manusia itu sendiri dari aspek profesi, ekonomi, lingkungan, usia dan seterusnya.⁴¹

Menurut Muhamad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

- 1) Golongan cerdik cendikiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis dan cepat dapat menangkap pemahaman.
- 2) Golongan Awam yaitu golongan orang yang kebanyakan belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi mengenai agama.
- 3) Golongan yang bukan cerdas tapi juga bukan golongan awam, yaitu golongan orang yang senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu semata dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.⁴²

c. Maddah

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan dari dai kepada Mad'u. Hal ini jelas materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u adalah membahas tentang ajaran islam. Materi dakwah juga menyesuaikan dengan pendidikan, usia, serta latar belakang mad'u. Hal tersebut karenan seorang dai harus mampu memilih metode dan materi yang pas diberikan kepada mad'u agar pesan yang disampaikan oleh da'i dapat diterima dengan

⁴¹ Asmunir Syukr, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas,1983), h. 23

⁴² M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, h. 23-24

mudah. Adapun secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan kedalam empat pokok, yaitu:

1) Masalah Aqidah

Pokok utama yang menjadi dasar materi dakwah adalah tentang aqidah islamiah. Aspek akidah ini yang membentuk moral manusia. Oleh karena itu, yang menjadi bahan pokok utama dalam dakwah yang pertama adalah tentang ketauhidan dan keimanan seseorang terlebih dahulu, bagaimana manusia beriman kepada Allah swt dan mengesakannya.

2) Masalah Syariah

Syariah adalah aturan-aturan yang ditetapkan oleh Allah swt sebagai pedoman untuk digunakan oleh manusia bagaimana berhubungan baik dengan tuhannya, dengan saudaranya sesama muslim maupun non-muslim dan bagaimana berhubungan baik dengan Alam sekitar yang telah ditetapkan didalam Al-Quran maupun As-Sunah. Pada dasarnya Ilmu Syariah adalah ilmu yang menyangkut tentang sosial dan moralitas yang ditujukan untuk mengarahkan kehidupan manusia dengan nilai-nilai agama agar kehidupan manusia yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama islam.

3) Masalah Mu'amalat

Islam merupakan agama yang menekankan urusan mu'amalah yaitu bagaimana seorang muslim hidup secara sosial dengan orang lain. Mu'amalat merupakan ilmu ibadah kemasyarakatan bagaimana ia hidup berdampingan dengan sesama manusia, dengan alam dan dengan lingkungan sekitar. Maka dijelaskan bahwa islam adalah agama yang menjadikannya bumi ini masjid. Bahwa untuk melakukan ibadah tidak hanya dengan sholat namun juga bagaimana kita hidup bermanfaat bagi orang lain.

4) Masalah Akhlak

Menurut Imam Al-Ghazali akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Ilmu akhlak adalah ilmu yang membahas sifat-sifat dan perbuatan manusia atau dengan kata lain membahas tata perilaku seseorang terhadap orang lain. Materi akhlak diorientasikan untuk dapat menentukan baik atau buruk, akal dan kalbu berupaya untuk menentukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat.⁴³

d. Media

Media berasal dari bahasa latin yaitu median yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak dari median, secara bahasa istilah media yaitu segala sesuatu yang dapat dijadikan alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan arti dari media dakwah tidak beda jauh, yaitu segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah dapat berupa barang, orang, tempat, kondisi dan sebagainya yang memiliki peran sebagai alat bantu demi menunjang keberhasilan dakwah. Seorang da'i dalam melakukan dakwah harus efektif dan efisien. Maka, dai harus dapat mengorganisir unsur-unsur dakwah secara baik dan tepat. Salah satunya komponennya adalah media dakwah.⁴⁴ Hamzah Yaqub membagi dakwah menjadi lima macam yaitu:

- 1) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah menggunakan lisan dapat berupa pidato, ceramah, kuliah, bimbingan dan sebagainya dan sering kita

⁴³M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, h. 21-31

⁴⁴ Asmunir Syukr, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas,1983), h. 163

jumpai dibanyak tempat b. Tulisan adalah media yang dapat berupa buku, majalah, surat kabar, sependuk, koran, pusisi, cerpen, esai dan sebagainya.

- 2) Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur dan sebagainya.
- 3) Audiovisual adalah media dakwah yang merangsang indra pendengaran, penglihatan seperti televisi, film, internet, vidio dan sebagainya.
- 4) Akhlak adalah media dakwah melauai perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam secara langsung melalui sosok figur.⁴⁵

e. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai seorang dai untuk menyampaikan ajaran dakwah. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah metode sangat penting dalam penyampaian pesan terhadap mad'u, karena dalam menyampaikan pesan dakwah walaupun itu baik namun disampaikan dengan metode yang tidak benar, maka pesan tersebut akan ditolak oleh mad'u.⁴⁶ sesuai firman Allah Q.S An-Nahl ayat 125 :



 أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ

 سَبِيلَهُ

 بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ

 وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu 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

⁴⁵ M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, h. 32

⁴⁶ M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, h. 33-34

orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S An-Nahl :125)

Jadi, metode sangat mempengaruhi proses penerimaan pesan dakwah. Ada tiga metode dalam penyampaian dakwah, yaitu:

- 1) Bil Hikmah, yaitu berdakwah dengan menyesuaikan kondisi dan situasi sasaran dakwah dengan menitik beratkan kemampuan mereka, sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam mereka tidak merasa adanya paksaan.
- 2) Mau'izatul Khasanah, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran agama Islam yang disampaikan dapat menyentuh hati
- 3) Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara tukat pikiran, berdiskusi, atau berdebat dengan cara yang baik dengan mencari suatu kebenaran dalam membahas suatu permasalahan bersama-sama dengan mengedepankan argumentasi-argumentasi yang disampaikan dengan dalil-dalil yang kuat untuk meyakinkan dan mematahkan logika lawan.⁴⁷

f. Efek Dakwah

Dalam melakukan suatu dakwah tentunya yang diharapkan oleh seorang pendakwah atau Da'i tentunya efek dapat memberikan efek dakwah dari penerima dakwah atau Mad'u. Efek dakwah jika dilihat dari ilmu komunikasi biasa disebut feed back atau umpan balik dari proses dakwah atau lebih sederhanya umpan balik yang terjadi pada Mad'u dari proses dakwah Menurut Jalaluddin Rahmat dalam buku Komunikasi Dakwah karya Wahyu Ilahi ini, efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

⁴⁷ M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, h. 34

- 1) Efek kognitif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak.
- 2) Efek afektif, yaitu efek yang timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
- 3) Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.⁴⁸

C. Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah

Kewajiban untuk berdakwah sangatlah penting, berdakwah tidak hanya melibatkan seorang mubaligh atau da'i profesional, akan tetapi berdakwah harus melibatkan masyarakat seluruhnya, khususnya para remaja atau para pemuda yang akan menjadi seorang penerus bangsa ini, sebagai seorang da'i dan membawa bangsa ini dimasa yang akan datang, sehingga aktifitas sehari-hari harus terdorong pada hal-hal yang positif. Tidak terkecuali dengan Majelis Syubbanul Musthofa yang ingin mengembangkan dakwahnya untuk masyarakat di sekitarnya. Walaupun telah banyak kegiatan-kegiatan dakwah yang ada di masyarakat serta lembaga dakwah formal maupun non formal, akan tetapi masih banyaknya para remaja yang melakukan penyimpangan moral serta kurang optimalnya pengawasan dari orangtua dan pengawasan diri sendiri seperti banyak ditemukan remaja yang melakukan hal-hal yang tidak bermanfaat seperti, narkoba, minum-minuman keras (khamer) dan berjudi karena kurangnya pengawasan orangtua dan pengendalian diri terhadap remaja itu sendiri dan di dorong oleh adanya pengaruh negatif dari perkembangan teknologi dan budaya yang dapat merusak sendi-sendi kehidupan mereka yang akan berdampak bagi kelangsungan kehidupan beragama bagi remaja dan masyarakat sekitarnya. Karena itu pemuda adalah gambaran hari esok dan

⁴⁸ M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, h. 35

remaja sebagai generasi penerus yang merupakan asset bangsa ini dan harus berdasarkan iman, ilmu dan akhlak yang baik.

Usaha untuk mewujudkan ajaran Islam secara kaffah dalam aspek kehidupan, tentunya bukan tanggung jawab orangtua saja, tetapi unsur lain yang tidak dapat dikesampingkan dalam masalah ini, yaitu keberadaan para remaja atau para pemuda sebagai penerus agama dan bangsa yang memiliki andil dalam usaha penyampaian dakwah di lingkungannya. Sementara itu kita temui remaja yang melakukan hal yang positif serta memiliki andil dan manfaat terhadap lingkungannya.

Strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah merupakan sebuah perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator (da'i) untuk merubah perilaku komunikan (masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi komunikasi dakwah merupakan kepiawaiian seorang da'i dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu, serta memiliki watak dasar identifikatif, dan bukan apologistik.

Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi komunikasi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh da'i akan memiliki dampak cukup signifikan. Elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁴⁹

Salah satu teori yang penting dalam memahami proses strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah adalah teori difusi inovasi. Difusi adalah proses dimana inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu pada suatu jangka waktu tertentu, diantara anggota sistem sosial⁵⁰

⁴⁹ Sudarman, *Ilmu komunikasi*, (Bandung, 2018: 39).

⁵⁰ Rogers, *strategi komunikasi*, (Bandung, 1995:5-6)

Pesan yang disebarluaskan dalam proses komunikasi tersebut berisi ide-ide, atau praktik yang bersifat baru atau dianggap baru. Difusi merupakan medium inovasi yang digunakan agent of change ketika berupaya membujuk seseorang agar mengadopsi suatu inovasi. Sehingga dapat disebut, difusi adalah tipe khusus dari komunikasi yang berisi pesan tentang ide baru.

D. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah

1. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah

Faktor penghambat dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah timbul kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak. Menurut Ruslan (2003),⁵¹ terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu:

a. Penghambat dalam proses penyampaian (process barrier)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (sender barrier) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (receiver barrier) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik.

⁵¹ Ruslan, *strategi komunikasi*, (2003)

b. Penghambat secara fisik (physical barrier)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara (sound system) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

c. Penghambat semantik (semantik barrier)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Penghambat psiko-sosial (psychosocial barrier)

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata momok yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebut dalam bahasa sunda berkonotasi karang baik. Jika kata tersebut diucapkan pada pidato/kata sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh dan sesepuh masyarakat sunda, maka citra yang bersangkutan (komunikator) dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa.

2. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah

Empat faktor Pendukung dalam strategi komunikasi:⁵²

a. Mengenal khalayak.

Khalayak itu aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

b. Menyusun pesan

Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Awal efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

c. Menetapkan metode

Dalam hal ini metode penyampaian, yang dapat dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy* (*repetition*) dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode : informatif, persuasif, edukatif, kursif. Metode *redundancy* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak.

Dalam hal ini kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. Pemahaman tentang Pengertian Strategi Komunikasi dan Ruang Lingkupnya akan membantu keberhasilan program kehumasan,

⁵²Iriantara, Yosol, Usep Syaripudin, *Komunikasi Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakrya Offset, 2013

marketing, atau aktivitas komunikasi dalam sebuah instansi, perusahaan, atau organisasi, juga individu.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdi kurnia Djohan, Pedoman Dakwah, (Jakarta: Wahid 2009)
- Anwar Arifin, Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995)
- Asmuni Syukri, Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983)
- Astrid S. Susanto, Komunikasi dalam Teori dan Praktek, (Bandung: Bina Cipta,1974)
- Bambang Prasetyo, Metode Peneelitan kuantitatif, (Jakarta: Raja Grafindo Persada Cet V, 2010)
- Dani Verdiansyah, Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Teksonomi Konseptual, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004)
- Dedy Maulana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Jakarta: 2005)
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997)
- Fred David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta: Prenhallinda,2002)
- H. Munzier Suparta, Metode Dakwah (Bandung: Prenada Media 2009)
- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998)
- Husein Umar, Strategic Menegement in Action. (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama,2001)

- Ismail Solihin, Pengantar Manajemen (Bandung: Erlangga, 2009)
- Kontur Ronny, metode penelitian, (Jakarta: Buana Printing, Cet II 2009)
- Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007)
- M. Nazir, Metode Penelitian, (Jakarta: Galia Indonesia, 1998)
- M. Qurais Shihab, Membumikan al-Qur'an, (Bandung: Mizan, 1994).
- Marhaeni Fajar, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)
- Modry, Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008)
- Notoatmodjo. S, Metodologi Penelitian Kesehatan. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002)
- Onong Uchajana Efendy, Ilmu Komunikasi Teori dan praktek, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007)
- Onong Uchjana Efendy, Dinamika Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992)
- Onong Uchjana Efendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003)
- Onong Uchjana Effendy, Strategi Komunikasi (Bandung: Remaja Rosdakarya , 2002)
- P. Joko Subagyo, Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015)

Pabunda Tika, Metodologi Riset Bisnis, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)

Roudhonah, Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakartadengan UIN Jakarta Press, 2007)

Roudhonah, Ilmu Komunikasi, (Jakarta: UIN Press, 2007)

Samuel Soeitoe, Psikologi Pendidikan II, (Jakarta: FEUI, 1982)

Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2013)

Suharsini Arikonto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)

Sutrisno Hadi, Metodologi Research, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1973)

W.J.S Poerdarminto, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976)

Widjadja, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002)

Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, (Jakarta: Grasindo, 2000)

