

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MAJELIS
RASULULLAH SAW DALAM MENANAMKAN RASA
CINTA SHOLAWAT PADA GENERASI MUDA DI
BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh:

RIZKI VERDIANSYAH

NPM: 1741010076

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2022 M**


**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MAJELIS
RASULULLAH SAW DALAM MENANAMKAN RASA
CINTA SHOLAWAT PADA GENERASI MUDA DI
BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh:

**Rizki Verdiansyah
NPM: 1741010076**



**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Pembimbing I : Dr. Fitri Yanti, MA
Pembimbing II : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2022 M**

ABSTRAK

Strategi komunikasi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau acara yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah yakni untuk memanggil, mengajak, dan menyeru manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai perintah Allah Swt. Yang dimaksud dalam skripsi ini adalah strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Majelis Rasulullah Saw dalam memberikan pengetahuan keagamaan, meningkatkan keimanan dan juga menanamkan rasa cinta sholat kepada remaja.

Masalah penelitian yang penulis kemukakan adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah yang digunakan Majelis Rasulullah Saw dalam menanamkan rasa cinta sholat pada generasi muda di Bandar Lampung. Jenis penelitiannya ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dan sifat penelitian ini adalah *deskriptif*. Adapun pengambilan dengan menggunakan teknik *non random sampling*, sehingga diperoleh 9 orang. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Maka selanjutnya penelitian ini dianalisa menggunakan analisa *kualitatif* yang menghasilkan data berupa dengan kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang diamati.

Dari hasil temuan dilapangan: Penulis mengetahui strategi komunikasi dakwah yang digunakan Majelis Rasulullah Saw dalam menanamkan rasa cinta sholat kepada remaja adalah menggunakan strategi persuasif, strategi sentimental, dan strategi informatif. Dengan cara merangkul istiqomah dalam memberikan materi-materi dakwah bersifat mengajak jama'ah dalam kebaikan. Selain itu juga Majelis Rasulullah Saw selalu mengajak jama'ah untuk membaca sholat bersama diawal acara pengajian Rasulullah Saw. Dengan apa yang ada dilapangan yakni Majelis Rasulullah Saw menggunakan strategi komunikasi dakwah tersebut karena sasaran dakwahnya adalah remaja. Strategi komunikasi dakwah merupakan upaya yang dilakukan Majelis Rasulullah Saw untuk menjaga eksistensi dari keberadaan Majelis Rasulullah Saw dan juga untuk jama'ahnya. Banyak jama'ah yang menyukai strategi komunikasi dakwah tersebut, terutama para pemuda jama'ah Majelis Rasulullah Saw. Majelis Rasulullah Saw akan selalu istiqomah dalam menerapkan strategi komunikasi dakwah tersebut melalui program-program kegiatan dakwahnya.

Adapun temuan dalam pelaksanaan strategi komunikasi dakwah tersebut adalah Majelis Rasulullah Saw sebagai juru dakwah memberikan nasehat-nasehat yang dengan kelembutan terhadap

sasaran dakwahnya yakni remaja dalam menanamkan rasa cinta sholawat, sehingga remaja dapat meningkatkan keimanan dan juga pengetahuan serta mempunyai akhlakul karimah yang baik dalam kehidupannya.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Dakwah, Cinta Sholawat, Generasi Muda



ABSTRACT

Da'wah communication strategy is a method, tactic, tactic, or event used in da'wah activities, namely to call, invite, and call humans in a wise way to the right path according to the command of Allah Swt. What is meant in this thesis is the strategy of proselytizing communication used by the Assembly of the Prophet (saw) in providing religious knowledge, increasing faith and also instilling sholawat love to teenagers.

The research problem that the author presented is how the da'wah communicable strategy used by the Assembly of the Prophet (saw) in instilling sholawat love in the younger generation in Bandar Lampung. This type of research is field research and the nature of this research is *descriptive*. As for taking using *non random sampling* techniques, so it was obtained by 9 people. The data collection methods that the author uses are interviews, observations, and documentation. Then the study was analyzed using *qualitative* analysis that produces data in the form of written or oral words of people and observed behavior.

From the findings on the ground: The author knows the da'wah communication strategy used by the Assembly of the Prophet (peace be upon him) in instilling sholawat love to adolescents is using persuasive strategies, sentimental strategies, and informative strategies. By embracing *istiqomah* in giving da'wah materials is inviting jama'ah in goodness. In addition, the Assembly of the Prophet always invited jama'ah to read sholawat together at the beginning of the prophet's study event. With what is on the ground, namely the Assembly of the Prophet (saw) using the strategy of communication of the da'wah because the target of da'wah is teenagers. The strategy of da'wah communication is an effort made by the Assembly of the Prophet (saw) to maintain the existence of the Assembly of the Prophet (saw) and also for his jama'ah. Many jama'ah who like the strategy of da'wah communication, especially the youth jama'ah Assembly of the Prophet Saw. The Assembly of the Prophet (saw) will always *betiqomah* in implementing the strategy of communication of da'wah through its da'wah activity programs.

As for the findings in the implementation of the da'wah communication strategy is the Assembly of the Prophet as a da'wah give advice that with gentleness to the target of da'wah is adolescence in instilling a sense of love sholawat, so that teenagers can increase faith and knowledge and have good morality in their lives.

Keywords: Strategy, Da'wah Communication, Love Sholawat, Young Generation



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Verdiansyah
NPM : 1741010076
Jurusan/prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah Saw Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain 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, 2 Febuari 2022

Penulis



Rizki Verdiansyah
NPM. 1741010076



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131. (0721) 704030
e-mail : fdikuinril@gmail.com

PERSETUJUAN


Judul skripsi : Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung.
Nama : Rizki Verdiansyah
NPM : 1741010076
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Fitr Yanif, MA
NIP. 197510052005012003


M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si
NIP. 197209291998031003

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam


M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, 35131 Telp (0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung” disusun oleh, Rizki Verdiansyah, NPM: 1741010076, Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam telah di ujikan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada hari/tanggal: Jumat / 28 januari 2022

Tim Penguji

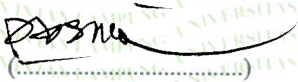
Ketua : Dr. Khairullah, S. Ag., Ma

Sekretaris : Ade Nur Istiani, M.I.Kom

Penguji I : Dr. Hasan Mukmin, MA

Penguji II : Dr. Fitri Yanti, MA

Penguji pendamping : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si.











Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Hoesni Romli, M.Si.
NPM: 1741010090031002



MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

(Q.S. Ali Imran (3) : 104).¹



¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta, BumiRestu, 1976), 280

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur kepada Allah SWT dan tak lupa sholawat beserta salam selalu tercurahkan kepada baginda Rosul yakni Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir kelak amiinn ya robbalalamin.

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta yaitu Ibunda Yurnita dan Ayahanda M. Ramli yang senantiasa selalu memberikan do'a, semangat dan kasih sayang terhadap saya, terimakasih atas semua pengorbanan yang tiada henti bekerja keras untuk membiayai saya kuliah, yang selalu berjuang mendidik dan memotivasi saya sehingga saya bisa berada ditahap ini. Semoga ayah dan ibu senantiasa selalu diberikan kesehatan serta panjang umur oleh Allah SWT dan kebahagiaan dunia akhirat.
2. Kakak-kakak saya Reni Afriani, Ade Suindra, dan Firman Ramadhan yang telah memberikan senyum semangat untuk saya.
3. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan kepada Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi pada prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Rizki Verdiansyah, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 25 November 1998, anak ke-empat dari pasangan M. Ramli dan Yurnita. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar Negeri 1 Pelita dan selesai pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama Negeri 18 Bandar Lampung selesai tahun 2014, Sekolah Menengah Atas Perintis 2 Bandar Lampung selesai dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 tahun akademik 2017/2018.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra maupun ekstra Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Adapun organisasi yang penulis ikuti diantaranya: UKM ORI 2018-2019, UKM-F Rumah Film KPI 2017-2020, dan MIKOM TV 2017-2018

Bandar Lampung, 02 Januari 2022
Yang membuat,

Rizki Verdiansyah
NPM. 1741010076

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya. Semoga keberkahan senantiasa diberikan kepada kita semua. Shalawat serta salam selalu kita sanjung agungkan kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW, semoga kelak diberikan syafaatnya di yaumul akhir nanti.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan karenanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Judul karya ilmiah ini adalah **“Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung”**. Penulis menyadari terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis 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 Penyiaran Islam Serta Ibu Yunidar Cut Mutia, S. Sos, M. Sos.I, selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Bunda Dr. Fitri Yanti, MA selaku pembimbing 1 dan Bapak M. Apun Syarifuddin, S. Ag, M. Si. Selaku pembimbing 2 yang selalu sabar dan bijak dalam memberikan arahan serta dorongan yang sangat bermanfaat guna menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
5. Keluarga besar perpustakaan UIN Raden Intan Lampung atas perkenankannya penulis meminjam buku sebagai literature yang dibutuhkan.

6. Pengurus dan crew Majelis Rasulullah SAW Lampung yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Tuğba Kılınçarslan partner terbaik yang telah memberikan senyum semangat, memotivasi, mendampingi dan membantu penulis dalam bahasa Turki maupun bahasa Indonesia.
8. Sahabat-sahabat kaliawi khususnya Gesta Rallimo Pratiasa, Renaldi May Sahputra, Jecko Ramadhan dan Benesa Anugerah yang telah selalu memberi semangat dan motivasi dengan lawakan kalian serta telah mengajak saya mengelilingi Lampung dengan mengunjungi wisata alam yang membantu saya menghilangkan kejenuhan dan mendapatkan referensi dalam penyelesaian skripsi ini
9. Teman-teman seperjuangan khususnya untuk (Alumni Gazebo: M. Tedy Syahputra, May Nanda Edo P, Ridho Kristanto, M. Wahyu, M. Iqbal Aziz, M. Fiqri Ariansyah, Mutiara Putri, Riri Ristianingrum, dan Syamzakiah Rahmayeni), (Say Hi: Eveline Alfara Felia, M. Tedy Syahputra, Nanda Puspita, Renaldo Bagas Saputra, Rosalia Pertiwi, Yusuf Fikri Ihsani) yang telah menjadi teman baik dan selalu memberikan semangat.
10. Seluruh teman-teman KPI kelas B serta angkatan 2017 semoga sukses.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis disebutkan satu persatu yang turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya atas jasa dan bantuan semua pihak, baik berupa moril maupun materil penulis panjatkan do'a semoga Allah SWT membalasnya dengan imbalan pahala yang berlipat ganda dan menjadikan sebagai amal jariyah yang tidak pernah surut mengalir pahalanya, dan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak.

Bandar Lampung, 2 Febuari 2022
Penulis

Rizki Verdiansyah
NPM. 1741010076

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| SURAT PERNYATAAN | vi |
| HALAMAN PERSETUJUAN | vii |
| PENGESAHAN | viii |
| MOTTO | ix |
| PERSEMBAHAN | x |
| RIWAYAT HIDUP | xi |
| KATA PENGANTAR | xii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Penegasan Judul | 1 |
| B. Latar Belakang Masalah | 5 |
| C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian..... | 13 |
| D. Rumusan Masalah..... | 14 |
| E. Tujuan penelitian | 14 |
| F. Manfaat Penelitian | 14 |
| G. Kajian Terdahulu yang Relevan..... | 14 |
| H. Metode Penelitian | 16 |
| I. Sistematika Pembahasan..... | 22 |

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA GENERASI MUDA

| | |
|--|-----------|
| A. Strategi Komunikasi | 25 |
| 1. Pengertian Strategi Komunikasi | 25 |
| 2. Fungsi-fungsi Strategi Komunikasi | 28 |
| 3. Tujuan Strategi Komunikasi | 29 |
| 4. Komponen Strategi Komunikasi..... | 29 |
| 5. Faktor-faktor Strategi Komunikasi | 31 |
| B. Dakwah | 33 |
| 1. Pengertian Dakwah..... | 33 |

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| 2. Pendekatan Dakwah..... | 36 |
| 3. Tujuan dan Fungsi Dakwah | 37 |
| 4. Unsur-unsur Dakwah | 38 |
| 5. Metode Dakwah..... | 41 |
| C. Generasi Muda | 42 |
| 1. Remaja | 42 |
| 2. Karakteristik Remaja | 45 |
| 3. Ciri-ciri Perkembangan Remaja..... | 46 |
| D. Dakwah Pada Remaja..... | 47 |

BAB III AKTIVITAS MAJELIS RASULULLAH DALAM MENANAMKAN RASA CINTA SHOLAWAT PADA GENERASI MUDA DI BANDAR LAMPUNG

| | |
|--|-----------|
| A. Gambaran Umum Majelis Rasulullah | 51 |
| 1. Sejarah Majelis Rasulullah | 51 |
| 2. Visi dan Misi..... | 54 |
| B. Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda..... | 54 |
| C. Jenis Sholawat Pada Majelis Rasulullah..... | 62 |
| D. Program-program Dakwah Majelis Rasulullah..... | 66 |
| E. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Dakwah Majelis Rasulullah SAW Lampung..... | 70 |
| 1. Faktor Pendukung | 70 |
| 2. Faktor Penghambat | 71 |

BAB IV STRATEGI MEJELIS RASULULLAH SAW DALAM MENANAMKAN RASA CINTA SHOLAWAT PADA GENERASI MUDA

| | |
|---|-----------|
| A. Strategi Majelis Rasulullah Saw Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda. | 73 |
|---|-----------|

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan | 83 |
| B. Saran..... | 84 |
| C. Penutup | 85 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 3.1 Pembacaan sholawat..... | 65 |
| 3.2 Pembacaan sholawat..... | 65 |
| 3.3 Pengajian jalsatun istnain | 66 |
| 3.4 KBMRS Metro | 68 |
| 3.5 KBMRS Way Kanan..... | 69 |
| 3.6 Rihlah Majelis Rasulullah Saw Lampung | 70 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan (SK) Judul Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Izin Survey/Penelitian dari Fakultas
- Lampiran 4 : Surat Rekomendasi Penelitian dari Dinas Penanaman
Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
- Lampiran 5: Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 : Pedoman Observasi
- Lampiran 7 : Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam upaya menghindari terjadinya beraneka ragam penafsiran dan pemahaman mengenai skripsi ini yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda di Bandar Lampung”**.Maka penulis merasa perlu menegaskan istilah-istilah tersebut untuk memudahkan dalam memahami judul di atas maka perlu dijelaskan tentang pengertian dan maksud dari judul ini. Berikut penjelasan dari judul ini:

Strategi Komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi perlu dilakukan secara taktis.Pendekatannya bisa berbeda tergantung kondisi dan situasi.¹

Strategi komunikasi menurut Middleton adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.² Sedangkan menurut Onong Uchana menyatakan bahwa, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.³

Dakwah menurut Dr. M. Quraish Shihab adalah seruan menuju keinsafan atau usaha mengubah pribadi dan masyarakat menjadi lebih baik.Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha

¹ Wulan Purnama Sari, Lydia Irena, *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), 253.

² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 61.

³ Onong Uchjana, *Effendi, Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: PT. Alumni 1981), 10.

meningkatkan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan dalam hidup tapi melainkan lebih dari itu. Pada masa sekarang ini, dakwah harus mempunyai peran lebih banyak dalam melaksanakan ajaran Islam di berbagai aspek.⁴

Komunikasi Dakwah adalah proses penyampaian dan informasi Islam untuk mempengaruhi komunikan (*objek dakwah mad'u*) agar mengimani, megilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela ajaran Islam. Wahyu Ilahi mendefinisikan komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari al-Qur'an dan hadis dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.⁵

Menurut Toto Tasmara, komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai ajaran al-Qur'an dan sunnah dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal sholeh sesuai pesan-pesan yang disampaikan.⁶

Komunikasi Dakwah majelis Rasulullah adalah suatu kegiatan mengajak orang lain kepada jalan yang makruf dalam bentuk kegiatan berdzikir dan sholawat seperti membacakan maulid Ad-Dhiyaul Lami yang merupakan karangan dari guru Habib Umar bin Hafidz yang dibawakan oleh Alm. Habib Munzir bin Fuad Al-Musawa dan juga Djalallah yang berbunyi “*Ya Allah, Ya Allah Ya Allah*” dengan menggunakan media hadroh dengan tujuan mengajak para jama'ah agar menambahkan rasa kecintaan kepada Rasulullah dan meningkatkan keimanan kepada Allah SWT. Dalam melakukan kegiatan komunikasi dakwah Mejelis Rasulullah

⁴ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat, cet. Ke-22, (Bandung: Mizan, 2001), 194.

⁵ Asep Syamsul, M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, (Bandung: All Right Reserved, 2013), 11.

⁶ Pakar Komunikasi, *Komunikasi Dakwa – Pendekatan Praktis Yang Efektif*, (<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-dakwah> diakses pada 14 Januari 2022)

selalu berpindah dari masjid ke masjid dan rutin pada setiap hari senin malam.

Majelis adalah tempat dimana sekelompok manusia berkumpul untuk melakukan aktivitas atau perbuatan.⁷ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Majelis ialah tempat pertemuan dan perkumpulan orang dalam berjumlah banyak atau bangunan tempat orang berkumpul.⁸

Majelis Rasulullah merupakan salah satu majelis dzikir dan shalawat terbesar di Jakarta pimpinan Habib Munzir bin Fuad Al-Musawa dan memiliki beberapa cabang yang salah satunya berada di Lampung dipimpin oleh Habib Abdurrahman bin Ahmad Alaydrus yang berlokasi di Jl. Putri Balau, No.21, Kedamaian, Bandar Lampung.

Shalawat berasal dari kata shalat dan bentuk jama'nya menjadi shalawat yang berarti doa untuk mengingat Allah secara terus-menerus.⁹ Shalawat pada nabi memiliki dua bentuk, yaitu shalawat ma'surat dan shalawat ghairu ma'suarat. Shalawat ma'surat adalah shalawat yang redaksinya langsung yang diajarkan oleh nabi SAW, seperti shalawat yang dibaca dalam tasyahud akhir dalam shalat. Sedangkan shalawat ghairu ma'surat adalah shalawat yang disusun oleh selain nabi SAW, yaitu para sahabat, tabi'in, auliya, atau yang lainnya di kalangan umat Islam. Susunan shalawat ini mengespresikan permohonan, pujian, dan sanjungan yang disusun dalam bentuk sya'ir.¹⁰

Generasi Muda adalah remaja pada masa transisi dalam rentang kehidupan manusia, menghubungkan masa kanak-kanak dan masa deasawa. Remaja dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti mulai dewasa, sudah sampai umur untuk kawin.

⁷ Dewan Redaksi Ensiklopedia Islam (ed) Majelis, *Ensiklopedia Islam*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2004), 121.

⁸ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka, 1999).Cet. Ke-10, 615.

⁹ Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia* (Jakarta: PT. Mahmud Yunus, 2007), 220.

¹⁰ Sokhi Huda, *Tasawuf Kultural: Fenomena Shalawat Wahidiyah*, (Yogyakarta: LKIS, 2008), 134-137.

Menurut Hurlock, remaja merupakan periode peralihan, periode perubahan, sebagai usia yang mengalami masalah seperti mencari identitas, usia, yang menimbulkan ketakutan masa yang tidak realistis dan sebagai ambang masa dewasa.¹¹

Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa. Remaja yang berjalan antara umur 12 sampai 22 tahun dengan adanya perubahan fisik, sosial, dan psikologis, dimana secara psikologis remaja mulai berintergrasi dengan masyarakat dewasa dan berada pada tingkatan yang sama. Peneliti tertarik dengan subjek remaja karena karakteristik keagamaan pada remaja, antara lain; *pertama*, perilaku ritualistik, artinya remaja seringkali menampakkan kegiatan keagamaan secara ritual. *Kedua*, seorang remaja memiliki karakter egosentris, perilaku keagamaan yang dilakukan secara intensif dan lebih mendalam yang ditunjukkan dengan banyaknya kalangan remaja yang mengikuti kajian-kajian keagamaan.¹² Sikap kritis dan ragu menjadikan kalangan remaja rentan terpengaruh terhadap hal negatif dalam bermasyarakat.

Strategi komunikasi dakwah adalah hal yang paling utama dalam membantu kegiatan dakwah, hal ini remaja tidak semata-mata tertarik untuk hadir dalam kegiatan mejelis di masjid-masjid. Untuk itu Majelis Rasulullah memiliki cara untuk mengajak generasi muda untuk menghadiri suatu maejlis bukan hanya mendengarkan ceramah yang begitu panjang, namun juga menggunakan media sholawat menggunakan hadroh untuk daya tarik dalam melakukan kegiatan komunikasi dakwahnya sehingga mudah di terima oleh kalangan remaja.

Berdasarkan uraian di atas maka bahwa maksud penelitian ini adalah mengetahui Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah SAW dalam rangka menanamkan rasa cinta sholawat kepada generasi muda dengan menggunakan berupa strategi atau

¹¹ Elisabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, (Jakarta: Erlangga, 1980), 207.

¹² Muhammad Qadarudin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak, Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah), Vol. 19 No. 2 (Agustus–Oktober 2019), 179. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida/article/view/7589/3833>

cara Majelis Rasulullah berdakwah melalui da'i yang bertujuan mengajak manusia melaksanakan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT sesuai anjuran Islam agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan cara yang telah ditetapkan oleh Majelis Rasulullah dalam mencapai keinginan untuk generasi muda dalam mengingat dan mencintai Rasulullah SAW dan membina generasi muda menjadi lebih baik, lebih memahami, lebih beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT dan tentunya adanya strategi komunikasi agar kegiatan dakwah dapat berjalan dengan baik yang sesuai yang diharapkan di Bandar Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan proses penyampaian nilai-nilai islam yang menghendaki terjadinya perubahan pada diri individu, kelompok atau masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Hal ini berdasar pada definisi dakwah sebagai suatu usaha memindahkan umat dari satu situasi ke situasi lainnya, yakni dari situasi negatif ke situasi yang positif, dari kekufuran menjadi beriman, dari kemaksiatan kepada ketaatan kepada hukum Tuhan untuk mencapai ridha Allah swt.

Dakwah berasal dari akar bahasa arab (*da'a, yad'u, da'watan*) secara bahasa berarti memanggil, seruan, ajakan, menuntun, mendorong atau propaganda. Secara bahasa, dakwah berarti mencari (seperti mengajarkan sesuatu), mendorong (seperti mendorong manusia untuk mendapatkan). Secara istilah dakwah adalah menyampaikan ajaran islam kepada manusia, mengajarnya dan menerapkan ajaran islam dalam kehidupannya.

Dakwah adalah memotivasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk memrintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah dapat dipandang sebagai aktualisasi iman (*teologis*) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman di bidang kemasyarakatan. Dakwah dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara marasa, berfikir, bersikap dan bertindak dari manusia pada dataran kenyataan individual dan

sosio-kultural guna mengusahakan terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara-cara tertentu.¹³

Dakwah pada hakikatnya adalah panggilan Allah dan Rasul-Nya yaitu panggilan yang membawa kepada upaya untuk menghidupkan atau dengan kata lain panggilan untuk memberdayakan. Pada aspek sosiologis, dakwah merupakan kebutuhan manusia dalam rangka menumbuhkan kesalehan individual dan kesalehan sosial. Fungsi dakwah menurut sosiologi adalah untuk memelihara keharmonisan hidup bermasyarakat dan mendorong kemajuan masyarakat. Pada aspek psikologis, dakwah difungsikan sebagai alat untuk mengembangkan jiwa kepribadian manusia menuju jiwa yang lebih shaleh.¹⁴

Dakwah islam sangat berbeda dari sekian banyak bentuk dakwah dan gerakan. Dakwah ini ibarat sebuah tanaman unggul nan istimewa, sehingga harus ditumbuhkan dengan baik, dikembangkan di tanah yang subur, disiram dengan 'air' ketabahan dan kesabaran yang baik. Dan jalan terjalnya yang panjang, tidak dapat dipangkas dengan loncatan-loncatan yang membahayakan dan diringkas dengan pembelokan-pembelokan yang membinasakan, melainkan harus dijalankan dengan manhaj (metode) yang telah dicontohkan Nabi Muhammad SAW kepada kita berdasarkan wahyu dan dengan wataknya yang moderat dan seimbang antara kelembutan dan keberanian.¹⁵

Bagi para pelaku dawah agar agar misi islam *rahmat li al-alamin* dapat menyentuh hati nurani umat. Karena masyarakat sebagai objek dakwah, memiliki kemajuan dalam ipteknya, maka mereka semakin kritis menilai setiap informasi yang sampai padanya. Seringkali masyarakat merasa kecewa bukan karena materi dakwah yang disampaikan oleh para dai, melainkan ucapan

¹³ Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Prisma Duta, 1983), 4.

¹⁴ Fitri Yanti, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Umat Perspektif Al-Quran, Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol.14No.1(April2020), 102. <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/3276/2114>

¹⁵ Muhammad Amahzun, *Manhaj Dakwah Rasulullah*, (Jakarta: Qisthi Press, 2004), 23.

atau ungkapan yang tidak etis, seperti menuding, memojokkan, dan memvonis perilaku masyarakat yang serba munafik, kafir, dan sebagainya.¹⁶ Tegus dan sapa tidak keluar dari hati yang benci dan permusuhan. *Nawaitu* (niat) dan motivasi sebagai muslim dan muslimah dalam melakukan tugas *amar ma'ruf nahi munkar*, tegur sapa itu tidak didorong oleh kebencian dan permusuhan, malah sebaliknya harus menumbuhkan rasa cinta persaudaraan.¹⁷

Keberhasilan dakwah dipengaruhi oleh metode, media yang digunakan, sebaik apapun penguasaan materi yang dimiliki oleh da'i bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan, kemampuan untuk memilih dan menggunakan metode dakwah yang tepat sesuai dengan kondisi obyektif mad'u akan meningkatkan kredit point.¹⁸ Bagi da'i ketepatan dalam memilih metode dan media dakwah akan sangat membantu da'i untuk lebih mudah menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Aktivitas dakwah memiliki tujuan utama dan target yang hendak dicapai yakni merubah manusia dari suatu keadaan menuju keadaan yang lebih baik, sesuai ajaran Islam. Untuk dapat mencapai tujuan dan target tersebut maka, diperlukan strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya. Strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut strategis.¹⁹

¹⁶ Thohir Luth, *M.Natsir, Dakwah dan Pemikirannya* (Jakarta: Gema Insani, 1999), 69.

¹⁷ M.Natsir, "Masjid Jama'ah Ukhuwah" dalam *Serialkhutbah Jumat* No.42 Rabi'ul Awal 1405 H/ Desember 1984 M, 35.

¹⁸ Fitri Yanti, *Tabsyir dan Tanzir dalam Dakwah Prespektif Psikologi dalam Resolusi Konflik*, Jurnal al-Ummah Vol. III No. 1 (Januari 2008), 7. <http://www.almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/71/67>

¹⁹ M.Taufik, "Strategi Dakwah Majelis Ahbaabus Shalawat" (skripsi IAINmetro, Lampung, 2019), 21.

Dalam berdakwah penting adanya komunikasi, karena komunikasi merupakan alat kelangsungan hidup manusia dan adanya berkomunikasi kita dapat memperoleh informasi tepat dan akurat. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang.

Strategi komunikasi dakwah didefinisikan sebagai “metode, siasat, taktik, atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan dakwah).²⁰ Strategi komunikasi dakwah majelis rasulullah SAW dalam menanamkan rasa cinta sholawat kepada generasi muda dengan menekankan pentingnya akhlak secara sempurna melalui kecintaan kepada nabi Muhammad SAW dengan cara selalu mengajak para jama'ah untuk selalu bersholawat. Banyak bershalawat kepada Rasulullah SAW merupakan tanda cinta seorang muslim kepada beliau shallallahu 'alaihi sallam. Membaca shalawat bagi umat muslim di Indonesia merupakan hal yang sudah biasa dan biasa disebut sebagai budaya dan tradisi.

Strategi komunikasi dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah. Orientasinya adalah mengajak mengajak orang lain untuk berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi dakwah adalah suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak (komunikasikan, hadirin atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan).Orientasi strategi dakwah terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai dan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi.²¹

Eksistensi dakwah sesungguhnya juga dipengaruhi oleh perubahan sosial-kultural yang ada. Dengan demikian dalam dunia dakwah juga perlu mengenal dan memahami suatu perubahan yang

²⁰ Samsul Munir Amin, ‘*Ilmu Dakwah*’, (Jakarta: Amzah, 2009), 106.

²¹ Muhammad Qadarudin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah), Vol. 19 No. 2 (Agustus–Oktober 2019), 181. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida/article/view/7589/3833>

terjadi pada setiap waktu, sehingga metode dan materi dakwah dapat disesuaikan dengan suasana dan keadaan masyarakat yang berubah.

Sehingga bisa dikatakan strategi dakwah yang baik adalah dakwah yang mampu mengikuti perkembangan zaman sekaligus menyesuaikan dengan situasi dan kondisi jamaah hingga mampu menjadi solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan strategi dakwah yang tepat. Perubahan kondisi sosial-kultur yang terjadi di Bandar Lampung khususnya pada anak muda membuat suatu keprihatinan sendiri teruntuk para ulama di Bandar Lampung.

Remaja merupakan manusia berumur belasan tahun. Pada masa remaja manusia tidak dapat dikatakan sudah dewasa ataupun tidak dapat dikatakan masih anak-anak. Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa. Remaja yang berjalan antara umur 12 sampai 22 tahun dengan adanya perubahan fisik, sosial, dan psikologis, dimana secara psikologis remaja mulai berintergrasi dengan masyarakat dewasa dan berada pada tingkatan yang sama.

Di zaman milenial ini banyak para remaja yang berperilaku menyimpang dari ajaran agama dan masih banyak sekali remaja yang mencari jati dirinya. Masa untuk menunjukkan eksistensi diri tapi sangat disayangkan eksistensi itu mereka tunjukkan dengan melakukan tindakan negatif yang menyebabkan keresahan dalam masyarakat dari yang ringan sampai yang berat. Seperti pergaulan bebas, tawuran, dan penyalahgunaan narkoba.

Hal ini keperhatian yang membuat Habib Munzir bin Fuad Al-Musawa bergerak untuk mengajak dan merangkul anak-anak muda generasi milenial agar remaja tidak berkumpul yang mengandung mudharat dan untuk memperbaiki akhlak sesuai ajaran nabi agar terhindar dari fitnah luar biasa akhir zaman, semangat dakwanya Habib Munzir bin Fuad Al-Musawa ialah mengajak umat islam khususnya pada remaja untuk bertobat dan mencintai nabi Muhammad dan sunnahnya, menjadikan nabi Muhammad sebagai idola, dan dakwahnya Habib Munzir di mulai

dari mushola ke mushola dan dari masjid ke masjid dari kampung ke kampung dahwahnya Habib Munzir di Jakarta, namun semngat dakwahnya Habib Munzir tidak hanya ingin untuk remaja di Jakarta saja, Habib Munzir ingin dakwah kepada remaja untuk mengingat Rasulullah disebarluaskan ke seluruh kota dan Habib Munzir memberi nama majelis yang beliau buat dengan nama Majelis Rasulullah karena tidak ada alasan yang dibicarakan selain ajaran Muhammad dan membimbing para jama'ah untuk mencintai Allah dan MuhammadNya.

Dakwah Majelis Rasulullah seiring berjalannya waktu majelis rasulullah memiliki beberapa cabang salah satunya di Bandar Lampung yang dibina oleh Habib Abdurrahman bin Ahmad Alaydrus dengan srategi dakwah yang kekinian dengan diiringi hadroh dan lantunan nasyid menggunakan suara yang merdu dan indah untuk bersolawat kepada nabi.

Visi dan misi Habib Abdurrahman bin Ahmad Alaydrus dalam memimpin majelis ini aialah meneruskan perjuangan dakwah Habib Munzir bin Fuad Al-Musawa. Melihat masyarakat yang berbuat keemudharat khususnya pada remaja di Bandar Lampung yang sering melakukan tindakan negatif. Beliau ingin merangkul generasi pada hal positif sarta beliau ingin baginda Nabi Muhammad SAW dikenal oleh khalayak luas karena mebimbing masyarakat untuk mencintai Allah dan Rasul-Nya, namun untuk mencintainya sepenuh hati dibutuhkan proses yang tidak mudah.²²

Banyak orang hanya sekedar tahu nama baginda Nabi Muhammad SAW tetapi untuk kisah hidupnya, perjuangannya, keteladannya, kemuliaannya dan keistimewaannya sungguh masih terbatas atau sedikit pengetahuan mereka tentang hal itu.

Rasulullah *shallahu'alaihi wa salam*, bersabda:

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ أَكُونَ أَحَبَّ إِلَيْهِ مِنْ وَاَلِدِهِ وَوَالِدِهِ وَالنَّاسِ أَجْمَعِينَ (رَوَاهُ
الْبُخَارِيُّ) ُ

²² Wawancara Dengan Bapak Adit Pada Tanggal 19 Juli 2021

“Tidaklah sempurna iman salah seorang diantara kalian hingga aku menjadi orang yang paling dicintainya di banding anaknya, orang tuanya dan seluruh umat manusia” (HR. Bukhari).

Sholawat adalah satu bentuk pujian, sanjungan, dan do'a yang ditujukan kepada Rasulullah SAW. Sebagai bukti dari rasa hormat dan cinta kita kepadanya. Dan orang-orang yang bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW akan menerima beragam pahala dan keutamaan.²³ Arti bershalawat dapat dilihat dari pelakunya, jika shlawat itu datangnya dari Allah swt, berarti Allah memberikan rahmatnya kepada makhluk. Shlawat dari malaikat berarti memberikan ampunan. Sedangkan shlawat dari orang-orang mukmin berarti suatu doa agar Allah swt memberikan rahmat dan kesejahteraan kepada nabi Muhammad SAW dan keluarganya.²⁴

Sebagai umat Islam sosok uswah khasanah kita yakni Nabi Muhammad SAW, yang menjadi figur yang baik dan patut menjadi contoh untuk kehidupan pada saat ini. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Ahzab: 21

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

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.”²⁵

Majelis Rasulullah yang memiliki banyak jama'ah baik dari kalangan orang tua maupun remaja, namun lebih banyak didominasi oleh remaja. Dominasi ini dikarenakan remaja haus

²³ Kinoysan, *Love banget sama Sholawat*, (jakarta: Grasindo, 2013), 7.

²⁴ Wisnu Khoir ”peranan Shalwat Dalam Relaksasi Pada Jama'ah Majelis Rasulullah Di Pancoran”, (skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2007), 21.

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an da Terjemahannya*, (Surabaya: CV Pustaka Agung Harapan), 595.

akan nilai-nilai islam, rasa penasaran mereka terhadap nilai-nilai islam yang luhur dan keinginan tahu mereka terhadap nabi Muhammad SAW, yang sering kali ditanamkan di mereka cinta sholat terhadap kecintaan mereka terhadap rasulullah SAW.

Pada dasarnya agar pesan-pesan dakwah bisa tersampaikan dengan mudah pada masyarakat kita harus menyesuaikan apa yang menjadi kebiasaan masyarakat dalam berprilaku, kebudayaan dan sebagainya. Pendeknya, apa yang selalu menjadi kebiasaan mereka, disitulah kita bisa menjadikannya sebagai sarana untuk berdakwah.

Begitu pula dengan media dakwah melalui lagu yang saat ini banyak digemari para anak muda dan mudah sekali untuk dicerna pesan yang terkandung dalam syair lagu. Hal semacam ini kita bisa berdakwah di antaranya melalui pop religi dan nasyid. Melalui hal ini pesan-pesan Islam tanpa di sadari akan sampai kepada mereka dengan mudah tanpa mengganggu kegemaran mereka sekaligus mengalihkan kegemaran dari hal-hal buruk kepada hal positif, yakni dari lagu-lagu bernuansa kekerasan, fantasi, dan roman teralihkan ke lagu-lagu yang bernuansa religi karena tanpa disadari mereka akan merenungkan atau memikirkan pesan-pesan di dalam lagu-lagu yang mereka sukai.²⁶

Cara Habib Abdurrahman bin Ahmad Alaydrus menyampaikan dakwah kepada anak muda dengan cara merangkul yaitu dengan mengajak mereka anak muda menggunakan marawis dan hadroh menjadi semacam konser dakwah untuk bershalawat dan memuji-muji Rasulullah.

Hal inilah yang menyebabkan daya tarik remaja pada dakwah majelis Rasulullah yakni adanya ilmu yang disampaikan untuk pembenahan akhlaq disertai bershalawat kepada Nabi dengan iringan hadroh yang menjadikan dasar sebagai lambang kecintaan dan kerinduan umat kepada Nabi Muahmmad SAW. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh umat terdahulu baik dari kalangan sahabat hingga kepada kita umat muslim.

²⁶ Fitri Yanti, *Komunikasi Dakwah Dalam Kesenian Nasyid*, Vol. 12 No. 2 (Juli-Desembar 2016), 212.

Majelis Rasulullah shalawat ini menginspirasi masyarakat untuk semakin mencintai Nabi Muhammad. Firman Allah dalam Q.S Al- Ahzab: 56

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Artinya : Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya. (Q.S Al- Ahzab:56)

Majelis Rasulullah merupakan, tempat perkumpulan orang-orang yang mencintai bershalawat kepada Nabi Muhammad saw untuk mencari rahmat dari Allah dan Nabi Muhammad saw. Shalawat juga sebuah sarana untuk menambah iman kita kepada Allah swt dan cinta kita kepada Nabi Muhammad SAW. Serta mengetahui tentang sunnah-sunnah Nabi Muhammad saw agar manusia mengamalkannya apa yang telah Nabi ajarkan kepada umatnya untuk berbuat baik sesama makhluknya. Shalawat mempunyai makna yang berbeda bergantung subyek pembacanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, jama'ah Majelis Rasulullah sangat banyak yang mayoritas di hadiri para remaja. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara ilmiah tentang Strategi Komunikasi Dakwah yang dilakukan oleh Majelis Rasulullah dalam menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda di Bandar Lampung.

C. Fokus dan Sub Fokus Penilitia

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menetapkan focus penelitian pada “Strategi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda di Bandar Lampung”. Adapun subfokus dalam penelitian ini adalah strategi dakwah pada msyarakat dalam menanamkan rasa cinta sholawat pada generasi muda di Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Dengan melihat dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah; Bagaimana strategi komunikasi dakwah Majelis Rasulullah SAW dalam menanamkan cinta sholawat pada generasi muda ?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah; Untuk mengetahui bagaimana perencanaan strategi komunikasi dakwah majelis Rasulullah SAW dalam menanamkan rasa cinta sholawat pada generasi muda

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dari segi akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai keilmuan dakwah dan dapat menjadi referensi, terutama dalam menemukan strategi dakwah majelis Rasulullah SAW dalam menanamkan rasa cinta sholawat pada generasi muda

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menemukan dan mengaplikasikan strategi dakwah untuk menanamkan rasa cinta sholawat pada generasi muda majelis Rasulullah SAW khususnya, dan majelis-majelis ta'lim lain secara umum.

G. Kajian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai acuan dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan strategi dakwah yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu seperti:

1. Skripsi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung aata nama M.Taufik,

2019 dengan judul “Strategi Dakwah Majelis Ahbabus Shalawat (Studi Pada Masyarakat Di Desa Bangun Rejo Guung Sugih Kabupaten Lampung Tengah)”. Peneliti ini berfokus membahas tentang shalawat yang berdampak positif dalam kehidupan masyarakat di desa Bangun Rejo melalui strategi dakwah yang dilakukan oleh Majelis Ahbaabus Sholawat yang dapat merubah masyarakat yang sebelumnya gemar menkomsumsi miras dan berkelahi. Persamaan dari peneliti ini adalah berfokus pada strategi dakwah yang merubah objeknya menjadi lebih baik dari sebelumnya. Sedang perbedaanya peneliti hanya berfokus pada strategi dakwanya.

2. Skripsi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah atas nama Halomoan, 2013 dengan judul “ Strategi Dakwah Habib Mundzir Al Musawa Dalam Pembentukan Akhlakul Karimah Jama’ah Remaja Di Majelis Rasulullah SAW”. Peneliti ini berfokus membahas tentang pembentukan akhlakul karimah jama’ melalui strategi dakwah yang digunakan oleh Majelis Rasulullah SAW. Persamaan dari peneliti ini adalah objek penelitian yang dituju yaitu Majelis Rasulullah SAW. Sedangkan perbedaanya dalam penelitian ini hanya membahas mengenai dakwah yang dilakukan oleh Alm. Habib Munzir Al-Musawa saja, tidak membahas mengenai strategi komunikasi dakwah Majelis Rasulullah secara menyeluruh.
3. Skripsi mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang atas nama Darojah, 2016 dengan judul “Strategi Dakwah “Majelis Taklim Istighotsah” MWC NU Kecamatan Wonotunggal Kabupaten Batang”. Peneliti ini berfokus pada strategi dakwah majelis taklim istigotzah MWC NU. Persamaan dari peneliti ini adalah meneliti tentang strategi dakwah. Peneliti menemukan objek yang berbeda dengan kajian terdahulu yaitu penelitian terdahulu lebih

berfokus dengan materi dakwahnya. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada strategi komunikasi dakwahnya.

Berdasarkan tinjauan penelitian yang penulis temukan di atas, ada beberapa hal yang memiliki kesamaan dalam skripsi yakni pada strategi. Akan tetapi belum ada yang menggunakan strategi komunikasi dakwah sebagai bentuk kiat dalam upaya menanamkan rasa cinta sholawat. Adapun titik fokus yang penulis teliti yaitu tentang Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung.

H. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara tepat mengenai sifat-sifat dari individu, keadaan, gejala atau fenomena tertentu.²⁷ Peneliti ini tidak mengutamakan besarnya populasi yang akan diteliti, namun yang lebih ditekankan adalah kedalaman (kualitas) data, bukan banyaknya kuantitas data. Penggunaan metode kualitatif deskriptif ini karena peneliti ini menjelaskan bagaimana strategi dakwah Majelis Rasulullah SAW dalam menanamkan rasa cinta sholawat pada generasi muda.

1. Subjek dan objek penelitian

a) Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang diteliti.²⁸ Subjek dalam penelitian ini

²⁷ Jumroni, *Metode-Metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006), 20.

²⁸ Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 135.

adalah Ustadz pengurus Majelis Rasulullah SAW dan jama'ah Majelis Rasulullah SAW.

b) Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dakwah yang digunakan dalam menciptakan generasi muda cinta sholat.

2. Jenis dan Sifat penelitian

a) Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan Field Result. Jenis penelitian ini hasil dari penelitian lapangan yang meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat dan berupa menarik realitas ituke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.²⁹

b) Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu “penelitian untuk membuat pencandraan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu”.³⁰ Maka penelitimelakukan penjelajah umum, dan menyeluruh, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar dan dirasakan. Karena data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

²⁹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 68

³⁰ Sumadi Suryabrata, *Metodolgi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 75.

3. Sumber Data

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (sumber informasi). Data primer adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, atau lainnya yang menjadi subyek penelitian.³¹

Dalam penelitian ini memperoleh data dan informasi secara langsung dengan menggunakan elemen-elemen yang telah ditetapkan sebagai populasi dan sampel. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti guna menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Data primer ini dapat berupa individu dan juga kelompok. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah pengurus majelis Rasulullah dan jama'ah majelis Rasulullah yang mengikuti kegiatan dakwah.

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pengurus Majelis Rasulullah dengan jumlah 30 orang dan jama'ah berjumlah 200 orang. Jadi keseluruhan data primer dalam penelitian ini berjumlah 230 orang.

Maka dalam hal ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana dalam pemilihan sample berdasarkan kriteria tertentu sehingga mampu memberikan informasi yang spesifik dan representatif tentunya. *Purposive sampling* digunakan karena adanya pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan atau yang diambil bukan berdasarkan strata, random (acak), atau daerah, akan tetapi didasarkan pada suatu tujuan.³² Teknik pengambilan sampel ini berdasarkan penilaian atau

³¹ Dewi Sadiah, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 87.

³² Aridal, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 348.

amatan seorang peneliti mengenai hal-hal dan ciri-ciri apa saja yang berkaitan dengan penelitiannya untuk dijadikan sampel. Maka dari itu, teknik pengambilan sampel ini menggunakan latar belakang pengetahuan dari sampel untuk menghitung berdasarkan populasi yang ada supaya mendapatkan sampel yang sesuai dan akurat untuk memenuhi tujuan dari suatu penelitian.

Dalam penelitian ini penulis memilih sampel pada Majelis Rasulullah dengan kriteria sebagai berikut:

1. Orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap proses pelaksanaan dakwah di Majelis Rasulullah di Bandar Lampung yaitu; 1 orang Ketua Pengurus Majelis Rasulullah dan 2 orang pengurus yang berwenang dalam kegiatan di Majelis Rasulullah.
2. Kriteria yang di ambil dari jama'ah Majelis Rasulullah adalah remaja yang berusia 17 sampai 22 tahun dan setiap usia diambil 1 orang dalam sampel, maka keseluruhan berjumlah 6 orang jama'ah remaja.

Berdasarkan kriteria dan cirri-ciri tersebut, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 9 orang, terdiri dari 1 orang Pengurus Majelis, 2 orang pengurus kegiatan Majelis, dan 6 orang jama'ah remaja yang berusia 17 samapi 22 tahun.

b) Sumber Data Sekunder

Suber data sekunder sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Dalam penilitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penilitian yang dilakukan.³³

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009, Cet. Ke. 8), 137.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara (interview), observasi dan dokumentasi.

a) Wawancara (Interview)

Metode pengumpulan data dengan interview atau wawancara yaitu kegiatan yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden.³⁴ Ada dua jenis wawancara yang dilakukan, yaitu berstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Teknik wawancara berstruktur adalah wawancara yang sebagian pertanyaannya adalah yang sudah ditentukan sebelumnya termasuk urutan dan materi pertanyaannya sudah ditentukan sebelumnya. Sedangkan wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang tidak secara ketat telah ditentukan sebelumnya mengenai jenis, urutan dan materi pertanyaannya.³⁵ Kedua jenis wawancara tersebut akan digunakan dalam penelitian ini. Sebelum dilakukan wawancara, terlebih dahulu mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan secara berurutan. Jika dalam wawancara tersebut ada hal lain diluar pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan maka akan langsung ditanyakan kepada informan. Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan terhadap Ustadz pengurus Majelis Rasulullah SAW.

b) Obsevasi

Observasi merupakan cara peneliti untuk mendapatkan data dengan terlibat langsung dalam kegiatan yang akan diteliti. Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu. Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi partisipatif yaitu

³⁴Amin Abdullah, dkk, *Metodologi Penelitian Agama Pendekatan multidisipliner*, (Yogyakarta: lembaga penelitian UIN sunan kalijaga, 2006), 203.

³⁵ Ahmad Tahze, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: teras, 2009), 63.

metode observasi dimana peneliti juga berfungsi sebagai partisipan, ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh kelompok atau objek yang diteliti.³⁶ Teknik ini digunakan untuk mengamati dan mencatat gambaran

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pencarian data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip dan lain sebagainya. Dengan dokumen ini dapat diperoleh data monografi serta demografi penduduk guna memenuhi kelengkapan penulisan tentang gambaran umum lokasi penelitian

d) Metode Analisis Data

Setelah peneliti berhasil mengumpulkan data (baik itu data yang didapat melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi), kemudian data-data tersebut perlu dioalah dan dianalisis untuk menjawab masalah penelitian yang ada. Dan apabila kita telah mengumpulkan data dan mencatat data yang diperoleh dari hasil observasi deskriptif dilapangan, atau melalui wawancara dan dokumentasi, maka kita dapat melakukan analisis data. Dan selanjutnya akan di tulis dalam bentuk laporan dari hasil yang di peroleh secara deskriptif analisis, yaitu penyajian dalam bentuk tulisan yang menerangkan apa adanya sesuai yang diperoleh dari penelitian.

³⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 12.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan dan penyusunan pada skripsi ini, maka penulis akan menyajikan pembahasan dalam beberapa bab sistematiknya sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I, menjelaskan tentang penegasan judul untuk skripsi mengenai Strategi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda di Bandar Lampung. Menjelaskan istilah-istiah penting dalam judul skripsi yang penulis buat agar tidak ada kesalahpahaman serta keliruan. Kemudian menguraikan latar belakang masalah serta menjelskan persoalan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Lalu penulis mengidentifikasi dan membatasi masalah agar lebih fokus pada permasalahan penelitian. Kemudian mencantumkan rumusan masalah yang berupa pertanyaan mengenai masalah penelitian yang akan dicari jawabannya dengan pelaksanaan penelitian. Menguraikan tujuan dan manfaat penelitian dan mencantumkan kajian penelitian terdahulu yang relevan agar penulis mengetahui hal-hal yang sudah diteliti dan yang belum diteliti agar tidak terjadi penjiplakan. Kemudian menjelaskan metode penelitian atau tindakan yang digunakan untuk meneliti serta pemecahan masalah. Dalam bab I juga terdapat sistematika pembahasan untuk mendeskripsikan alur pembahasan peneliti skripsi.

2. BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MAJELIS DALAM MENANAMKAN RASA CINTA SHOLAWAT PADA GENERASI MUDA

Pada Bab II menjelaskan teori-teori mengenai Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Rasulullah SAW Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda, diantaranya pengertian strategi, strategi komunikasi, unsur-unsur srategi, pengertiandakwah, unsur-unsur dakwah,

metode-metode dakwah, majelis taklim, generasi muda, serta pengertian shalawat.

3. BAB III Aktivitas Majelis Rasulullah Dalam Menanamkan Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung

Pada Bab III menjelaskan Profil Majelis Rasulullah SAW. Dimana peneliti menguraikan sejarah singkat Majelis Rasulullah SAW serta visi dan misi Majelis Rasulullah SAW. Kemudian menjelaskan Aktivitas Majelis Rasulullah SAW.

4. BAB IV Strategi Majelis Rasulullah Saw Dalam Menanamkan Rasa Cinta Sholawat Pada Generasi Muda Di Bandar Lampung

Pada Bab VI peneliti menganalisis jama'ah generasi muda majelis Rasulullah terhadap rasa cinta sholawat dan faktor pendukung dan penghambat mejelis Rasulullah dalam menanamkan rasa cinta sholawat.

5. BAB V PENUTUP

Pada Bab V terdapat kesimpulan yang berisi pernyataan singkat peneliti mengenai strategi dakwah majlis rasulullah dalam menanamkan rasa cinta sholawat pada generasi muda di Bandar lampung, berdasarkan analisis data serta temuan penelitian, lalu terdapat rekomendasi atau saran penulis



BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA GENERASI MUDA

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi terdiri dari dua kata yaitu strategi dan komunikasi. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*Strategia*” yang diartikan sebagai “*the art of general*”. Strategi dapat diartikan sebagai ilmu siasat perang, akal atau tipu melihat untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.³⁷ Strategi komunikasi merupakan manajemen suatu perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang di inginkan.³⁸ Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan. Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan saluran (media) penerimaan sampai pada pengaruh (efek) yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.³⁹

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk merubah tingkah laku penerima.⁴⁰ Dalam konteks komunikasi, strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar dapat mengungguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi.

Strategi Komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) komunikasi dan manajemen (management)

³⁷ Suharso dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widy Karya, 2002), 648.

³⁸ Afia E P Tahoba, “*Strategi Komunikasi Dalam Program Pengembangan Masyarakat (Community Development)*” *Prosiding Seminar Nasional (Pengembangan Pulau-Pulau Kecil 2011)*, 194.

³⁹ Hafield Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), 61.

⁴⁰ *Ibid*, 65.

komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan untuk menunjukkan arah saja, melainkan mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁴¹

Seperti layaknya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus di dukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan yang berdasarkan pengalaman yang telah teruji.

Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan komunikasi yaitu menjawab pertanyaan “ *Who Says What In Channel To With What Effect?*”, yaitu segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan pernyataan dalam rumus Lasswell tersebut.

1. *Who?* (Siapakah komunikatornya ?).
2. *Says What?* (Pesan apa yang dinyatakan ?)
3. *In Which Channel?* (Media apa yang digunakan ?)
4. *To Whom?* (Siapa komunikannya ?)
5. *With What Effect?* (Efek apa yang diharapkan ?)

Sehubungan dengan penggunaan teori tersebut, ada alasan bahwa teori ini sangat erat dalam hubungannya dengan strategi untuk memberikan pengaruh kepada norma-norma dan batas-batas situasi perorangan.

Pertama, pesan komunikasi bisa memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce exiting patterns*) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.

⁴¹ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja RosdaKarya, 2017), 32.

Kedua, media massa bisa menciptakan keyakinan baru (creat new shared conviction) mengenai topik dengan topik khalayak yang kurang berpengalaman sebelumnya.

Ketiga, media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada (*change exiting norm*) dan karenanya mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang lain.⁴²

Dalam rangka menyusun menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen-komponen komunikasi,

- a. Mengenal sasaran komunikasi
- b. Kerangka refrensi
- c. Faktor situasi dan kondisi
- d. Pemilihan media komunikasi
- e. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
- f. Peranan komunikator dalam komunikasi.⁴³

Sementara istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication dan bersumber dari kata communis yang berarti sama, sama di sini maksudnya adalah sama makna atau sama arti.⁴⁴ Komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna atau sama arti. Jadi, komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara bertahap serta berkaitan satu dengan yang lainnya dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Arifin, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi ini berarti

⁴² Endang Rismawati, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM LA NUGRAHA Lampung Pada Program Siraman Rohani*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2018), 35.

⁴³ Wiranto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), 56.

⁴⁴ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja RosdaKarya, 2017), 9.

dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan secara mudah dan cepat.⁴⁵

Dengan kata lain bisa dikatakan bahwa strategi komunikasi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi sangat penting dalam keberhasilan lembaga atau sebuah organisasi khususnya di majelis Rasulullah SAW di Bandar Lampung bahwa untuk -mencapai suatu tujuan harus adanya strategi yang telah direncanakan dan akan mempermudah untuk menuju sasaran yang diperlukan.

2. Fungsi-Fungsi Strategi Komunikasi

Berhasil atau tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai dua fungsi ganda:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan dan kemudahan di dispersion media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.⁴⁶

Maka strategi dapat diartikan dalam membantu pengkoordinasian dan pengarahan aktifitas organisasi, menunjukkan bagaimana individu bekerja sama dengan yang lain. Strategi harus menyiapkan keputusan cocok atau sesuai

⁴⁵ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global)*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018), 5.

⁴⁶ Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja RosdaKarya, 2015), 28.

dan tentunya hal ini sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi, dan fungsi terakhir dari strategi adalah proses yang terus menerus berjalan penemuan maksud dan tujuan menciptakan dan menggunakan sumber-sumber daya, serta pengarahan aktivitas pendukungnya.

3. Tujuan Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan tujuan dari strategi komunikasi. R. Wayne Pace, Brent D, dan M. Dallas Burnett mengatakan dalam bukunya *Techniques for effective communication* bahwa tujuan strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. *To secure understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa yang terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi
- b. *To establish acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c. *To motive action*, penggiatan untuk memotivasi
- d. *The goals which the communication sought to achieve*, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.⁴⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah pelaksanaan untuk mencapai tujuan, dimana untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi tidak hanya untuk berfungsi sebagai suatu petunjuk arah saja tetapi juga harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya dan untuk mencakup keseluruhan kegiatan majelis Rasulullah dalam melancarkannya kegiatannya.

4. Komponen Strategi Komunikasi

Cutip menegaskan bahwa agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikan strategi komunikasi, maka kita

⁴⁷Ibid, 40.

harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi agar mencapai tujuan yang di inginkan. Berikut ini langkah-langkah tersebut:

a. Membingkai pesan

Prinsip pertama dari pembingkaiian isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau karyawan dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus di desain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat, dan audien.

b. Semantic

Semantic adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.

c. Symbol

Komunikasi bukan sekedar semantic, komunikasi juga menggunakan symbol dan streatip. Symbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan banyak orang di jalur komunikasi yang panjang. Symbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

d. Rintangan dan stereotip

Hambatan untuk menjelaskan pesan ada dipihak komunikator dan audiennya. Seperti dicatat Lipman, setiap orang tinggal di dalam lindungan (kepompong) lingkungannya sendiri. Kepompong ini menyekat individu dari serbuan informasi yang tak ada hentinya dan semakin meningkat intensitasnya. Ada rintangan sosial, rintangan usia, rintangan bahasa atau kosakata, serta rintangan ekonomi dan politik, ada rintangan ras, rintangan dan distori yang menutup komunikasi tampak jelas dalam perbedaan antar kelompok etnis dan ras di masyarakat Amerika yang multicultural. Sama halnya di Indonesia tentunya yang juga

memiliki keanekaragaman suku ras dan kepercayaan. Juga ada rintangan yang sering dilupakan yakni, kemampuan atau kesediaan audien untuk menyerap pesan. Terakhir ada persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di arena publik.⁴⁸

Oleh karena itu dalam komunikasi tidak ada yang lebih menyulitkan ketimbang kenyataan bahwa kebanyakan audien media massa punya akses terhadap fakta, Dengan akses yang terbatas dan dengan beberapa informasi yang membingungkan dari pada menjelaskan, orang sangat mengandalkan pada stereotip. Kesan spesifik dan signifikan menjadi sesuatu yang sangat umum atau digeneralisir.

5. Faktor-Faktor Strategi Komunikasi

Suatu strategi harus efektif dan jelas karena ia mengerahkan organisasi pada tujuannya untuk itu konsep suatu strategi harus memperhatikan faktor-faktor penetapan strategi, diantaranya:

a. Lingkungan

Lingkungan tak pernah berada pada kondisi dan selalu berubah. Perubahan yang terjadi berpengaruh sangat luas kepada segala sendi kehidupan manusia. Sebagai individu masyarakat tidak hanya kepada cara berfikir tetapi juga dengan tingkah laku, kebiasaan, kebutuhan, dan pandangan hidup.

b. Lingkungan organisasi

Lingkungan organisasi yang meliputi segala sumber daya dan kebijakan organisasi yang ada.

⁴⁸ Nur Kholisah, "Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi", Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, (September-Desember 2015), 195. Jurnal.upnyk.ac.id

c. Kepemimpinan

Seorang pemimpin adalah seorang tertinggi dalam mengambil segala keputusan, karena itu setiap pemimpin dalam menilai perkembangan yang ada dalam lingkungan baik *eksternal* maupun *internal* berbeda.⁴⁹

6. Jenis-Jenis Strategi Komunikasi

a. Strategi Persuasif

Strategi persuasif merupakan upaya melakukan perubahan dengan cara membujuk masyarakat tersebut untuk melakukan perubahan atau menerima suatu inovasi.⁵⁰ Informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya, sebagai komunikator dan sekaligus mediator berupaya membnetuk sikap dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui rangsangan dan stimulasi.⁵¹

b. Strategi Sentimental

Stategi sentimental adalah memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra audien. Memberi mitra audien nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini.⁵²

⁴⁹ S.P Siagian, *Manajemen Modern*, (Jakarta: Masagung, 1994), cet ke-2, 9.

⁵⁰ Ika Widiastuti, *Strategi pengetasan Kemiskinan Melalui Kemandirian Pangan Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021), 65.

⁵¹ Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Prilaku Konsumen*, (Bogor: IPB Press, 2018), 540.

⁵² Halimatus Sakdiah, *Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Dakwah Rasulullah (Prespektif Psikologi)*, Vol.15 No.30 (Juli-Desember 2016), 43. <https://jurnal.uinantasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/download/1219/927#:~:text=Strategi%20sentimental%20adalah%20dakwah%20yang,yang%20dikembangkan%20dari%20strategi%20ini.>

c. Strategi Informatif

Strategi informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.⁵³

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Kegiatan tersebut dilakukan melalui lisan (*bil-lisan*), tulisan (*bil-kitabah*), dan perbuatan (*bil-hal*). Ini artinya dakwah menjadi misi abadi untuk sosialisasi nilai-nilai Islam dan upaya rekonstruksi masyarakat sesuai dengan adagium Islam *rahmatan lil'alamiin* (ISRA) yaitu rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk sejagat raya. Model masyarakat yang ingin diwujudkan adalah umat terbaik atau istilah Al-Qur'an *khaira ummahdi* mana aktivitas *amr ma'ruf nahi munkar* berjalan dan terjalin secara berkelanjutan.

Kata dakwah berasal dari bahasa arab “*Da'a - Yad'u-Da'watan*” yang dalam bentuk masdar “*Da'wah*” mempunyai arti ajakan, panggilan atau undangan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut sebagai da'I, artinya orang yang menyeru. Karena perintah memanggil atau menyeru adalah proses penyampaian (*tabligh*) atau peantaran pesan tertentu maka pelakunya dikenal sebagai *muballigh*

⁵³ Fajar Heryadi Trimawardi, *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah, Dan Hambatan*, <http://www.sman3cikarangutara.sch.id/read/4/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan>, diakses pada 20 Febuari 2022

artinya penyampai atau proses. Secara etimologi *dakwah* atau *tabligh* merupakan suatu proses penyampaian atau pesan-pesan tertentu yang merupakan seruan atau ajakan dengan bertujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.⁵⁴

Sedangkan secara terminologis dakwah telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam *sabil* Allah Swt. Bukan untuk mengikuti da’I atau sekelompok orang.

Menurut M.Natsir, dakwah adalah usaha-usaha menyerukan kebaikan kepada perseorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia dan yang meliputi *amar ma’ruf nahi munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing sebuah pengalamannya dalam berkehidupan bermasyarakat dan berkehidupan dalam bernegara.

Dan menurut Prof. H.M Arifin, M.Ed., Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan pengajaran dan ajakan yang baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.

Istilah dakwah dalam Al-Qur’an diungkapkan dalam bentuk fi’il maupun masdar sebanyak lebih dari seratus kata. Al-Qur’an menggunakan kata dakwah untuk mengajak umat manusia kepada kebaikan yang diertai dengan resiko. Dalam Al-Qur’an dakwah dalam arti mengajak ditemukan sebanyak 46 kali, 39 kali dalam arti mengajak kepada Islam dan kebaikan, dan 7 kali mengajak ke neraka atau kejahatan. Selain itu banyak

⁵⁴Samsul Munir Amin, MA. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 1-2.

juga ayat-ayat yang menjelaskan istilah dakwah dalam konteks yang berbeda.⁵⁵

Pada intinya dakwah merupakan perintah Allah Swt untuk mempengaruhi manusia dalam menuju kebaikan, seperti firman Allah Swt dalam surat Al-Imron ayat 104:

وَأَتَيْنَاكُمْ مَائِدَةً يَدُ عُونٍ نَالِ الْخَيْرِ وَيَأْمُرُ وَيَنْهَى وَيُؤْتِيهِمْ نِعْمًا مُنْكَرًا وَأُولَئِكَ هُمُ
مُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.

Sebagaimana seperti yang telah dijelaskan diatas, definisi dakwah meskipun terdapat perbedaan-perbedaan kalimat tetapi tetap memiliki prinsip yang sama. Hal itu dapat ditegaskan sebagai berikut:

- a) Dakwah tidak sama atau indenti dengan tabligh, ceramah dan khotbah. Akan tetapi, mencakup komunikasi dakwah dengan pesan-pesan agama melalui lisan (*bil-lisan*), tulisan (*bil-kitabah*) dan dengan perbuatan, keteladanan dan aksi sosial (*bil-hal*).
- b) Dalam pelaksanaan dakwah melibatkan sejumlah unsure sebagai suatu sistem yaitu dai (*mubalig*), *mad'uw* atau orang yang diajak. Selain itu, adanya pesan yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah serta tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk kebahagiaan manusia baik di dunia hingga di akhirat.
- c) Sasaran dakwah (*mad'uw*) meliputi individu, keluarga dan masyarakat. Elaborasi hal ini menunjukkan bahwa kegiatan dakwah mencakup dakwah *fardiyah*, kegiatan dan penyuluhan Islam dan penyiaran atau komunikasi Islam secara luas.

⁵⁵ Munir Muhammad dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 17.

- d) Secara implisit definisi di atas juga mengisyaratkan bahwa dakwah harus diorganisir dan direncanakan dengan baik. Karena kegiatan dakwah merupakan program yang terus-menerus dan tidak pernah berakhir dan dilakukan secara bersama.⁵⁶

Dengan demikian, dakwah merupakan sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, dan *way of life* manusia sebagai objek dakwah kearah kualitas menuju kehidupan yang lebih baik.

2. Pendekatan Dakwah

Agar dalam berdakwah bisa di terima dengan baik maka diperlukan pendekatan dakwah yang secara global di sebutkan dalam al-Qur'an dalam Q.S. An-Nahl (16):125,

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Ajaklah kepada jalan Tuhanmu dengan jalan hikmah (bijaksana) dan ajaran-ajaran (nasihat-nasihat) yang baik, dan bertukar pikiranlah dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui orang-orang yang sesat dari jalan-Nya, dan lebih mengetahui siapa orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Sebagaimana telah disebutkan dalam ayat diatas ada tiga pendekatan yang biasa dilakukan untuk melaksanakan dakwah, yaitu:

- a. Hikmah (dengan kebijaksanaan)
- b. Mau'izhah hasanah (Nasihat-nasihat yang baik)
- c. Mujadalah bil latii hiya ahsan (Diskusi dengan cara yang baik)

⁵⁶ H. Abdullah, *Ilmu Dakwah*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 10.

Selain beberapa pendekatan di atas, secara umum ada dua strategi pendekatan dakwah lain yang dapat dilakukan, yaitu:

- 1) Pendekatan Struktual, yaitu pengembangan dakwah dapat melalui jalur structural formal misalnya melalui pemerintahan.
- 2) Pendekatan Kultural, yaitu dakwah melalui jalur kultural nonformal misalnya melalui pengembangan masyarakat, kebudayaan, sosial, dan bentuk nonformal lainnya.⁵⁷

3. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Tentunya dalam kegiatan mempunyai tujuan. Secara hakiki dakwah mempunyai tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada di dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits dalam mengajak manusia untuk mengamalkannya. Tujuan dakwah ini dapat dibagi menjadi tujuan yang berkaitan dengan materi dan objek dakwah.

Dengan demikian, tujuan dakwah adalah melakukan proses penyelenggaraan dakwah yang terdiri dalam berbagai aktivitas untuk nilai tertentu dan nilai yang ingin dicapai oleh keseluruhan usaha dakwah pada hakikatnya merupakan konsekuensi logis dari usaha-usaha dakwah yang dilakukan dengan sungguh-sungguh dan dalam hal tersebut diwujudkan dalam penghayatan, penyebaran, dan perubahan atau pembangunan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran. Meskipun terjadi perbedaan-perbedaan tetapi sebenarnya pendapat-pendapat mereka memiliki benang merah yang dapat menjadi titik temu dan hakikat dari dakwah itu sendiri, yakni dakwah Islam sebagai aktivitas (proses) mengajak kepada jalan Islam. Dalam aktivitas mengajak kepada jalan Islam, Al-Qur'an memberikan gambaran yang jelas seperti yang tertera dalam surat Fushilat ayat 33:

⁵⁷ Agus Hermawan, *Retorika Dakwah*, (Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus, 2018), 21.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ
الْمُسْلِمِينَ

Artinya: Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang soleh dan berkata: “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?”.

Dari ayat di atas penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa ada dua pendekatan yang digunakan dalam menjalankan aktivitas dakwah, yakni dakwah bil-qoul dan dakwah bil-amal. Dakwah bil-qoul dapat dilakuakn secara individual, kelompok, atau massa. Dakwah bil-amal merupakan aktivitas dakwah yang dilakukan dengan cara rekayasa sosial.⁵⁸

Tanpa dakwah, umat Islam dapat kehilangan arah. Dengan dakwah Islam menjadi saudara seperti dalam potret identitas. Dengan demikian kita bisa membuat pernyataan bahwa kehidupan seseorang ditentukan oleh keyakinannya, sedangkan keyakinan itu ditentukan oleh pengetahuannya. Urgensi dakwah terletak pada kebenaran ajaran Islam. Kita bisa membandingkan dunia sebelum dan sesudah datangnya dakwah Islam. Selain itu, kita juga dapat membuktikan kandungan Al-Qur’an dan Al-Sunnah dengan realitas kehidupan manusia sebagai individu maupun masyarakat untuk melihat potret umat manusia di dunia sebelum datangnya dakwah.

4. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam suatu aktivitas dakwah yang berupa ajakan, melahirkan suatu proses penyampaian, ada beberapa unsur dakwah yang ada dalam aktivitas dakwah tersebut:

a) Subjek Dakwah

Subjek dakwah atau da’i adalah pelaku dakwah yang memiliki beberapa kompeten. Faktor subjek dakwah ini

⁵⁸ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016) cet.1, 11.

sangat menentukan suatu keberhasilan aktivitas dakwah. Maka subjek dakwah yaitu da'i atau lembaga dakwah harus mampu menjadi penggerak dakwah yang konsisten dan profesional. Baik dilakukan oleh individual maupun kolektif, profesionalisme sangat dibutuhkan, termasuk di dalam lembaga-lembaga dakwah. Subjek dakwah dalam taraf ini disebut *Da'i*.

b) Metode Dakwah

Metode berasal dari dua kata yaitu "*meta*" dan "*hodos*" yang berarti jalan atau cara. Dengan demikian metode dakwah adalah hal yang menyangkut masalah serta bagaimana harus tahu untuk menghadapi suatu masalah itu untuk mencapai tujuan dakwah tersebut.

c) Objek Dakwah

Secara etimologi kata *mad'u* dari bahasa Arab, diambil dari bentuk isim *maf'ul* (kata yang menunjukkan objek atau sasaran). Menurut terminologi *mad'u* adalah orang atau kelompok yang lazim disebut dengan *jama'ah* yang sedang menuntut ajaran agama. Jadi, *mad'u* adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan yaitu:

- 1) Golongan cerdas cendekiawan, yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menanggapi persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka (yang senang membahas sesuatu),

tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.⁵⁹

Sasaran dakwah (objek dakwah) meliputi masyarakat yang dapat dilihat dari beberapa segi, yakni segi sosiologis berupa masyarakat pedesaan dan kota besar. Sudut struktur kelembagaan berupa masyarakat, pemerintah dan keluarga. Segi sosial kultural berupa golongan priyayi, abangan dan santri. Segi tingkat usia berupa anak-anak, remaja dan orang tua. Segi tingkat hidup seperti orang menengah, kaya, dan miskin.

d) Materi Dakwah

Materi dakwah atau Madah Ad-Da'wah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada objek dakwah atau mad'u berdasarkan keseluruhan ajaran islam yang ada di dalam kitabullah maupun sunnah Rasulullah ﷺ.

Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak menonton, sehingga objek dakwah atau mad'u dapat mengkaji lebih dalam mengenai materi agama islam dan meningkatkan kualitas pengetahuan keislaman kepada objek dakwah atau mad'u serta apa yang telah disampaikan oleh da'i kepada objek dakwah atau mad'u dapat diamalkan dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

e) Media Dakwah

Media dakwah atau *Wasilah* adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah yang berupa ajaran Islam kepada objek dakwah atau mad'u. Menurut Hamah Ya'qub, *wasilah* atau media dakwah terbagi menjadi lima macam, lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak. Lisan adalah media yang sangat sederhana dengan menggunakan lidah dan suara. Media lisan pada umumnya berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, dan penyuluhan.

⁵⁹ Wahyu Ilahi, *Komuniaksi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

Tulisan adalah media melalui tulisan seperti buku, majalah, surat kabar, surat menyurat dan spanduk. Lukisan adalah media melalui gambar seperti karikatur. Audiovisual adalah media yang dapat merangsang indra pendengaran dan indra penglihatan, seperti film, *slide*, televisi, dan internet. Akhlak, yaitu media yang dilakukan melalui perbuatannya yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh objek dakwah atau mad'u.

5. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyapaikan materi dakwah dengan benar. Dalam metode dakwah bisa merujuk pada surat An-Nahl ayat 125. Di dalam ayat ini terdapat ada tiga metode, yaitu *bi al-hikmah*, *mau'izatul hasanah*, dan *mujadalah*. Dari penjelasan ini maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Bi al-hikmah

Hikmah secara arti adalah meletakkan sesuatu pada tempatnya. Definisi lain mengatakan bahwasannya hikmah merupakan suatu sikap bijaksana baik perbuatan maupun segala ucapan yang dilakukan secara tepat dalam waktu bersamaan.

Hikmah menurut Syekh Zamakhsyari adalah perkataan yang sudah benar, ia merupakan dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilaangkan keraguan atau kesamaran.⁶⁰

Berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan berdasarkan penjelasan dalil-dalil ilmiah yang memuaskan dan dengan bukti konkrit. Sehingga didalam menjalankan ajaran-ajaran Islam, tidak ada lagi rasa keraguan.

⁶⁰Husain Fadhlullah, *Metodologi Dakwah Dalam Al-Qur'an; Pegangan Bagi Para Aktivis* (Jakarta: Lentera, 1997), 41.

b) *Mau'izatul Hasanah*

Secara bahasa *Mau'izatul Hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *Mau'izatul* dan *Hasanah*. *Mau'izatul Hasanah* adalah nasihat, bimbingan, pendekatan, dan peringatan. Sedangkan *Hasanah* memiliki arti baik yang merupakan antonym dari kata *Syyi'ah* yang artinya jelek. *Mau'izatul hasanah* adalah nasihat yang baik berupa petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati agar hati nasihat tersebut dapat di terima.

c) *Mujadalah*

Mujadalah adalah bertukar pikiran atau berdiskusi dengan cara baik pula. Cara ini terakhir dalam berdakwah ketika dua metode di atas sudah tidak mampu diterapkan. Metode *mujadalah* dilakukan dengan orang yang mempunyai daya intelektualitas dan cara berfikir yang maju seperti digunakan dengan dakwah ahli kitab.⁶¹

Berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau penyampaian ajaran-ajaran Islam dengan baik dan kasih sayang sehingga materi ajaran islam yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh sasaran dakwah.

C. Generasi Muda

1. Remaja

Remaja atau *Adolescence* berasal dari kata latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescencia* yang berarti remaja) yang berarti “tumbuh” atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolescence* memiliki arti yang sangat luas yaitu mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik.

Remaja adalah antara anak dan orang dewasa. Dengan demikian, remaja seringkali dikenali dengan fase mencari jati diri atau fase topan dan badai. Remaja masih belum mampu

⁶¹ Asmuni Syukur, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 2012), 19.

menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi ataupun psikisnya. Terjadinya perubahan kejiwaan menimbulkan kebingungan dikalangan remaja sehingga masa ini disebut oleh orang barat sebagai *periode sturn unddrang*. Sebabnya merasa mengalami penuh gejolak emosi dan tekanan sosial di dalam kalangan masyarakat⁶².

Masa remaja adalah sebuah masa dimana individu menunjukkan perubahan pada aspek sosial, psikologis, dan perubahan pada kognitif, remaja mulai bertaut dengan berbagai macam pemikiran. Pemikiran ini kemungkinan adalah pemikiran yang pesimis yang kemudian bisa membawa remaja pada sebuah keadaan depresi dari waktu ke waktu atau pemikiran tersebut bisa menjadi pemikiran yang optimis yang membuat mereka berperilaku lebih baik dan kuat.⁶³

Menurut Piaget, secara psikologis remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintergrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau tidak ingin sejajar dengan orang dewasa.⁶⁴

Pada remaja terdapat tugas-tugas perkembangan yang penting pada tahap pertengahan dan akhir masa remaja pada individu, yaitu:

- a) Menerima bentuk tubuh orang dewasa yang dimiliki dan hal-hal yang berkaitan dengan fisiknya.
- b) Mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan figure-figur otoritas.

⁶² Zulkifli L, *Psikologi Perkembangan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003) cet ke-X, 63.

⁶³ Karisma Dewi Puspasari, Latipun, Siti Suminarti Fasikhah, *Panduan Program Pengembangan Optimisme pada Remaja*, (Malang: Psychology Forum, 2020), 1.

⁶⁴ Mohammad Ali dan Mohammad Asrori, *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), 9.

- c) Mengembangkan keterampilan dalam komunikasi interpersonal, belajar menerima relasi dengan teman sebaya dan orang dewasa, baik secara individu ataupun kelompok.
- d) Menemukan model identifikasi.
- e) Menerima diri sendiri dan mengandalkan kemampuan dan sumber-sumber yang ada dirinya.
- f)Memperkuat control diri berdasarkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang ada.
- g) Meninggalkan bentuk-bentuk keanak-kanakan.

Dalam batasan remaja terdapat dua periode pada masa remaja yaitu, masa remaja awal dan masa remaja akhir yaitu dari usia 13-18 tahun.⁶⁵ WHO menetapkan batas usia 10-20 tahun sebagai batasan usia remaja, WHO membagi kurun usia tersebut dalam dua bagian yaitu remja awal 10-14 tahun dan remaja akhir 15-20 tahun.

Demikian, masa remaja adalah suatu periode perlihan dari masa kanak-kanak menuju masa deawsa. Pengganti prilaku dan sikap yang ditinggalkan akibat dari perlihan ini, remaja hiudp bersikap *ambivalensi* di satu pihak ingin diperlakukan dewasa seperti tidak ingin diperintah seperti anak kecil akan tetapi di lain pihak segala kebutuhannya masih minta dipenuhi seperti halnya anak-anak.

Banyak definisi yang dikemukakan orang tentang masa remaja,diantaranya adalah masa remaja merupakan masa perkembangan menuju kematangan jasmani, sikap, pikiran, dan emosioanal. Definisi lain adalah berbagai pembentukan pada anak berupa perubahan jasmani, fikiran, kedewasaan, maupun sosial. Semakin banyak masyarakat berkembang, semakin banyak lama masa remaja, karena mereka harus mengenali diri mereka sebagai seseorang yang mudah beradaptasi dengan masyarakat yang penuh dengan pertanyaan.

⁶⁵ Elizabeth Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 1980), 45.

2. Karakteristik Remaja

Perubahan perilaku remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya dimana tempat remaja itu bergaul. Lingkungan yang sangat mempengaruhi karakter remaja adalah teman pergaulan, jika remaja bergaul dengan teman yang baik maka karakternya akan menjadi baik begitu pula sebaliknya. Ditinjau dari segi fisiknya, mereka sudah bukan anak-anak lagi melainkan sudah seperti orang dewasa, ternyata belum dapat menunjukkan sikap sebagaimana orang dewasa. Sikap-sikap yang seringkali ditunjukkan oleh remaja antara lain:

a. Kegelisahan

Sesuai dengan fase perkembangannya, remaja mempunyai banyak idealism, angan-angan atau keinginan yang hendak diwujudkan di masa depan. Namun seringkali angan-angan dan keinginannya jauh melampaui kemampuannya atau keinginannya jauh lebih besar bila dibandingkan dengan kemampuannya,

b. Pertentangan

Pada umumnya remaja sering mengalami kebingungan karena sering terjadi pertentangan pendapat mereka dengan orang tua. Pertentangan yang sering kali terjadi itu menimbulkan keinginan remaja untuk melepaskan diri dari orang tua kemudian ditentangnya sendiri karena dalam diri remaja ada keinginan untuk memperoleh rasa aman.

c. Menghayal

Keinginan untuk menjelajah atau bertualang tidak semuanya dapat tersalurkan. Akibatnya mereka lalu berkhayal, mencari kepuasan, bahkan menyalurkan khayalannya melalui dunia fantasi.

d. Aktivitas berkelompok

Kebanyakan remaja menemukan jalan keluar dari kesulitannya setelah mereka berkumpul dengan rekan sebaya

untuk melakukan kegiatan bersama. Mereka melakukan suatu kegiatan secara berkelompok sehingga berbagai kendala dapat diatasi bersama-sama.

e.Keinginan mencoba segala sesuatu

Pada umumnya remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (*high curiosity*). Karena didorong oleh rasa ingin tahu yang tinggi, remaja cenderung ingin bertualang untuk menjelajah segala sesuatu dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya.⁶⁶

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak dengan masa dewasa yang memiliki beragam perkembangan aspek ataupun fungsi untuk memasuki masa dewasa. Dengan mempelajari permasalahan remaja, dengan lebih mengerti tentang kondisi dari pada seorang kanak-kanak. Karena jika kita salah dalam memahami permasalahan remaja akan banyak sekali dampak yang merugikan di masa depannya kelak, sebagai anak maupun generasi penyokong peradaban bangsa.

3. Ciri-ciri Perkembangan Remaja

a.Perkembangan sosial

Salah satu perkembangan paling sulit diantara kaum remaja adalah penyesuaian sosial. Setiap remaja harus mampu beradaptasi dengan lawan jenis dalam hubungan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan beradaptasi dengan orang dewasa di luar sekolah atau dalam keluarga.

Untuk mencapai tujuan model sosialisasi orang dewasa, seorang remaja harus dapat menyesuaikan masalah perilaku sosial, kelompok sosial baru, nilai-nilai baru dalam memilih persahabatan.

⁶⁶ Faizah Noer Laela, *Bimbingan Konseling Keluarga Dan Remaja Edisi Revisi*, (Surabaya: UINSA Press, 2017), 136-140.

b. Pengembangan Moral

Pada dasarnya, moralitas adalah seperangkat nilai yang berasal dari banyak perilaku yang harus dihormati dan menjadi norma yang mengatur perilaku individu dalam hubungannya dengan kelompok sosial dan masyarakat sebagai bidang psikologi perkembangan.

Moralitas adalah ukuran kebaikan dan kejahatan, yang ditentukan oleh individu dengan nilai-nilai sosial-budaya, dimana individu bertindak sebagai anggota sosial

c. Perkembangan Emosi

Dalam perkembangan remaja akhir dan juga dalam perilaku sehari-hari, umumnya disertai dengan tindakan seperti bahagia dan tidak bahagia. Perasaan yang menyertai tindakan ini disebut warna efektif, yang kadang-kadang kuat, lemah, dan kadang-kadang tidak jelas.⁶⁷

D. Dakwah Pada Remaja

Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Kemajuan dan kemuduran umat Islam sangat berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Dalam pengertian yang intergralistik, dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju perikehidupan yang Islami. Dakwah harus direncanakan secara matang, baik yang menyangkut materinya, tenaga pelaksananya, ataupun metode yang akan dipergunakan.⁶⁸

⁶⁷Akbar Asfihan, "Ciri-ciri Perkembangan Akhir Remaja" (https://adalah.co.id/remaja/#Ciri-ciri_Perkembangan_Akhir_Remaja, diakses pada 8 Oktober 2021).

⁶⁸Vita Fitriyatul Ulya, "Dakwah Pada Masyarakat Ambangan", (<http://vita-fitriyatul-ulya.blogspot.com/2011/12/dakwah-pada-masyarakat-abangan.html?m=1>, diakses pada tanggal 18 Oktober 2021)

Dakwah merupakan bagian dari informasi sebagai suatu sistem yang penting dalam gerakan-gerakan Islam. Dakwah dipandang sebagai proses perubahan yang diarahkan dan direncanakan dengan harapan terciptanya individu, keluarga, dan masyarakat serta peradaban dunia yang diri dhai Allah Swt.⁶⁹ Dakwah merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu mukmin sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya dengan tujuan untuk menjadikan umat manusia memiliki kehendak untuk memeluk dan menerima Islam dengan baik dengan tujuan umatnya memperoleh kesejahteraan di dunia dan kebahagiaan di akhirat. Dengan begitu, dapat kita pahami pula bahwa dakwah merupakan suatu sistem agar suatu aktivitas mencapai sasarannya dengan tepat, yang terkait dengan berbagai unsur dakwah itu sendiri.⁷⁰

Dakwah adalah kewajiban setiap umat manusia yang menghambakan dirinya kepada Allah, dakwah adalah kebutuhan alam semesta dan seisinya, kebutuhan primer bagi kita manusia dan dakwah tak sekedar kita pahami dengan ceramah di atas mimbar atau tausiyah, karena dakwah memiliki dimensi yang luas.

Manusia yang menjadi obyek dakwah, dilihat dari segi masa, ada yang mengalami masa kanak-kanak, remaja, dewasa, dan lanjut usia. Tiap masa yang dialami dan dilalui manusia itu, masing-masing mempunyai kekhususan atau keistimewaan sendiri. Jadi, setiap masa manusia tentu ada perbedaan antara satu masa dengan masa lainnya. Karena itu da'I harus mengetahui, memahami, dan mendalami kekhususan dari masing-masing masa manusia. Meskipun mereka sama-sama manusia, tapi masa kanak-kanak berbeda dengan masa remaja. Masa remaja berlainan dengan masa dewasa.

Masa remaja bukan sudah masa kanak-kanak lagi, tetapi bukan pula masa dewasa. Dengan kata lain, masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa deawasa. Pada masa ini terjadi perubahan besar dalam hidup

⁶⁹ Abdul Pirol, "*Komunikasi dan Dakwah Islam*", (CV Budi Utama: Sleman, 2018), 2.

⁷⁰ *Ibid*, 9.

remaja, ada perubahan suara, pertumbuhan fisik dan pengalaman baru yang tidak dialami sebelumnya. Sehingga, masa ini ada yang menyebutnya sebagai masa pancaroba sampai remaja terkadang tidak tahu tentang dirinya sendiri. Karena pada masa ini pada diri remaja sering terjadi konflik kejiwaan dan berakibat mengalami persoalan. Jika tidak terkendalikan dan menjadi liar, maka terjadilah kenakalan remaja yang mengganggu ketertiban dan ketentraman umum.⁷¹

Korelasi dakwah dengan generasi muda, tanpa disadari atau tidak, mentalitas generasi muda adalah metalitas yang kerdil dan kering. Mentalitas yang dipupuk dalam jiwa kaum muda Indonesia mayoritas adalah metalitas berbahasa otot, sehingga pemuda-pemudi kita lebih senang dan merasa puas ketika menyelesaikan masalah dengan bahasa otot, sangat sedikit kaum muda yang bisa diajak berfikir jernih, strategis dan visioner. Kaum muda tumbuh dengan emosi yang meledak-meledak, arogansi yang tinggi, prestise yang berlebihan dan itu semua tidak diimbangi dengan kesadaran akan siapa dirinya

Ketika pendekatan secara keilmuan (pendidikan formal) begitu sulit menembus dinding-dinding mentalitas yang kerdil itu, maka yang dapat menumbuh suburkannya adalah dakwah. Dakwah secara konsep memang namprak abstark, tapi bukan berarti dakwah tidak dapat dikonkritasikan. Dakwah dapat terlihat, seperti dengan keteladanan yang baik (uswatun hasanah) dan pola ini pulalah yang menjadi salah satu pola yang digunakan oleh Rasulullah SAW dalam mensyi'arkan Islam di lingkungan Mekkah yang begitu jahiliyah di zamannya. Keteladanan yang baik ada pada dakwah dan bahasa dakwah itu adalah bahasa Islam, sedangkan bahasa Islam itu berarti keimanan dan ketaqwaan dan

⁷¹Suara Muhammadiyah, "Dakwah dan Remaja", (<https://suaramuhammadiyah.id/2016/02/06/dakwah-dan-remaja/>, diakses 18 Oktober 2021)

Islam itulah yang akan mengantarkan kita pada kehidupan yang penuh kedamaian, ketentraman dan kesejahteraan lahir dan batin.⁷²

Remaja adalah masa mencari jati diri dari permasalahan yang dihadapi dalam bergaul di masyarakat. Jika remaja tidak dapat mengetahui arah dalam menemukan jati dirinya mereka akan terjerumus dalam hal negatif dalam bermasyarakat dalam kenakalan remaja. Yakni dakwah hadir dalam membina remaja sesuai tuntunan dari Al-Qur'an dan Al-Sunnah agar remaja menjadi generasi muda yang terbaik yang membawa kesejahteraan dan ketentraman dalam bermasyarakat. Pada intinya remaja selalu merindukan kesejukan hati dan ketentraman pikiran dalam hidupnya.



⁷²Pena Menari, “Remaja dan Dakwah”, (<http://menaribersamapena.blogspot.com/2012/09/remaja-dan-dakwah.html?m=1>, diakses 19 Oktober 2021)

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad Pirol, (2018), *Komunikasi dan Dakwah Islam*, Sleman: CV Budi Utama.
- Ahmad Tahzeh, (2009), *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Teras.
- Agus Hermawan, (2018), *Retorika Dakwah*, Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus
- Amin Abdullah,dkk, (2006), *Metodologi Penelitian Agama Pendekatanmultidisipliner*, Yogyakarta: Lembaga Penelitian UIN Sunan Kalijaga.
- Amrullah Ahmad, (1983), *DakwahIslam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Prisma Duta.
- Aridal, (2014), *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Asmuni Syukur, (2012), *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash.
- Asep Syamsul, M. Romli (2013) , *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, Bandung: All Right Reserved.
- Burhan Bungin, (2007), *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama RI, (2004), *Al-Qur''an da Terjemahannya*, Surabaya: CV Pustaka Agung.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, (1999), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. 10, Jakarta: Pustaka.
- Dewan Redaksi Ensiklopedia Islam, ed. Majelis, *Ensiklopedia Islam*, (2004), Jakarta: Ihtiar Baru Van Hoeve.

- Dewi Sadiyah, (2015), *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Edi Suryadi, (2018), *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elisabeth B. Hurlock, (1980), *Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, Jakarta: Erlangga.
- Faizah Noer Laela, (2017), *Bimbingan Konseling Keluarga Dan Remaja Edisi Revisi*, Surabaya: UINSA Press.
- H. Abdullah, (2018), *Ilmu Dakwah*, Depok: Rajawali Pers.
- Hafield Cangara, (2010) *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Hafield Cangara, (2018), *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Husain Fadhlullah, (1997), *Metodologi Dakwah Dalam Al-Qur'an; Pegangan Bagi Para Aktivistis*, Jakarta: Lentera.
- Ika Widiastuti, (2021), *Strategi pengetasan Kemiskinan Melalui Kemandirian Pangan Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Solok: Insan Cendikia Mandiri.
- Jumroni, (2006), *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Karisma Dewi Puspasari, Latipun, Siti Suminarti Fasikhah, (2020), *Panduan Program Pengembangan Optimisme pada Remaja*, Malang: Psychology Forum.
- Kinoysan, (2013), *Love banget sama Sholawat*, Jakarta: Grasindo.
- M. Quraish Shihab, (2001), *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, cet. Ke-22, Bandung: Mizan.
- Mahmud Yunus, (2007), *Kamus Arab Indonesia*, Jakarta: PT. Mahmud Yunus.

- Mohammad Ali dan Mohammad Asrori, (2011), *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Muhammad Amahzun, (2004), *Manhaj Dakwah Rasulullah*, Jakarta: Qisthi Press.
- Munir Muhammad dan Wahyu Ilahi, (2006), *Manejemen Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Onong Uchjana Effendi, (1981), *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: PT. Alumni.
- Onong Uchjana Efendi, (2015) *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja RosdaKarya.
- Onong Uchjana Efendi, (2017), *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT.Remaja RosdaKarya.
- Rachmat Kriyantono, (2006), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- S.P Siagian, (1994), *Manajemen Modern*, Cet. 2, Jakarta: Masagung.
- Sumadi Suryabrata, (2010), *Metodolgi Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Samsul Munir Amin, (2009), *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah.
- Sokhi Huda, (2008), *Tasawuf Kultural: Fenomena Shalawat Wahidiyah*, Yogyakarta: LKIS.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 8, Bandung: Alfabeta.
- Suharso dan Ana Retnoningsih, (2002), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang: Widya Karya.
- Syamsuddin, (2016), *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Cet. 1, Jakarta: Kencana.
- Tatang Amirin, (1998), *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Thohir Luth, (1999), *M.Natsir, Dakwah dan Pemikirannya*, Jakarta: Gema Insani.

Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono, (2018), *Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Prilaku Konsumen*, (Bogor: IPB Press.

Wahyu Ilahi, (2010), *Komuniaksi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Wiranto, (2000), *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Grasindo.

Wulan Purnama Sari, Lydia Irena, (2019), *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Zulkifli L, (2003), *Psikologi Perkembangan*, Cet. 5, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jurnal

Afia E P Tahoba, “*Strategi Komuniaksi Dalam Program Pengembangan Masyarakat (Community Development)*” *Prosiding Seminar Nasional, Pengembangan Pulau-Pulau Kecil* (2011)

Fitri Yanti, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Umat Perspektif Al-Quran, Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 14 No.1 (April2020)

Fitri Yanti, *Komunikasi Dakwah Dalam Kesenian Nasyid*, Vol. 12 No. 2 (Juli-Desembar 2016)

Fitri Yanti, *Tabsyir dan Tanzir dalam Dakwah Prespektif Psikologi dalam Resolusi Konflik*, *Jurnal al-Ummah* Vol. III No. 1 (Januari 2008)

Halimatus Sakdiah, *Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Dakwah Rasulullah (Prespektif Psikologi)*, Vol.15 No.30 (Juli-Desember 2016)

M.Natsir, “Masjid Jama’ah Ukhuwah” dalam *Serialkhutbah Jumat* No.42 Rabi’ul Awal 1405 H/ Desember 1984 M

Muhammad Qadarudin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah), Vol. 19 No. 2 (Agustus–Oktober 2019)

Nur Kholisah, “*Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, (September-Desember 2015)

Internet

Akbar Asfihan, “*Ciri-ciri Perkembangan Akhir Remaja*” (https://adalah.co.id/remaja/#Ciri-ciri_Perkembangan_Akhir_Remaja, diakses pada 8 Oktober 2021)

Fajar Heryadi Trimawardi, *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah, Dan Hambatan*, <http://www.sman3cikarangutara.sch.id/read/4/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan>, diakses pada 20 Februari 2022

Pakar Komunikasi, *Komunikasi Dakwa – Pendekatan Praktis Yang Efektif*, (<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-dakwah> diakses pada 14 Januari 2022)

Pena Menari, “*Remaja Dan Dakwah*”, (<http://menaribersamapena.blogspot.com/2012/09/remaja-dan-dakwah.html?m=1>, diakses 19 Oktober 2021)

Suara Muhammadiyah, “*Dakwah Dan Remaja*”, (<https://suaramuhammadiyah.id/2016/02/06/dakwah-dan-remaja/>, diakses 18 Oktober 2021)

Vita Fitriyatul Ulya, “*Dakwah Pada Masyarakat Ambangan*”, (<http://vita-fitriyatul-ulya.blogspot.com/2011/12/dakwah-pada-masyarakat-ambangan.html?m=1>, diakses pada tanggal 18 Oktober 2021)

Skripsi

Endang Rismawati, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM LA NUGRAHA Lampung Pada Program Siraman Rohani*, (Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2018)

M.Taufik, ” Strategi Dakwah Majelis Ahbaabus Shalawat” (Skripsi Program Sarjana IAIN Metro, Lampung, 2019)

Wisnu Khoir ”peranan Shalwat Dalam Relaksasi Pada Jama’ah Majelis Rasulullah Di Pancoran”,(Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2007)

Sumber Wawancara

Adit, wawancara dengan penulis, crew Majelis Rasulullah SAW Lampung, 19 Juli 2021

Adit, wawancara dengan penulis, crew Majelis Rasulullah SAW Lampung, 22 November 2021

Antonio Paulingga, wawancara dengan penulis, jama’ah Majelis Rasulullah SAW Lampung, 6 Desember 2021

Aziz, wawancara dengan penulis, crew Majelis Rasulullah SAW Lampung, 24 November 2021

Benesa, wawancara dengan penulis, jama’ah Majelis Rasulullah SAW Lampung, 4 Desember 2021

Habib Abdurrahman bin Ahmad Alaydrus, wawancara dengan penulis, ketua Majelis Rasulullah SAW Lampung, 16 November 2021

Jecko Ramadhan, wawancara dengan penulis, jama’ah Majelis Rasulullah SAW Lampung, 5 Desember 2021

M. Adji Sultan Rafi, wawancara dengan penulis, jama’ah Majelis Rasulullah SAW Lampung, 4 Desember 2021

Randa Admiral, wawancara dengan penulis, jama'ah Majelis
Rasulullah SAW Lampung, 6 Desember 2021

Renaldo Bagas Saputra, wawancara dengan penulis, jama'ah Majelis
Rasulullah SAW Lampung, 5 Desember 2021



