

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA MASYARAKAT  
MULTIKULTURAL DI DESA GEDUNG HARAPAN KABUPATEN  
TULANG BAWANG**

**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 :**

**Firda Putri Pradita**

**NPM : 1841010250**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



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

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA MASYARAKAT  
MULTIKULTURAL DI DESA GEDUNG HARAPAN KABUPATEN  
TULANG BAWANG**

**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 :**

**Firda Putri Pradita**

**NPM : 1841010250**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Pembimbing I**

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

**Pembimbing II**

**: Subhan Arif, S. Ag, M. Ag**

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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami tujuan dan maksud dari judul skripsi yang berjudul: “STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA MASYARAKAT MULTIKULTURAL DI DESA GEDUNG HARAPAN KABUPATEN TULANG BAWANG”, penulis akan menguraikan beberapa istilah pokok yang terkandung dalam judul tersebut. Hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan pemahaman, selain itu juga untuk mengarahkan pada pengertian yang jelas sesuai dengan yang dikehendaki penulis. Berikut ini dijelaskan beberapa istilah yang terkandung dalam judul tersebut:

Istilah strategi banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari bisnis, manajemen, dan bahasa sehari-hari. Sehingga, strategi sering dipahami sebagai cara-cara atau taktik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.<sup>1</sup> Menurut Bintoro Tjokro Amijoyo & Mustafa Jaya, strategi adalah keseluruhan langkah-langkah dan rangkaian kebijaksanaan untuk mencapai satu tujuan guna mengatasi persoalan yang ada.<sup>2</sup>

Komunikasi menurut Carl I. Hovland “Komunikasi merupakan cara yang berurutan dalam merumuskan sebuah penyampaian informasi serta membentuk sikap dan sebuah pendapat. Dari definisi yang dikemukakan oleh Hovland, proses yang dilakukan seseorang (komunikator) dalam menyampaikan sebuah informasi kepada orang lain (komunikan) untuk mengubah perilaku komunikan atau pendapat. Dakwah secara arti bahasa yaitu panggilan, seruan ataupun ajakan, bentuk pengucapan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*, sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*) nya berarti memanggil, menyeru atau mengajak (*Da'a, Yad'u, Da'watan*). Dari definisi komunikasi dan dakwah, tersebut maka istilah komunikasi dakwah merupakan ajakan yang dilakukan oleh komunikator dakwah dalam hal ini da'i, untuk mengajak komunikan dakwah dalam hal ini jamaahnya, dengan cara komunikasi verbal maupun non verbal, bertujuan kebaikan dunia dan akhirat.

Jadi, yang dimaksud komunikasi dakwah adalah komunikasi dimana komunikator (da'i) menyampaikan pesan dakwahnya yang bersumber dan sesuai dengan al-qur'an dan sunnah, dengan tujuan mengajak kedalam kebaikan agar komunikan (mad'u) dapat beramal shaleh sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator (da'i).

Masyarakat berarti kumpulan manusia yang hidup dalam satu kesatuan dan berinteraksi menurut sistem adat istiadat dalam suatu daerah untuk waktu tertentu. Multikultural berasal dari dua kata; *multi* (banyak/beragam) dan *cultural* (budaya/kebudayaan), yang secara etimologi berarti keberagaman budaya. Budaya yang mesti dipahami adalah bukan budaya dalam arti sempit, melainkan mesti dipahami sebagai semua dialektika manusia terhadap kehidupannya.<sup>3</sup> Masyarakat multikultural merupakan masyarakat yang tersusun atas keberagaman dan berbagai macam budaya yang didalam kehidupan masyarakat menyangkut nilai-nilai, budaya, dan kebiasaan yang ditekankan pada saling menerima satu sama lain.

Dengan demikian, masyarakat multikultural adalah masyarakat yang terdiri dari dua atau bahkan lebih suku, budaya, serta tatanan sosial dalam satu wilayah yang memiliki struktur kelembagaan dan memiliki perbedaan satu sama lain.

Harus diakui bahwa multikulturalisme kebangsaan Indonesia belum sepenuhnya dipahami oleh segenap warga masyarakat sesuatu yang given, takdir Tuhan, dan bukan faktor bentukan

---

<sup>1</sup> Usfiyatul Marfu'ah, “Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural,” *Islamic Communication Journal* 02, no. 02 (2017): 149-150, <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/view/2166>.

<sup>2</sup> Bintoro Tjoko Wijaya and Mustofa Jaya, *Teori Dan Strategi Pembangunan Nasional* (Jakarta: Gunung Agung, 1990), 13.

<sup>3</sup> Ali Maksum, *Pluralisme Dan Multikulturalisme* (Malang: Aditya Media Publisng, 2011), 143.

manusia. Masyarakat majemuk (*plural society*) belum tentu dapat dinyatakan sebagai masyarakat multikultural (*multicultural society*), karena bisa saja di dalamnya terdapat hubungan antarkekuatan masyarakat varian budaya yang tidak simetris yang selalu hadir dalam bentuk dominasi, hegemoni dan kontestasi. Konsep masyarakat multikultural sebenarnya relatif baru. Sekitar 1970-an, gerakan multikultural muncul pertama kali di Kanada. Kemudian diikuti Australia, Amerika Serikat, Inggris, Jerman dan lain-lainnya.<sup>4</sup>

Dari istilah yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan strategi komunikasi dakwah pada masyarakat multikultural adalah sebuah cara, langkah-langkah, atau taktik yang digunakan da'i ketika menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan yang berperan sebagai mad'u, agar pesan yang disampaikan da'i dalam dakwahnya dapat diterima dengan baik oleh mad'u dan sesuai dengan yang diharapkan da'i.

Dari penegasan judul diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah suatu penelitian yang membahas tentang strategi komunikasi yang dilakukan da'i dalam berdakwah pada masyarakat multikultural, khususnya masyarakat di Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang. Tujuan dari strategi komunikasi yang digunakan da'i yaitu supaya mad'u dapat mengerti pesan apa yang telah disampaikan oleh da'i, kemudian dapan dibina, selain itu juga agar dapat memberikan motivasi kepada mad'u dalam beribadah kepada Allah SWT.

## **B. Latar belakang**

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari masyarakat yang majemuk, baik suku, adat, budaya, bahasa, maupun agama. Masyarakat dengan keberagaman budaya tersebut, hidup bersama dan berdampingan. Ditengah budaya lokal yang beragam itu, agama (Islam) datang, menyebar, dan berkembang. Penyebaran agama Islam pada keragaman budaya tersebut, melahirkan beberapa perspektif, termasuk strategi komunikasi seperti apa yang digunakan oleh da'i ditengah masyarakat yang beragam tersebut.

Adanya keberagaman budaya di Indonesia merupakan kenyataan sosial yang sudah niscaya. Meski demikian, hal itu tidak secara otomatis diiringi penerimaan yang positif pula. Bahkan, banyak fakta justru menunjukkan fenomena yang sebaliknya: keragaman budaya telah memberi sumbangan terbesar bagi munculnya ketegangan dan konflik. Untuk itu diperlukan upaya untuk menumbuhkembangkan kesadaran multikultural agar potensi positif yang terkandung dalam keragaman tersebut dapat teraktualisasi secara benar dan tepat.<sup>5</sup>

Islam merupakan agama universal yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, persamaan hak dan mengakui keragaman latar belakang budaya dan kemajemukan. Menurut Islam, multikultural adalah aturan Tuhan (*sunnatullah*) yang tidak akan berubah, juga tidak mungkin dilawan atau diingkari. Setiap orang akan menghadapi kemajemukan di manapun dan dalam hal apapun. Ungkapan ini menggambarkan bahwa Islam sangat menghargai multikultural karena Islam adalah agama yang dengan tegas mengakui perbedaan setiap individu untuk hidup bersama dan saling menghormati satu sama lain. Demikian pula dalam dakwah yang dilakukan untuk membimbing umat. Aktivitas dakwah pada era sekarang dituntut melakukan upaya-upaya dan pendekatan-pendekatan dakwah yang lebih bisa mengayomi dan mempertimbangkan budaya-budaya masyarakat dan berpijak pada nilai-nilai universal kemanusiaan. Dakwah merupakan suatu proses, seharusnya dilakukan dengan cara-cara dan strategi yang lebih terencana, konseptual dan terus-menerus (*continue*) dan terus meningkatkan pendekatan-pendekatan yang lebih ramah tanpa mengubah maksud dan tujuan dakwah.

Agar agama Islam dapat diterima di masyarakat yang memiliki budaya yang beragam, perlu menggunakan strategi yang tepat dan melakukan pendekatan kultural, agar aktivitas dakwah dan

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Chairul Mahfud, *Pendidikan Multikultural* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2006). 78-79

proses penyampaian pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan dapat diterapkan oleh masyarakat. Dan supaya pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i tidak menyinggung atau membuat kesenjangan sosial antara masyarakat yang berbeda suku dan latar belakang berbeda.

Dakwah multikultural adalah aktifitas menyeru kepada jalan Allah melalui usaha-usaha mengetahui karakter budaya suatu masyarakat sebagai kunci utama untuk memberikan pemahaman dan mengembangkan dakwah.<sup>6</sup> Secara teori, solusi problematika dakwah pada masyarakat yang rentan konflik dapat ditempuh melalui pendekatan antarbudaya, yaitu proses dakwah yang mempertimbangkan keragaman budaya mad'u, dan keragaman penyebab terjadinya gangguan interaksi pada tingkat antarbudaya agar peran budaya agar peran dakwah dapat tersampaikan dengan tetap terpeliharanya situasi damai. Dalam dakwah multikultural, dakwah tidak hanya dipahami sebagai transformasi nilai-nilai Islam yang baik kepada masyarakat di bumi. Namun, hendaknya mengupayakan kesadaran nurani agar mengusung setiap budaya positif secara kritis tanpa terbelenggu oleh latar belakang budaya formal suatu masyarakat.

Di tengah keberagaman masyarakat, da'i diminta untuk memiliki strategi komunikasi dakwah yang tepat, supaya dakwah dapat disampaikan dengan efektif dimasyarakat dengan budaya dan latar belakang yang berbeda-beda. Supaya pesan dakwah tersampaikan dengan baik kepada semua masyarakat, serta tujuan dakwah dapat tercapai. Untuk itu penting bagi seorang da'i memiliki kesadaran akan budaya lokal, sebelum da'i tersebut melakukan aktivitas dakwah.

Desa Gedung Harapan adalah salah satu desa/kelurahan di Kecamatan Penawar Aji, Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung. Mayoritas masyarakat desa ini berasal dari suku Jawa, selain itu terdapat masyarakat yang berasal dari suku lain juga seperti Sunda, Lampung, Batak, Ogan dan Sumendo.

Di Desa Gedung Harapan mayoritas masyarakatnya menganut agama Islam, sedangkan masyarakat non-muslim lebih sedikit. Dengan banyaknya masyarakat penganut agama Islam, di Desa Gedung Harapan ini memiliki 1 Masjid, 5 Musholla, 2 bangunan Gereja untuk umat Kristen dan Khatolik melakukan peribadatan, dan 1 buah Pure.<sup>7</sup>

Masyarakat Desa Gedung Harapan masih sering melakukan aktivitas keagamaan, adapun aktivitas-aktivitas keagamaan yang dilaksanakan di desa Gedung Harapan ini seperti kegiatan pengajian ibu-ibu yang dilaksanakan setiap hari jum'at, dan bapak-bapak disetiap malam jum'at, khataman di masjid setiap jum'at kliwon, perayaan hari besar Islam yang diliputi nuansa budaya Jawa, seperti membuat takir setiap 1 Muharram, meskipun ada masyarakat dari suku lain di desa ini. Hal ini tidak menjadikan perpecahan antara masyarakat Jawa dan Masyarakat suku lain yang ada desa Gedung Harapan. Sebab Masyarakat dari suku lain juga ikut serta dan ikut melaksanakan apa yang juga dilaksanakan oleh Masyarakat Jawa pada umumnya. Adapun kegiatan dakwah yang dilakukan da'i dalam aktivitas-aktivitas keagamaan tersebut yaitu dengan memberikan tausiyah kepada para jamaah dengan materi yang disampaikan beragam tidak hanya tentang syariat islam namun terkadang juga materi yang disampaikan oleh da'i mengusung tema yang sesuai dengan situasi pada saat kegiatan itu berlangsung.

Di tengah keberagaman yang ada di Desa Gedung Harapan, di mana masyarakatnya terdiri dari berbagai latar belakang suku, budaya, dan status sosial yang berbeda itu tentu tidak mudah untuk menyetakannya, maka dari itu da'i dituntut untuk memilih strategi yang efektif dalam dakwahnya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh mad'u yang beragam tersebut dan dapat menyetarakan semua kalangan masyarakat supaya tujuan dakwah yang sudah ditetapkan tercapai.

Dakwah, sebagai salah satu himbauan dalam kehidupan beragama menjadi satu hal yang memiliki nilai positif. Dengan berdakwah berarti telah menyebarluaskan nilai-nilai yang telah dibawa oleh Nabi yang harus sampai kepada umatnya. Namun, kemuliaan dalam melakukan

<sup>6</sup> Acep Aripudin, *Dakwah Antar Budaya* (Bandung: Rosda Karya, 2012). 19

<sup>7</sup> Dokumentasi Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang tahun 2022



dakwah ini akan menjadi sangat tidak berarti jika dilakukan dengan cara yang salah, seperti kekerasan, pemaksaan, atau melanggar nilai-nilai kemanusiaan. Apalagi dalam masyarakat yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda, menjadi tantangan tersendiri bagi para da'i untuk memiliki strategi dakwah yang tepat, agar pesan yang disampaikan tersampaikan dengan baik dan agar ajaran agama Islam dapat diterima dengan baik dikalangan masyarakat. Maka dari itu skripsi ini dimaksudkan untuk membahas tentang strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh da'i dalam menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat multikultural di desa Gedung Harapan.

### **C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menetapkan fokus penelitian pada “Strategi Komunikasi Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang”. Sedangkan subfokus pada skripsi ini yaitu berdasarkan penjabaran di atas dapat diidentifikasi dalam skripsi ini menjelaskan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan da'i dalam berdakwah pada masyarakat multikultural.

### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah yang dilakukan Da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang?

### **E. Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah seperti apa yang digunakan oleh da'i dalam berdakwah pada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan, Kabupaten Tulang Bawang.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian membicarakan tentang kegunaan atau kontribusi yang dapat diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan, berikut manfaat penelitian yang penulis harapkan:

#### **1. Secara Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dibidang strategi komunikasi dakwah dan budaya terutama dalam strategi dakwah ditengah keberagaman budaya pada masyarakat.

#### **2. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan semangat bagi para Da'i dan Da'iah dan masyarakat untuk dapat berinteraksi dan masuk ke masyarakat yang berbeda kebudayaan tapi hidup berdampingan dengan masyarakat tersebut, dan menghargai serta ikut turun dalam kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan keimanan kepada Allah SWT.

### **G. Tinjauan Pustaka**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan telaah kepustakaan, untuk mengetahui apakah penelitian dibidang yang sama sudah dilakukan penelitian atau belum. Penulis menemukan jurnal yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul jurnal tersebut antara lain :

1. Nor Muslim, Abdul Azis, dan Siti Zaenab dengan judul jurnal "Tantangan Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Kalimantan Tengah." Jurnal Dosen IAIN Palangka Raya 2018.

Berdasarkan hasil penelitian dengan data yang ada, penelitian ini memfokuskan pada tantangan dakwah pada masyarakat multikultural di Kalimantan Tengah.<sup>8</sup>

Penelitian yang diangkat oleh Nur Muslim, Abdul Azis, dan Siti Zaenab ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat, di mana di dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang tantangan dalam berdakwah pada masyarakat multikultural di Kalimantan Tengah, sedangkan pada penelitian yang akan penulis angkat membahas tentang strategi komunikasi dakwah yang digunakan Da'i dalam berdakwah pada masyarakat multikultural.

2. Deni Kurniawan dengan judul Skripsi “Peran Da'i dalam Membina Keberagaman Masyarakat di Kampung Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan”. Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung 2018. Berdasarkan hasil penelitian dengan data yang ada, peneliti memfokuskan pada peran seorang da'i dalam membina keberagaman masyarakat di Kampung Gunung Labuhan.<sup>9</sup>

Penelitian yang diangkat oleh Deni Kurniawan ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat, dimana dalam Skripsi yang ditulis oleh Deni Kurniawan ini membahas tentang peran seorang Da'i dalam dakwah, sedangkan yang akan penulis bahas adalah strategi komunikasi dakwah seperti apa yang digunakan oleh Da'i dalam masyarakat multikultural.

3. Topan Samboja dengan Judul Skripsi “Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf di Masjid Al-Hasanah Di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan”. Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung 2019. Berdasarkan hasil penelitian dengan data yang ada, peneliti memfokuskan pada strategi komunikasi dakwah pada muallaf.<sup>10</sup>

Penelitian yang diangkat Topan Samboja ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat. Di mana didalam penelitian Topan Samboja ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah muallaf yang ada di Desa Marga Sari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan, sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian yang penulis angkat ini adalah masyarakat di Desa Gedung Harapan Kecamatan Penawar Aji, Tulang Bawang.

4. Lina Oktapiani Pane dengan Judul Skripsi “Model Dakwah Multikultural Ustadz Hasan Basri”. Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya 2013. Berdasarkan hasil penelitian dengan data yang ada, penelitian ini memfokuskan pada metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hasan Basri.<sup>11</sup>

Penelitian yang diangkat oleh Lina Oktapiani ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat. Di mana dalam penelitian Lina Oktapiani ini yang menjadi objek penelitiannya adalah metode dakwah, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian yang akan penulis angkat ini adalah strategi komunikasi dakwah.

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

---

<sup>8</sup> Nor Muslim, Abdul Aziz, and Siti Zainab, “Tantangan Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Kalimantan Tengah,” *Wardah* 19, no. 2 (2018): <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2449>.

<sup>9</sup> Dedi Kurniawan, “Peran Da'i dalam membina Keberagaman Masyarakat di Kampung Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan,” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018)

<sup>10</sup> Topan Samboja, “Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf di Masjid Al-Hasanah Di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

<sup>11</sup> Lina Oktapiani Pane, “Model Dakwah Multikultural Ustadz Hasan Basri,” (Skripsi, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2013)

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kehidupan atau objek yang sebenarnya. Di dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh sejumlah individu atau sekelompok orang.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menjelaskan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif ini digunakan karena dalam kegiatan penelitian ini akan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam pendekatan deskriptif, data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, hasil pengamatan, hasil wawancara, pemotretan, cuplikan tertulis dari dokumen, catatan lapangan, disusun dilokasi penelitian tidak dituangkan dalam bentuk bilangan statistik.<sup>13</sup> Sehingga memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi dakwah pada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan, Kabupaten Tulang Bawang.

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Juli 2022 yang bertempat di Desa Gedung Harapan, Kecamatan Penawar Aji Kabupaten Tulang Bawang.

## 3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data merupakan faktor sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh sebab itu, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data.

### a. Sumber data primer

Data primer merupakan hasil dari catatan dilapangan berupa fakta dan keterangan yang diambil secara langsung dari narasumber dalam hal ini sumber data, sehingga peneliti diharapkan dapat mengambil hasil dari penelitian dari objek penelitian. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan, sumber data ini dapat dari responden atau subjek penelitian, wawancara atau observasi lapangan.

Dalam penelitian ini mendapatkan data dan informasi secara langsung dengan menggunakan elemen-elemen yang telah ditetapkan sebagai populasi dan sampel. Data ini diambil dari informan yang mempunyai hubungann dengan kegiatan dakwah di Desa Gedung Harapan. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah da'i yang biasa berdakwah di Desa Gedung Harapan berjumlah 2 orang dan masyarakat Desa Gedung Harapan berjumlah 1506 orang. Jadi keseluruhan data primer dalam penelitian ini berjumlah 1508 orang.

Maka dalam hal ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sehingga mampu memberikan informasi spesifik dan representatif tentunya. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>14</sup> Pengambilan sampel ini berdasarkan penilaian atau pengamatan peneliti mengenai hal-hal dan ciri-ciri apa saja yang berkaitan dengan penelitiannya untuk dijadikan sampel.

<sup>12</sup> John W. Creswell, *Research Design*, 4th ed. (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016). 4

<sup>13</sup> Nana Sudjana, *Penelitian Dan Penilaian Pendidikan* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2004). 197

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (tt.p: Prenada Media, 2016). 85



Dalam penelitian ini penulis memilih sampel pada masyarakat Desa Gedung Harapan dengan kriteria yang diambil dari masyarakat Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang adalah sebagai berikut:

- 1) Orang yang aktif dalam kegiatan keagamaan di Desa Gedung Harapan
- 2) Orang dewasa dengan usia 46-50 tahun dan setiap usia diambil 1 orang sebagai sampel.
- 3) Minimal pendidikan terakhir SLTP.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 7 orang yang terdiri dari 2 orang da'i dan 5 masyarakat dari suku yang berbeda dengan usia 46-50 tahun.

b. Sumber data sekunder

Data Sekunder merupakan keterangan-keterangan atau pengetahuan-pengetahuan dari studi kepustakaan untuk melengkapi data primer sebagai penunjang data yang dibutuhkan. Adapun sumber data sekunder meliputi :

- 1) Buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian.
- 2) Dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Desa Gedung Harapan.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk membantu mengumpulkan data maka peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara (interview) merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan biasanya disiapkan terlebih dahulu sebelum diajukan kepada narasumber.<sup>15</sup>

Metode ini digunakan peneliti untuk memperoleh informasi secara garis besar tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah yang digunakan da'i dalam berdakwah pada masyarakat di Desa Gedung Harapan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin yaitu wawancara dilakukan dengan membawa sederet pertanyaan lengkap dan terperinci juga bebas menanyakan apa saja dan pertanyaan masih dapat berkembang sesuai dengan jawaban yang diberikan responden. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah pada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan. Adapun narasumber dalam penelitian ini yaitu H. Kamaluddin dan bapak Mahmudi sebagai da'i, dan masyarakat Desa Gedung Harapan.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung kepada suatu objek yang akan diteliti.<sup>16</sup> Dengan observasi penulis dapat menghimpun data dengan cara pengamatan secara langsung di lapangan.

Observasi adalah pengumpulan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Dengan melakukan pengamatan langsung ketempat penelitian yaitu di Desa Gedung Harapan Kecamatan Penawar Aji Kabupaten Tulang Bawang untuk mendapatkan data yang relevan. Dengan observasi penulis dapat mengumpulkan data dengan cara pengamatan secara langsung di lapangan. Observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan dakwah yang dilakukan da'i di Desa Gedung Harapan Kecamatan Penawar Aji Kabupaten Tulang Bawang.

<sup>15</sup> Sudjana, *Penelitian Dan Penilaian Pendidikan*. 182

<sup>16</sup> Gorys Keraf, *Komposisi* (NTT: Nusa Indah, 2004). 183

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang variabelnya berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda dan sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan terutama untuk mengungkap data yang bersifat administrative dan data kegiatan-kegiatan yang bersifat dokumentasi. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen dan foto-foto. Adapun data yang dihimpun melalui metode dekomuntansi ialah profil Desa Gedung Harapan.

5. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dan diinterpretasikan. Setelah data-data yang dibutuhkan cukup, selanjutnya adalah pengolahan data, dengan cara mengklasifikasikan data-data dan fakta yang di dapat dan menyusunnya secara sistematis sesuai dengan pokok bahasan.

Analisis kualitatif dilakukan dari awal penelitian hingga akhir pengumpulan data. Dalam hal ini, analisis dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu (1) reduksi data; (2) penyajian data; (3) penarikan kesimpulan. Reduksi data berarti merangkum, memilih, hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang dicari tema dan polanya, dengan demikian data yang di reduksi oleh peneliti akan memberikan gambaran yang jelas, dan akan memudahkan peneliti jika memerlukan pengumpulan data lagi.

Penyajian data dimaksudkan sebagai sistematisasi data yang telah diperoleh sehingga didapatkan sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Sistematisasi data merupakan tahap kedua. Pada tahap ini data yang telah direduksi pada tahap pertama dikelompokkan sehingga diperoleh sebuah komposisi data yang terstruktur. Penyajian data dapat dilakukan dengan cara uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Penarikan kesimpulan merupakan konseptualisasi hasil tahap kedua sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian.

**I. Sistematika Penulisan**

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

**BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang penegasan judul skripsi mengenai Strategi Komunikasi Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Desa Gedung Harapan, menjelaskan istilah-istilah penting dalam judul skripsi yang penulis buat agar tidak ada kesalahpahaman serta kekeliruan. Kemudian menguraikan latar belakang masalah serta menjelaskan persoalan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Lalu penulis mengidentifikasi dan membatasi masalah agar lebih fokus pada permasalahan penelitian. Kemudian mencantumkan rumusan masalah dari penelitian. Menguraikan tujuan dan manfaat penelitian serta mencantumkan kajian penelitian terdahulu yang relevan, kemudian menjelaskan metode penulisan dan sistematika penulisan.

**BAB II. LANDASAN TEORITIK**

Bab ini memuat tentang kerangka teori relevan yang berkaitan dengan judul skripsi. Diantaranya: Pengertian, unsur-unsur, macam-macam, konsep, langkah-langkah serta pelaksanaan dari strategi komunikasi dakwah. Selain itu juga terdapat definisi, macam-macam, ciri-ciri, bentuk dan contoh dari masyarakat multikultural, serta masalah yang sering timbul dalam masyarakat multikultural.

**BAB III. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum Desa Gedung Harapan dan aktivitas dakwah di Desa Gedung Harapan serta fakta dan data yang diperoleh selama penelitian.

#### BAB IV. ANALISIS PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah pada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang.

#### BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang bertujuan mempermudah pembaca dalam mengambil intisari hasil penelitian dan saran. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.



## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN MASYARAKAT MULTIKULTURAL

#### A. Strategi Komunikasi Dakwah

##### 1. Pengertian Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi komunikasi dakwah terdiri dari tiga kata yaitu strategi, komunikasi, dan dakwah. Dimana strategi berasal dari istilah Bahasa Yunani yang aslinya berarti “seni sang jenderal” atau “kapal sang jenderal”. Pemahaman ini telah diperluas mencakup seni para laksamana dan komandan angkatan udara. Dengan demikian, dalam istilah tersebut terkandung makna yang mencakup sejumlah situasi kompetitif dalam hal pertarungan dan permainan. Bahkan sekarang dikenal adanya istilah “strategi bermain” untuk menunjukkan pengaturan dan cara-cara bermain dalam rangka menghadapi dan mengalahkan lawan bermain.<sup>1</sup>

Dari perspektif psikologi, strategi dipandang sebagai metode pengumpulan informasi dan pengorganisasiannya, sehingga bisa menaksir suatu hipotesis. Dalam proses penentuannya, strategi merupakan proses berpikir yang mencakup apa yang disebut *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Artinya, strategi dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara terpusat dan hati-hati, sehingga bisa memilih dan memilah tindakan-tindakan yang lebih efektif untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, istilah strategi mengaju pada pemikiran yang efektif, guna menentukan pilihan yang lebih memuaskan. Dengan kata lain, strategi merupakan usaha untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.<sup>2</sup>

Effendy menyatakan bahwa strategi ialah penentuan tujuan yang dicapai dengan sebuah perencanaan atau planning operasional yang terencana dan terukur. Dengan demikian program komunikasi sebagai sesuatu rancangan yang terencana dan terukur dapat di evaluasi dan diperbaiki. Strategi komunikasi bukan hanya sekedar bagaimana pesan dapat tersampaikan kepada khalayak, namun rancangan strategi komunikasi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu memberi efek yang diharapkan, khususnya dalam menciptakan komunikasi yang optimal.<sup>3</sup>

Dari uraian tersebut, bisa disimpulkan bahwa strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam suatu strategi terdapat beberapa hal berikut ini:

- a. Suatu rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.
- b. Analisis terhadap lingkungan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, yang menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan dalam hal pencapaian tujuan.
- c. Keputusan pilihan guna pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

<sup>1</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT Rosda Karya, 2014). 80

<sup>2</sup> *Ibid.* 81

<sup>3</sup> Ulfa Yuniat, *Komunikasi Dan Multikulturalisme Di Era Disrupsi: Tantangan Dan Peluang*, ed. Filosa Gita Sukmono, Fajar Junaedi, and Erwin Rasyid (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2019). 119

d. Rancangan guna menjamin ketepatan tercapainya tujuan dan sasaran.<sup>4</sup>

Sedangkan komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti “membuat kebersamaan” atau “membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih”. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya “berbagi”. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti; untuk bertukar pikiran, perasaan, dan informasi; untuk menjadikan paham (tahu); untuk membuat sama; dan untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik.<sup>5</sup>

Sedangkan, dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti; pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; proses pertukaran diantara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama; seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan; dan ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi. Jadi, secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia.<sup>6</sup>

Pendapat lain tentang definisi komunikasi menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and function of Communication in Society*, Laswell mengemukakan bahwa cara yang baik dalam menjabarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*Who says what in which channel to whom with what effect*” atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana. Definisi Lasswell dianggap paling lengkap karena sekaligus menggambarkan proses dan elemen komunikasi, yakni komunikator (*who*), pesan (*what*), media atau sarana (*channel*), komunikan (*whom*), dan pengaruh atau akibat (*effect*).<sup>7</sup>

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator sebagai sumber kepada komunikan (penerima) melalui media-media tertentu baik secara verbal maupun non verbal dengan maksud ada efek dari yang dihasilkan tersebut.

Strategi komunikasi adalah paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi tersebut harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan guna melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*Planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya. Selanjutnya, dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi ganda, yaitu 1) menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal; 2) menjembatani *cultural gap*, misalnya suatu program yang berasal dari suatu program kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya. Dari pendapat tersebut terlihat bahwa makna strategi komunikasi lebih

<sup>4</sup> *Ibid.* 101-102

<sup>5</sup> Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012). 55

<sup>6</sup> *Ibid.* 56

<sup>7</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis* (Bandung: t.p, 2013). 6



cenderung mengarah pada upaya mengemas pesan untuk dapat dikomunikasikan secara efektif.<sup>8</sup>

Sedangkan menurut Anwar Arifin dalam bukunya *Strategi Komunikasi* menyatakan bahwa “sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.”<sup>9</sup>

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai strategi yang memberikan kerangka kerja yang mencakup kombinasi kegiatan komunikasi yang dapat membawa perubahan dalam pengetahuan, pendapat, sikap, keyakinan atau perilaku masyarakat yang menjadi target yang penting untuk memecahkan masalah dalam suatu jangka waktu tertentu dan menggunakan beberapa sumber daya.

Konsep dakwah sangat beragam dimaknai oleh para ahli. Munir dan Ilaihi mengungkapkan bahwa istilah dakwah dapat dimaknai beberapa pengertian yakni; dakwah adalah suatu kegiatan dengan cara mengajak orang untuk menjalankan ajaran islam. Dakwah juga dimaknai sebagai kegiatan dalam rangka menyampaikan ajaran islam dengan sengaja dan sadar. Dalam pandangan Syafei dakwah bagian dari proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi islam yang melibatkan antara dai (komunikator dakwah), mad'u (komunikasi dakwah), pesan, konteks dan respons guna menjadikan hidup lebih baik, selamat dunia dan akhirat.<sup>10</sup>

Secara etimologi, ulama Kaudah mengatakan bahwa kata “dakwah” berasal dari akar kata bahasa Arab *da'aa*, atau menurut ulama Basrah berasal dari *masdar da'watun*, yang artinya memanggil atau panggilan. Apabila dua kata itu dibedakan. maknanya menjadi sebagai berikut,

- a. *Da'watun* bermakna seruan, panggilan, ajakan, anjuran, undangan, diskusi, jemputan, dan sumpahan. Adapun makna tersebut dapat ditemukan dalam Q.S An-Nahl: 125 sebagai berikut:

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

Ayat diatas bermakna "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk" (Q.S An-Nahl: 125).

- b. *Daa'in* atau *Addaa'ii* bermakna orang yang melaksanakan pekerjaan *da'aa*, bermakna orang yang menyeru, memanggil, mengajak, dan sebagainya. Orang ini biasa dikenal dengan sebutan da'i.
- c. *Mauduu'un* bermakna orang yang dikenai pekerjaan *da'aa*, berarti orang yang dipanggil, diajak, diundang, dan sebagainya.<sup>11</sup>

<sup>8</sup> Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Rosda Karya, 2018). 5

<sup>9</sup> *Ibid.* 5-6

<sup>10</sup> Hamdan Daulay and Evi Septiani T. H., “Komunikasi Dan Dakwah: Strategi Komunikasi Dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja,” *Kalijaga Journal of Communication* 2, no. 1 (2020): 20, <https://doi.org/10.14421/kjc.21.02.2020>.

<sup>11</sup> Suhandang, *Strategi Dakwah*. 21

Setiap perkataan, pemikiran, atau perbuatan yang secara eksplisit ataupun implisit mengajak orang ke arah kebaikan (dalam perspektif Islam), perbuatan baik, amal saleh, atau menuju kebenaran dalam bingkai ajaran Islam, dapat disebut dakwah.

Menurut Muhammad Natsir dakwah didefinisikan sebagai usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan oleh akhlak, dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, berumah-tangga, bermasyarakat, dan bernegara.

Sedangkan Endang S. Anshari mendefinisikan dakwah sebagai upaya menyampaikan ajaran Islam kepada manusia, baik dengan lisan maupun dengan tulisan.

Dakwah memiliki dimensi yang luas. Fuad Amsyari mengemukakan ada empat aktivitas utama dakwah:

- a. Mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dengan lisan. Atau lebih populer dengan sebutan *da'wah bil lisan*, yakni dakwah yang disampaikan dalam bentuk komunikasi lisan (verbal), seperti ceramah, pengajian, khutbah, atau penyampaian dan ajakan kebenaran dengan kata-kata (berbicara).
- b. Mengkomunikasikan prinsip-prinsip Islam melalui karya tulisnya. Atau lebih populer dengan sebutan *dakwah bil hal* dipahami sebagai dakwah yang dilakukan melalui aksi atau tindakan nyata, misalnya melalui program dan aktivitas kelembagaan seperti ormas Islam, lembaga pendidikan Islam, lembaga sosial-ekonomi, baktisosial, dan sebagainya.
- c. Memberi contoh keteladanan akan perilaku/akhlak yang baik. Atau lebih populer dengan sebutan *dakwah bil qalam* yakni dakwah yang disampaikan melalui tulisan yang diterbitkan atau dipublikasikan melalui media massa, buku, buletin, brosur, pamflet, dan sebagainya.<sup>12</sup>

Dengan demikian, maka yang dimaksud dengan strategi komunikasi dakwah adalah suatu cara yang digunakan da'i dalam berkomunikasi kepada mad'u yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah.<sup>13</sup> Tujuan strategi komunikasi dakwah yaitu mad'u dapat mengerti pesan apa yang telah disampaikan oleh da'i, kemudian dapat dibina, dan memotivasi umat sebagai komunikan dalam beribadah kepada Allah SWT. Jadi, yang dimaksud strategi komunikasi dakwah disini adalah suatu cara yang digunakan da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikan) yang berisi perencanaan secara menyeluruh, dan terpadu, yang berupa taktik, siasat, atau metode yang digunakan dalam aktivitas dakwah, yang berisikan rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah.

Adapun beberapa faktor yang mendukung keberhasilan strategi komunikasi dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Mengenali sasaran komunikasi dakwah  
Dalam perencanaan strategi komunikasi dakwah, perlu adanya penentuan khalayak yang akan dituju, sehingga tujuan yang akan disampaikan tepat sasaran.
- b. Pemilihan media komunikasi dakwah  
Dalam mencapai sasaran khalayak yang dicapai, dalam strategi komunikasi dakwah pemilihan media juga menentukan tujuan yang ingin disampaikan.
- c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi  
Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang, isi pesan hanya satu akan tetapi lambang atau simbol yang digunakan lebih dari satu.
- d. Peranan komunikator dalam komunikasi

<sup>12</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. 10

<sup>13</sup> Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural." 150

Faktor komunikator (da'i) yang dapat mempengaruhi strategi komunikasi dakwah adalah daya tarik dari komunikator (da'i) itu sendiri dalam menyampaikan pesannya dan kredibilitas komunikator (da'i).

## 2. Unsur-unsur Strategi Komunikasi Dakwah

Adapun unsur-unsur dalam komunikasi dakwah adalah sebagai berikut:

### a. Pesan

Pesan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik). Akan tetapi, ketika ia disampaikan dari komunikator kepada komunikan, ia menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol/lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak-gerik, dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan, yakni wujud konkret dari pesan, berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret. Suara, mimik, dan gerak-gerik lazim digolongkan dalam pesan nonverbal, sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal.<sup>14</sup>

### b. Komunikator (da,i)

Komunikator merupakan sumber informasi atau orang yang menyampaikan pesan atau informasi yang berinisiatif dalam komunikasi. Tujuan-tujuan yang dilakukan komunikator tergantung benak komunikator, seperti untuk mengubah perilaku orang lain atau pendapat orang lain. Komunikator bisa terdiri dari satu orang, atau lebih dari satu orang, serta kumpulan orang (massa). Jadi, selain komunikator dapat berupa satu orang, bisa juga komunikator terdiri lebih dari satu orang, bahkan banyak orang, baik kelompok orang dalam jumlah kecil maupun besar, dengan tingkat ikatan emosional dan teknis yang berbeda. Inilah yang menyebabkan jenis tatanan komunikasi mulai dari komunikasi intrapersonal, interpersonal, komunikasi massa, komunikasi publik, hingga komunikasi organisasi. Misalnya, dalam tataran komunikasi massa, komunikator biasanya adalah organisasi penerbitan, yakni tim redaksi surat kabar. Surat kabar atau pers adalah komunikator utama dalam komunikasi massa.<sup>15</sup>

### c. Komunikan (mad'u)

Komunikan merupakan unsur dari komunikasi dalam menerima pesan dari komunikator. Komunikan memahami pesan berdasarkan pemahaman masa lalu dalam menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sebagaimana komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa.

### d. Media komunikasi

Komunikasi juga berjalan dengan bantuan sarana berupa media, yang disebut media komunikasi. Media adalah alat yang dipakai oleh komunikator untuk menyampaikan pesan dan diterima oleh komunikan. Media ini tergantung pesan yang akan disampaikan oleh komunikator, bisa berupa media verbal ataupun nonverbal. Media komunikasi berfungsi sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk mengantarkan pesannya agar sampai kepada komunikan. Media komunikasi sendiri terdiri dari media massa dan bukan media massa.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> *Ibid.* 61-62

<sup>15</sup> Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 59

<sup>16</sup> *Ibid.* 62

e. Efek komunikasi

Efek komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek terjadi dibenak komunikan setelah ia menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Efek ini berupa persetujuan, ketidaksetujuan, perubahan keyakinan, dan perubahan sikap. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal:

- 1) Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti, komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi;
- 2) Pengaruh afektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena suatu pidato yang bersifat persuasif, tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu); dan
- 3) Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu. Misalnya, karena baru mendengar khotbah di masjid yang mengobarkan kebencian terhadap agama lain, umat Islam di masjid tersebut beramai-ramai menuju gereja dan membakarnya.<sup>17</sup>

3. Macam-macam Strategi Komunikasi Dakwah

Dalam penyampaiannya, dakwah mempunyai beberapa teknik yang biasa digunakan, antara lain sebagai berikut:

a. *Redundancy (repetition)*

Mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini, banyak manfaat yang diperoleh, diantaranya yaitu khalayak tidak mudah melupakan isi pesan yang disampaikan, komunikator juga akan mengambil pelajaran untuk dapat memperbaiki kesalahan dalam penyampaian pesan sebelumnya, dan khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan karena metode ini berkontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga akan lebih banyak mengikat perhatian.

Akan tetapi dalam metode ini, pada tingkat tertentu akan kehilangan magisnya, namun bila digunakan dengan sederhana akan cukup berfaedah diantara yang maksimum dan yang minimum. Menurut scharm dalam buku Anwar Arifin, pengulangan yang terlalu banyak bisa mencapai titik kekenyangan (*saturation point*), yaitu *redundancy* berlebihan atau tidak tepat penggunaannya. Sebab manusia memiliki kapasitas tertentu saja di dalam menangkap atau menerima stimuli yang ditujukan kepadanya. Sedangkan di dalam melakukan pengulangan-pengulangan itu sebaiknya dengan variasi-variasi yang menarik dan tidak membosankan.

b. *Canalizing*

Canalizing berarti memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. *Canalizing* dimulai dengan memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat, kemudian secara berangsur-angsur mengubahnya kearah yang dikehendaki. Akan tetapi, jika hal ini tidak mungkin maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok tersebut tidak lagi memiliki hubungan yang erat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya menghilang. Dalam keadaan itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

c. *Informative*

---

<sup>17</sup> *Ibid.* 64-65

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

d. *Persuasive*

Mempengaruhi dengan cara membujuk, yaitu menggugah pikiran dan perasaan khalayak. Perlu diketahui bahwa situasi mudah terkena sugesti yang ditentukan oleh kecakapan untuk mensugesti atau menyarankan sesuatu untuk kepada komunikan, dan mereka diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh.

e. *Educative*

Salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak tentang apa yang sesungguhnya di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan tujuan mengubah tingkah laku khalayak ke arah yang diinginkan.

f. *Cursive*

Mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Teknik *cursive* ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan, perintah, dan intimidasi.<sup>18</sup>

4. Konsep Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi komunikasi dakwah merupakan sebuah perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator (da'i) untuk merubah perilaku komunikan (masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi komunikasi dakwah merupakan kepiawaian seorang da'i dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu, serta memiliki watak dasar identifikatif, dan bukan apologistik. Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi komunikasi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh da'i akan memiliki dampak cukup signifikan. Elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Salah satu teori yang penting dalam memahami proses strategi komunikasi dakwah adalah teori difusi inovasi. Difusi adalah proses dimana inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu pada suatu jangka waktu tertentu, diantara anggota sistem sosial. Pesan yang disebarluaskan dalam proses komunikasi tersebut berisi ide-ide, atau praktik yang bersifat baru atau dianggap baru. Difusi merupakan medium inovasi yang digunakan *agent of change* ketika berupaya membujuk seseorang agar mengadopsi suatu inovasi. Sehingga dapat disebut, difusi adalah tipe khusus dari komunikasi yang berisi pesan tentang ide baru. Sedangkan inovasi adalah ide, praktik atau objek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau kelompok yang mengadopsinya.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Misbahul Munir, "Strategi Komunikasi Dalam Program Mutiara Hikmah Di Radio Rasika FM," *Islamic Communication Journal* 3, no. 1 (2018): 41-43, <https://doi.org/10.21580/icj.2018.3.1.2677>.

<sup>19</sup> Bustanol Arifin, "Strategi Komunikasi Dakwah Da' i Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan," *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2018): 165, <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940>.



## 5. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikan perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

### a. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak itu tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

#### 1) Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk dari pengalaman dan kehidupan sosial manusia. Seperti halnya gaya hidup norma hidup status sosial dan ideologi.

#### 2) Faktor situasi dan kondisi

Situasi yang dimaksud di sini ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Agar komunikasi berjalan efektif, tempat penyampaian pesan komunikasi haruslah diperhatikan. Kita perlu mengatur tempat dan ruangan di mana komunikasi akan berlangsung, sehingga hambatan yang datang dapat diminimalisir. Yang dimaksud dengan kondisi yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar. Dalam menghadapi komunikan dengan kondisi seperti itu kita diharapkan sebisa mungkin untuk menciptakan suasana yang menyenangkan. Akan tetapi tidak jarang pula kita harus melakukannya pada saat itu juga.

### b. Menyusun pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi sebagai syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dengan mampu membangkitkan perhatian. Lewat bangkitnya suatu perhatian, maka efektivitas penyampaian pesan-pesan dapat terlaksana.

Dalam menentukan tema dan materi atau isi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sesuai kondisinya dikenal dengan dua bentuk penyajian permasalahan yaitu yang bersifat *one side issue* (sepihak) dan *both sides issue* (kedua belah pihak). *One side issue* dimaksudkan sebagai penyajian masalah yang bersifat sepihak, yaitu dengan mengemukakan hal yang positif saja, atau hal-hal yang negatif saja kepada khalayak. Sebaliknya *both sides issue* suatu permasalahan yang disajikan baik negatif maupun positifnya.

### c. Menetapkan metode

Dalam dunia komunikasi metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut diuraikan lebih lanjut bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu sendiri dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedangkan yang kedua yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau pesan dan maksud yang dikandung. Oleh karena itu, yang pertama (menurut cara

pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua (menurut bentuk isinya) dikenal dengan sebutan metode *informative, persuasive, educative dan cursive*.

d. Penggunaan media

Penggunaan media sebagai alat untuk menyampaikan pesan dan pengaruh kepada khalayak merupakan suatu keharusan di masa modern sekarang untuk dapat menyampaikan pesan komunikasi agar berjalan dengan baik, seorang Komunikator harus selektif memilih media sesuai dengan keadaan dan kondisi khalayak.<sup>20</sup>

6. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dakwah

Setiap orang atau lembaga tertentu bisa dipastikan memiliki satu atau beberapa tujuan yang menunjukkan arah dan menyatukan gerak sasaran yang dimilikinya atau terdapat dalam lembaga tersebut. Tujuan yang akan dicapainya itu adalah keadaan masa yang akan datang yang lebih baik ketimbang keadaan yang sebelumnya. Adapun proses pencapaian tujuan itu memerlukan penataan yang terarah, efektif, dan efisien. Terarah disini dimaksudkan dengan aktivitas yang dilakukan terpusat pada tercapainya tujuan yang telah ditentukan, yaitu melakukan kegiatan-kegiatan rasional yang tepat guna untuk mewujudkan hasil akhir yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan efektif dan efisien dimaksudkan dengan adanya penggunaan sarana yang terbatas pada halhal yang diperlukan. Karena itu pula organisasi atau lembaga yang digerakkan itu merupakan wadah sarana yang diperlukan dan sebagai alat pencapaian tujuan.<sup>21</sup>

Dalam hal kegiatan dakwah, tujuan utamanya jelas merupakan usaha mewujudkan Islam madani, dan ini tidak mungkin bisa dicapai dalam beberapa tahun atau lima tahun saja. Karena itu, rencana pencapaian tujuan utama tersebut bisa digolongkan sebagai rencana jangka panjang. Untuk lancarnya pencapaian tujuan dimaksud, maka perlu adanya pembuatan rencana jangka pendek, yang bisa menjangkau pencapaian rencana jangka menengah, untuk selanjutnya diarahkan pada pelaksanaan rencana jangka panjang tadi. Dengan demikian maka langkah awal yang perlu diambil dalam tahap perencanaan dimaksud adalah penetapan tujuan dakwah yang bisa dijangkau selama waktu yang pendek, menengah dan panjang.

## B. Masyarakat Multikultural

1. Definisi Masyarakat Multikultural

Stephen K. Anderson menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan masyarakat adalah satu spesies makhluk hidup yang bersifat sosial apabila para anggotanya hidup bersama, berinteraksi dan tergantung satu sama lain untuk mempertahankan hidupnya.<sup>22</sup>

Masyarakat Multikultural terdiri dari tiga kata, yakni Masyarakat, Multi, dan Kultural. Masyarakat berarti sejumlah manusia dalam arti seluas luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Multi berarti banyak; lebih dari satu; lebih dari dua. Kultural yakni mengenai kebudayaan.<sup>23</sup>

Secara hakiki, dalam kata itu terkandung pengakuan akan martabat manusia yang hidup dalam komunitasnya dengan kebudayaannya masing-masing yang unik.<sup>24</sup> Dari

<sup>20</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico, 1984). 59-80

<sup>21</sup> Suhandang, *Strategi Dakwah*. 103

<sup>22</sup> Maria Heny Pratiknu, *Masyarakat Multikultural Bentuk Dan Pola Interaksi Dalam Dinamika Kehidupan Sosial* (tt.p: Yayasan Serat Manado, 2012). 15

<sup>23</sup> Muslim, Aziz, and Zainab, "Tantangan Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Kalimantan Tengah.": 126

<sup>24</sup> Nur Hidayah, "Masyarakat Multiultural," *Masyaraat Multikultural Multikultural*, 2006, 1, <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2449/>.

pengertian di atas dapat dipahami bahwa masyarakat multikultural adalah sejumlah manusia yang hidup bersama dengan berbagai budaya di dalamnya.<sup>25</sup>

Kymlicka mengartikan masyarakat multikultural sebagai masyarakat yang tersusun dari berbagai macam bentuk kehidupan dan orientasi nilai. Sedangkan menurut Salim, masyarakat multikultural adalah suatu konsep untuk merujuk pada perspektif hubungan sosial yang sangat beragam, yang masing-masing budaya masih memiliki sifat otonom.<sup>26</sup>

Dengan demikian, masyarakat multikultural adalah masyarakat yang terdiri dari dua atau bahkan lebih suku, budaya, serta tatanan sosial dalam satu wilayah yang memiliki struktur kelembagaan dan memiliki perbedaan satu sama lain.

Dalam kaitannya dengan multikultural, Masdar Hilmy berpandangan bahwa bagi bangsa Indonesia, adanya keberagaman budaya merupakan kenyataan sosial yang sudah niscaya. Meski begitu, hal itu tidak secara otomatis diiringi penerimaan yang positif pula. Bahkan, banyak fakta justru menunjukkan fenomena yang sebaliknya: keragaman budaya telah memberi sumbangan terbesar bagi munculnya ketegangan dan konflik. Untuk itu diperlukan upaya untuk menumbuhkembangkan kesadaran multikultural agar potensi positif yang terkandung dalam keragaman tersebut dapat teraktualisasi secara benar dan tepat.

## 2. Macam-macam Masyarakat Multikultural

Menurut Parekh dalam bukunya *National Culture and Multikulturalism* yang dikutip oleh Chairul Mahfud, yang secara jelas membedakan multikulturalisme menjadi lima. Kelima macam tersebut adalah:

*Pertama*, multikulturalisme isolasionis yang mengacu pada masyarakat di mana berbagai kelompok kultural menjalankan hidup secara otonom dan berinteraksi satu sama lain. *Kedua*, multikulturalisme akomodatif, yaitu masyarakat plural yang memiliki kultur dominan, yang membantu menyesuaikan dan beradaptasi dengan kebutuhan kultural kaum minoritas. Multikultural ini terdapat di Inggris, Prancis dan beberapa negara Eropa yang lain.

*Ketiga*, multikulturalisme otonomis, yakni masyarakat plural di mana kelompok-kelompok kultural utama berusaha mencapai kesetaraan dengan budaya dominan dan menginginkan kehidupan otonom dalam kerangka politik yang dapat diterima secara umum. Perhatian utama kelompok-kelompok kultural terakhir ini adalah untuk mempertahankan cara hidup mereka, yang memiliki hak yang sama dengan kelompok yang dominan. Mereka menentang kelompok kultural dominan dan berusaha menciptakan suatu masyarakat di mana semua kelompok dapat eksis sebagai mitra belajar.

*Keempat*, multikulturalisme kritis atau interaktif, yaitu masyarakat plural di mana kelompok-kelompok kurang peduli dengan kehidupan kultural otonom, tetapi sebaliknya membutuhkan penciptaan budaya kolektif yang mencerminkan dan menegaskan pandangan mereka yang berbeda. Multikultural ini, berlaku di Amerika Serikat dan Inggris perjuangan kulit hitam dalam menuntut kemerdekaan.

*Kelima*, multikulturalisme kosmopolitan, yaitu paham yang berusaha menghapuskan batas-batas kultural sama sekali untuk menciptakan sebuah masyarakat di mana setiap individu tidak lagi terikat pada budaya tertentu. Sebaliknya, mereka secara bebas mengalami budaya dan sekaligus mengembangkan kehidupan budayanya masing-masing.<sup>27</sup>

## 3. Ciri-Ciri Masyarakat Multikultural

<sup>25</sup> Muslim, Aziz, and Zainab, "Tantangan Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Kalimantan Tengah." 126

<sup>26</sup> Pratiknu, *Masyarakat Multikultural Bentuk Dan Pola Interaksi Dalam Dinamika Kehidupan Sosial*. 19

<sup>27</sup> Siti Rohmaniah, "Peran Agama Dalam Masyarakat Multikultural," *Ri'ayah* 03, no. 01 (2018): 47–48, <https://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/riayah/article/view/1178/>.

Pierre L. Van Berghe mengemukakan bahwa masyarakat multikultural mempunyai beberapa ciri yang khas, yakni:

- a. Masyarakat terbagi dalam segmentasi bentuk kelompok-kelompok latar budaya dan sub-budaya yang berbeda, tapi masih memiliki pemisah. Biasanya pemisah itu adalah suatu konsep yang di sebut primordial. Contohnya, di Jakarta terdiri dari berbagai suku dan ras, baik itu suku dan ras dari daerah dalam negeri maupun luar negeri, dalam kenyataannya mereka memiliki segmen berupa ikatan primordial kedaerahaannya.
- b. Memiliki struktur sosial yang terbagi-bagi kedalam lembaga-lembaga yang bersifat nonkomplementer. Maksudnya adalah dalam masyarakat majemuk suatu lembaga akan mengalami kesulitan dalam menjalankan atau mengatur masyarakatnya karena kurang lengkapnya persatuan yang terpisah oleh segmen-segmen tertentu.
- c. Kurang adanya kemauan untuk mengembangkan konsensus antar anggota masyarakat tentang nilai-nilai sosial yang fundamental. Maksudnya adalah dalam kelembagaan pastinya perlu adanya suatu kebijakan dan keputusan. Keputusan berdasarkan kesepakatan bersama itulah yang dimaksud konsensus, hal ini berarti dalam suatu masyarakat majemuk sulit sekali dalam pengambilan keputusan.
- d. Kurangnya kesadaran mengembangkan konsensus relatif sering menumbuhkan konflik antar kelompok sub-budaya tersebut. Dalam suatu masyarakat majemuk pastinya terdiri dari berbagai macam suku adat dan kebiasaan masing-masing. Dalam teorinya semakin banyak perbedaan dalam suatu masyarakat, kemungkinan akan terjadinya konflik itu sangatlah tinggi dan proses peng-integrasiannya juga susah.
- e. Konflik dapat dihindari dan integrasi sosial dapat terjadi, dengan jalan secara relatif menggunakan paksaan ditambah adanya ketergantungan satu sama lain dalam bidang ekonomi.
- f. Adanya dominasi politik kelompok satu dengan kelompok lain. Karena dalam masyarakat multikultural terdapat segmen-segmen yang berakibat pada ingroup feeling tinggi maka bila suatu ras atau suku memiliki suatu kekuasaan atas masyarakat itu maka dia akan mengedepankan kepentingan suku atau rasnya.<sup>28</sup>

#### 4. Bentuk Masyarakat Multikultural

##### a. Interseksi

Dalam Sosiologi, interseksi adalah persilangan atau pertemuan keanggotaan suatu kelompok sosial dari berbagai seksi. Baik berupa suku, agama, jenis kelamin, kelas sosial, dan lain-lain dalam suatu masyarakat majemuk.

Suatu interseksi terbentuk melalui interaksi sosial atau pergaulan yang intensif dari anggota-anggotanya melalui sarana pergaulan dalam kebudayaan manusia, antara lain bahasa, kesenian, sarana transportasi, pasar, sekolah.

Dalam memanfaatkan sarana-sarana interseksi sosial itu, anggota masyarakat dari latar belakang ras, agama, suku, jenis kelamin, tingkat ekonomi, pendidikan, atau keturunan berbeda-beda dapat bersama-sama menjadi anggota suatu kelompok sosial tertentu atau menjadi penganut agama tertentu.

Jadi, yang dimaksud dengan interseksi adalah suatu masyarakat yang terdiri dari banyak suku, budaya, agama, dan lain-lain yang berbaaur menjadi satu kesatuan di dalam komunitas tertentu.

##### b. Konsolidasi

Konsolidasi adalah suatu proses penguatan yang dilakukan untuk memberikan tambahan keimanan atas apa yang telah seseorang yakini, yang biasanya dilakukan oleh orang yang sudah mencapai tingkatan tertentu.

<sup>28</sup> Maksum, *Pluralisme Dan Multikulturalisme*. 143

Jadi, yang dimaksud dengan konsolidasi adalah suatu penguatan atas apa yang telah melekat pada dirinya.

c. Primordialisme

Primordialisme adalah sebuah pandangan atau paham yang memegang teguh hal-hal yang dibawa sejak kecil, baik mengenai tradisi, adat-istiadat, kepercayaan, maupun segala sesuatu yang ada di dalam lingkungan pertamanya.

Mereka akan selalu memandang budaya orang lain dari kaca mata budayanya. Hal ini terjadi karena nilai-nilai yang telah tersosialisasi sejak kecil sudah menjadi nilai yang mendarah daging (*internalized value*) dan sangatlah susah untuk berubah dan cenderung dipertahankan bila nilai itu sangat menguntungkan bagi dirinya.

Jadi, suatu primordialisme adalah suatu kepercayaan yang sudah mendarah daging. Maka setiap orang yang memiliki primordial pasti dia akan sulit menerima paham lain selain paham yang telah mendarah daging dalam dirinya.

d. Etnosentrisme

Yang dimaksud dengan etnosentris adalah suatu anggapan dari kelompok sosial bahwa kelompoknyalah yang paling unggul.

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa dalam suatu masyarakat majemuk terdapat suatu kelompok yang beranggapan bahwa kelompoknyalah yang paling unggul dari kelompok-kelompok sosial lain.

e. Politik aliran

Politik aliran adalah suatu kelompok masyarakat yang tergabung dalam ormas-ormas yang memiliki suatu pemersatu berupa partai politik dalam suatu negara, sehingga ormas tersebut dikatakan penganut partai yang memang dijadikan pemersatu dalam negara.

Politik Aliran adalah suatu organisasi masyarakat yang memiliki dekgan (jawa) untuk memelihara dan menyejahterakan anggotanya. Contoh : Hahdhotul Ulama' memiliki dekgan berupa Partai Keadilan Sejahtera (PKB), Muhammadiyah memiliki dekgan berupa Partai Amanat Nasional (PAN), dan lain-lain.

Jadi, jelas bahwa politik aliran adalah suatu partai politik yang memiliki suatu dukungan dari suatu organisasi masyarakat sebagai pembangun kekuatan dalam pemilihan umum.<sup>29</sup>

5. Contoh Masyarakat Multikultural

Contoh masyarakat multikultural bukanlah hal yang sulit kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Di Indonesia sendiri unsur multikulturalisme terdiri dari, keragaman suku bangsa, ras, agama dan keyakinan, ideologi, politik, tata krama, kesenjangan sosial dan kesenjangan ekonomi.

Dari unsur-unsur di atas ada banyak sekali contoh dari multikultural yang sering kita temui, misalnya: toleransi hidup beragama, dimana kita semua tahu bahwa di Indonesia kita ini mengakui 5 agama, dengan ajaran, kepercayaan, serta tata ibadah yang berbeda, serta toleransi antarsuku dan ras. Berikut ini terdapat beberapa contoh masyarakat multikultural, antara lain sebagai berikut:

- a. Orang Bali yang sangat menerima perbedaan budaya dan perbedaan lain yang sangat berbeda dengan budaya mereka.
- b. Toleransi kehidupan beragama dalam masyarakat dapat memperkuat hubungan dan persatuan dalam negara.

<sup>29</sup> Aris Kurniawan, "Pengertian Multikultural—Ciri, Sebab, Bentuk, Faktor, Indonesia," (2020) <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-multikultural/>



- c. Bergabung satu sama lain tanpa memandang latar belakang orang-orang yang berbagi visi dan misi dengan kami.
- d. Tidak menghina kepercayaan yang sama dari yang lain.
- e. Orang Jawa, Bali dan Madura yang termasuk dalam organisasi yang sama. Mereka tidak mempertanyakan latar belakang etnis yang mereka miliki karena mereka memiliki tujuan bersama dalam organisasi.
- f. Institusi agama yang menampung beberapa agama yang berbeda dan memiliki struktur yang berbeda. Lembaga keagamaan tidak saling melengkapi karena karakteristik masyarakat yang berbeda berbeda.
- g. Tidak menyinggung karakteristik ras yang dimiliki teman. Contoh, menyebutnya “negro” karena memiliki warna kulit hitam, atau “Cina” karena memiliki mata sipit.<sup>30</sup>

#### 6. Masalah Yang Timbul Dalam Masyarakat Multikultural

Menurut Anthony Giddens, terbentuknya masyarakat multikultural terhadap kehidupan masyarakat memiliki beberapa pengaruh, di antaranya:

- a. Diskriminasi sosial  
Penyebab timbulnya diskriminasi sosial adalah karena adanya ketidakseimbangan kekuatan dalam diri individu atau kelompok. Ada kelompok yang menganggap dirinya lebih unggul dari kelompok lainnya.  
Bentuk dari diskriminasi sosial adalah sikap membeda-bedakan dan mengucilkan ras, suku bangsa, etnik, golongan, agama, jenis kelamin, gender, kelas sosial, dan kondisi fisik tertentu.
- b. Disintegrasi sosial  
Disintegrasi sosial atau disebut dengan disorganisasi sosial adalah situasi yang menunjukkan pecahnya suatu kesatuan dalam masyarakat. Salah satu penyebabnya yaitu adanya konflik atau pertentangan. Pihak-pihak yang berkonflik tidak menginginkan adanya integrasi karena tidak tercapainya kesepakatan dan melemahnya norma-norma sosial dalam masyarakat.
- c. Munculnya sikap primordialisme  
Primordialisme yaitu sikap yang berpegang teguh pada hal-hal yang dibawa sejak lahir, baik mengenai tradisi, kepercayaan maupun segala sesuatu yang ada di dalam lingkungan pertamanya. Sebagai contoh sikap primordialis adalah membentuk partai politik berdasarkan paham, ideologi, atau keterikatan pada faktor-faktor seperti suku bangsa, agama, dan ras, memberikan prioritas atau perlakuan istimewa kepada orang-orang yang berasal dari daerah, suku bangsa, agama, atau ras tertentu.<sup>31</sup>
- d. Munculnya sikap etnosentrisme  
Etnosentrisme yaitu sikap atau pandangan yang berpangkal pada individu atau kelompok yang cenderung menilai kebudayaan sendiri lebih baik dari kebudayaan kelompok lain.
- e. Stereotip  
Stereotip adalah kesan atau juga disebut dengan rasa curiga terhadap individu, kebiasaan, dan budaya dalam masyarakat berdasarkan pendapat subjektif yang belum tentu benar. Contohnya, menganggap orang Madura memiliki watak keras dan tegas, padahal tidak semua orang Madura berwatak keras dan tegas, banyak juga orang madura yang berwatak lembut dan penyabar.
- f. Konflik sosial

<sup>30</sup> Kelas IPS, “Masyarakat Multikultural”, <https://kelasips.com/masyarakat-multikultural/>

<sup>31</sup> Eva Yuniarti, “7 Jenis Permasalahan Sosial dalam Masyarakat Multikultural Beserta Penjelasan”, <https://haloedukasi.com/jenis-permasalahan-sosial-dalam-masyarakat-multikultural/>

Menurut Soejono Soekanto, konflik sosial merupakan suatu proses sosial ketika seseorang atau sekelompok orang berusaha mencapai tujuannya dengan cara menentang pihak lawan yang terkadang disertai dengan ancaman atau kekerasan. Salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya konflik sosial adalah perbedaan kepentingan yang terjadi di antara individu atau kelompok. Perbedaan kepentingan tersebut meliputi kepentingan ekonomi, politik, sosial, dan budaya.

g. Ketimpangan sosial

Andrianof Chaniago berpendapat bahwa ketimpangan sosial muncul karena pengambil kebijakan cenderung menganggap pertumbuhan ekonomi merupakan tujuan utama pembangunan. Mereka melupakan sikap dan perilaku sosial individu, corak ekonomi tradisional, dan keunikan yang terdapat diberbagai tempat.

Ketimpangan sosial dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor alami seperti perbedaan sumber daya alam dan letak geografis, yang kedua yaitu faktor nonalami yaitu pengaruh globalisasi dan modernisasi, kebijakan pemerintah, ketidakmerataan proses pembangunan, perbedaan demografis dan faktor internal individu.<sup>32</sup>



---

<sup>32</sup> *Ibid*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di Desa Gedung Harapan Kecamatan Penawar Aji Tulang Bawang pada bulan April hingga Juli dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa da'i di Desa Gedung Harapan memiliki strategi komunikasi dalam menyampaikan dakwahnya pada masyarakat multikultural di Desa Gedung Harapan Kecamatan Penawar Aji Tulang Bawang. Adapun strategi yang digunakan da'i antara lain yaitu persuasif, informatif, dan edukatif yang dilakukan secara bersamaan dengan melakukan sambang, salam dan bimbingan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada masyarakat, mulai dari datang kepada masyarakat, membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi dengan bermusyawarah dan bimbingan yang baik.

Selain berceramah da'i di Desa Gedung Harapan juga memberikan contoh kepada masyarakat dengan nilai-nilai kehidupan yang baik, seperti santun dalam berbicara, sopan dalam berpakaian, dan selalu menerapkan kebersihan lingkungan. Bagi seorang da'i, memberi contoh yang baik merupakan suatu keharusan karena perbuatan tersebut yang akan dijadikan contoh oleh masyarakat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan, penulis menyampaikan beberapa saran diantaranya adalah:

1. Kepada da'i di Desa Gedung Harapan, agar lebih semangat dalam membina masyarakat untuk menjadi lebih baik lagi. Untuk tidak bosan mengingatkan masyarakat untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT.
2. Kepada masyarakat Desa Gedung Harapan, diharapkan kepada masyarakat untuk tetap mempertahankan kerukunan antara satu sama lain.

#### **C. Penutup**

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt yang senantiasa mencurahkan rahmat, hidayah, serta nikmat-Nya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan yang di karenakan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penulis agar bisa menjadi lebih baik lagi dalam penulisan karya kedepannya.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis juga memohon maaf apabila ada kesalahan dan kepada Allah Swt penulis mohon ampun. Penulis berdoa bagi kita semua semoga kemaslahatan, hidayah, perlindungan, petunjuk, dan karunia Rabbi Illahi kepada kita hamba-Nya Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. 1st ed. Bandung: Armico, 1984.
- Aripudin, Acep. *Dakwah Antar Budaya*. Bandung: Rosda Karya, 2012.
- Asep Syamsul M. Romli. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. Bandung, 2013.
- Bintoro Tjoko Wijaya, and Mustofa Jaya. *Teori Dan Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: Gunung Agung, 1990.
- Creswell, John W. *Research Design*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016.
- Dokumentasi Desa Gedung Harapan Kabupaten Tulang Bawang, 2022.
- Keraf, Gorys. *Komposisi*. NTT: Nusa Indah, 2004.
- Mahfud, Chairul. *Pendidikan Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2006.
- Maksum, Ali. *Pluralisme Dan Multikulturalisme*. Malang: Aditya Media Publisng, 2011.
- Pratiknju, Maria Heny. *Masyarakat Multikultural Bentuk Dan Pola Interaksi Dalam Dinamika Kehidupan Sosial*. Yayasan Serat Manado, 2012.
- Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edited by Meita Sandra. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Sudjana, Nana. *Penelitian Dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Prenada Media, 2016.
- Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah*. Edited by Engkus Kuswandi. Bandung: PT Rosda Karya, 2014.
- Suryadi, Edi. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Rosda Karya, 2018.
- Ulfa Yuniat, Et.all. *Komunikasi Dan Multikulturalisme Di Era Disrupsi: Tantangan Dan Peluang*. Edited by Filosa Gita Sukmono, Fajar Junaedi, and Erwin Rasyid. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2019.

### Jurnal

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin, and Dinul Fitrah Mubarak. "Strategi Dakwah Plural Dalam Merawat Pluralitas Di Kalangan Remaja." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 19, no. 2 (2019): 177–98. <https://doi.org/10.15575/anida.v19i2.7589>.
- Arifin, Bustanol. "Strategi Komunikasi Dakwah Da' i Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2 (2018): 159–78. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940>.
- Daulay, Hamdan, and Evi Septiani T. H. "Komunikasi Dan Dakwah: Strategi Komunikasi Dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja." *Kalijaga Journal of Communication* 2, no. 1 (2020): 17–32. <https://doi.org/10.14421/kjc.21.02.2020>.
- Hadi, Sofyan. "Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer." *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (2019): 79–90. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v17i1.8>.
- Hidayah, Nur. "Masyarakat Multiultural." *Masyaraat Multikultural Multikultural*, 2006, 1–15. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2449/>.
- Marfu'ah, Usfiyatul. "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural." *Islamic Communication Journal* 02 (2017): 147–61. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/view/2166>.
- Mubasyaroh. "Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–24. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>.
- Munir, Misbahul. "Strategi Komunikasi Dalam Program Mutiara Hikmah Di Radio Rasika FM." *Islamic Communication Journal* 3, no. 1 (2018): 37. <https://doi.org/10.21580/icj.2018.3.1.2677>.
- Muslim, Nor, Abdul Aziz, and Siti Zainab. "Tantangan Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Kalimantan Tengah." *Wardah* 19 (2018): 122–34. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2449>.

Rohmaniah, Siti. "Peran Agama Dalam Masyarakat Multikultural." *Ri'ayah* 03 (2018): 45–56. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/riayah/article/view/1178/>.

Saputra, Darmawan. "Strategi Komunikasi Dakwah Penyuluh Agama Non PNS Dalam Membina Masyarakat Desa Batu Nyadi Kecamatan Ketungau Hilir Kabupaten Sintang." *Syi'ar : Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 3, no. 1 (2021): 69–80. <https://doi.org/10.37567/syiar.v3i1.362>.

### **Internet**

Aris Kurniawan, "Pengertian Multikultural—Ciri, Sebab, Bentuk, Faktor, Indonesia" (<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-multikultural/>, diakses pada 10 April 2022)

Kelas IPS, "Masyarakat Multikultural" (<https://kelasips.com/masyarakat-multikultural/>, diakses pada 11 April 2022)

Eva Yuniarti, "7 Jenis Permasalahan Sosial dalam Masyarakat Multikultural Beserta Penjelasannya", <https://haloedukasi.com/jenis-permasalahan-sosial-dalam-masyarakat-multikultural/>

### **Skripsi**

Bangsawan, Intan K. "Strategi Dakwah Dalam Keberagaman Masyarakat Di Desa Lokasi Baru Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu", (Skripsi Institut Agama Islam Negeri, Bengkulu 2020).

Kurniawan, Dedi. "Peran Da'i dalam membina Keberagaman Masyarakat di Kampung Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan", (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung 2018).

Pane, Lina O. "Model Dakwah Multikultural Ustadz Hasan Basri", (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya 2013).

Wibowo, Amien *Strategi Komunikasi Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Dziki dan Sholawat Jamuro Surakarta*. (Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

### **Sumber Wawancara**

Dahlia, wawancara dengan penulis, masyarakat Desa Gedung Harapan, Sabtu 21 Mei 2022

Dewiana, wawancara dengan penulis, masyarakat Desa Gedung Harapan, Rabu 18 Mei 2022

Herman, wawancara dengan penulis, masyarakat Desa Gedung Harapan, Rabu 18 Mei 2022

KH. Kamaluddin, wawancara dengan penulis, da'i, Senin 16 Mei 2022

Lana Kurniawan, wawancara dengan penulis, juru tulis Desa Gedung Harapan, Jumat 20 Mei 2022

Mahmudi, wawancara dengan penulis, da'i Desa Gedung Harapan, Rabu 18 Mei 2022

Siti Syamsiyah, wawancara dengan penulis, masyarakat Desa Gedung Harapan, Jumat 20 Mei 2022