

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “strategia” yang artinya kepemimpinan terhadap suatu pasukan atau sebuah seni memimpin pasukan. Kata “strategia” berasal dari kata strategos yang merupakan perkembangan dari kata “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang artinya memimpin. Penggunaan kata strategi mengacu pada konteks militer semenjak jaman Yunani-Romawi hingga masa industrialisasi. Kemudian kata “strategi” berkembang ke pelbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk di bidang komunikasi dan dakwah. Strategi juga bisa dimaknai suatu kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. 1 hal ini menjadi sebuah hal yang bisa dianggap penting karena dalam dakwah fungsi strategi itu sendiri untuk melakukan perubahan yang terencana dalam masyarakat. 2

Strategi merupakan suatu proses berpikir yang mencakup kepada sebuah istilah simultaneous scanning (pengamatan simultan) dan conservative focusing (pemusatan perhatian). Strategi terlaksana apabila adanya pengamatan secara terpusat dan secara hati-hati sehingga pemilihan dan pemilahan tindakan dapat lebih efektif untuk capaian suatu tujuan. 3 Strategi juga bisa dengan merencanakan atau perencanaan langkah. Dengan demikian dengan kata lain, strategi adalah bagaimana cara mencapai tujuan secara lebih efektif dan efisien.

Burke mengemukakan, strategi adalah rencana suatu tindakan dan metodologinya

¹ Kustadi Suhandang. 2009. *Retorika: Strategi, Teknik dan Taktik Berpidato*. Bandung: Penerbit Nuansa. hlm. 90.

² Anwar Arifin. 2011. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal. 227.

³ Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Syafii. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: CV Pustaka

terangkum dalam the dramatisic pentad (dramatistik segi lima) yang rinciannya sebagai berikut:

a. *Act* (aksi)

Adalah apa yang akan dilakukan oleh aktor (pelaku). Pada segi yang pertama ini dapat diuraikan bahwa untuk suatu perencanaannya harus jelas apa yang aktor akan lakukan, apa sebaiknya, dan apa yang harus diselesaikan.

b. *Scence* (situasi)

Adalah keadaan atau suasana di mana tindakan itu dilakukan. Pada segi yang kedua ini menjelaskan bagaimana keadaan fisik dan budaya suatu lingkungan masyarakat dilaksanakannya kegiatan,

c. *Agent* (pelaku)

Adalah aktor atau pelaku yang akan melaksanakan tugas. Termasuk yang berkaitan dengan substansi. Substansi itulah yang mencakup aspek kemanusiaan, pribadi, sikap, riwayat hidup, dan faktor lain yang terkait dengannya.

d. *Agency* (perantara)

Adalah media atau instrumen yang akan digunakan oleh pelaku untuk melaksanakan aksinya. Bisa menggunakan media komunikasi, logika pemikiran, lembaga, teknik, pesan, atau alat yang berkaitan lainnya.

e. *Purpose* (tujuan)

Adalah alasan atau tujuan yang menjadi motif apa yang akan dilakukan. Atau harapan atas tindakan yang akan dilkakukan itu akan seperti apa nantinya.⁴

⁴ Asep Muhyiddin dan Agus Achmad Syafi'I. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*
Bandung: CV Pustaka Setia. hlm. 87.

Jika berdasarkan uraian diatas, bisa dikatakan bahwa strategi bukan hanya jalan lurus untuk mencapai suatu tujuan, namun harus secara jelas menampilkan secara rinci langkah-langkah yang akan ditempuh hingga tercapainya suatu tujuan.

2. Tahapan Strategi

Strategi tidak hanya merancang konsep hingga penerapan dalam praktiknya, namun harus disertai dengan check and recheck serta evaluasi sejauh mana strategi itu bisa sesuai dengan apa yang diharapkan, sejauh mana strategi itu bisa mencapai tujuan yang lebih efektif dan efisien. Sejalan dengan uraian di atas, Fred R. David dalam teori strategi manajemen menjelaskan, ada tiga tahap dalam strategi yaitu:

3. Perumusan Strategi

Dalam strategi, yang perlu dilakukan pertama kali adalah merumsukan strategi. Pada tahap ini dai'i sebagai pelaku yang mengkonsep materi dakwah harus mengetahui secara gamblang terhadap kesempatan dan hambatan, menilai kelebihan dan kelemahan, serta menentukan sasaran yang tepat. Memilih strategi apa yang digunakan dan menyiapkan strategi tambahan untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan yang ada. Dalam perumusan strategi, harus mempelajari masalah-masalah yang mungkin akan terjadi nantinya, kemudian dianalisis apa langkah yang tepat untuk dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan tersebut. ⁵ Dalam uraian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa seorang da'i harus mampu menilai lingkungan yang akan menerima dakwah. Kompetensi seorang da'i akan terlihat ketika beliau bisa memahami kondisi dan situasi lingkungan budaya yang akan menerima dakwah, maka akan terhindar dari miss komunikasi dan miss informasi dengan tujuan dakwah informative yang efektif dan efisien.

⁵ Fred R David. 2002. *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Prenhalindo

4. Implementasi Strategi

Setelah perumusan strategi maka berikutnya adalah implementasi strategi yaitu pelaksanaan strategi yang telah dirumuskan. Pada tahap ini strategi yang telah dirumuskan dan dinilai sesuai kebutuhan di lapangan dipraktikkan atau dilakukan. Jika dalam prosesnya, da'i mendakwahkan materi yang telah disiapkan baik itu berupa ceramah di depan massa, maupun konten dakwah di gawai secara daring baik itu secara audio, visual, dan audio visual.

5. Evaluasi Strategi

Setelah perencanaan, implementasi, maka yang terakhir adalah evaluasi. Pada tahap ini strategi yang sudah terlaksana dievaluasi tingkat keberhasilannya, dengan demikian apa yang baik dan kurang tepat dalam dakwah sebelumnya bisa dinilai untuk meminimalisir kesalahan kesalahan yang tidak diharapkan. Evaluasi menjadi tolok ukur keberhasilan strategi, sesuai dan tidaknya dengan strategi, serta tepat atau tidaknya strategi itu digunakan. Maka, dari titik inilah mana yang perlu ditambah atau dikurang atau diperbaiki terlihat untuk mencapai harapan dakwah yang efektif dan efisien.

B. Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi atau bahasa, bisa dijelaskan bahwa dakwah berasal dari bahasa Arab دعا- يدعو- دعوة yang berarti mengajak, menyeru atau memanggil. Dakwah adalah suatu kegiatan menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat yang ma'ruf dan mencegah yang munkar.

Sedangkan secara istilah (terminologi), pengertian dakwah adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan ajaran Islam atau mengajak orang lain untuk memeluk agama

Islam/ melaksanakan ajaran Islam sebagai kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁶

Menurut Toha Yahya Oemar, dakwah merupakan suatu proses untuk mengajak seseorang secara bijaksana

1. Dasar Hukum Dakwah

Dalam Islam segala sesuatu ada dasarnya, setiap melakukan perbuatan baik yang menyangkut diri sendiri atau orang lain apalagi masyarakat dan bangsa pasti didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat. Termasuk ketika berdakwah menyampaikana agama Islam ynag sempurna dan universal. Dalam melakukan amal *ma'ruf nahi munkar*, seorang *da'i* didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits-hadits Nabi, seperti dalam Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 110 berikut:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang *ma'ruf*, agar mencegah dari yang *munkar*, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”

Dari ayat tersebut bisa dimaknai bahwa tugas berdakwah adalah wajib bagi seluruh umat Muslim, apapun kedudukannya, kapanpun waktunya, dan dimanapun berada. Umat Islam wajib melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* (menyeru kepada kebaikan dan melarang kemunkaran). Karena para ahli kitab atau orang yang memahami kitab Injil, Taurat, Zabur dan lain-lain juga ada yang tidak beriman atau orang-orang yang fasik/ rusak imannya, setelah jarak antara turunnya kitab-kitab tersebut jauh melampaui waktu pada zaman para nabi yang

⁶ Tuti Munfaridah. 2017. *Petunjuk Praktis Menjadi Da'i Sukses Profesional*. Cilacap: Ihya Media. hlm 8.

membawanya. Selain itu, dakwah juga ditujukan kepada seluruh manusia, siapapun, dimanapun dan kapanpun mereka berada.

Dijelaskan juga dalam al-Qur'an Surat al-Fushilat ayat 33 berikut:

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

Artinya: “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang Shalih, dan berkata: “Sesungguhnya aku termasuk orang yang meyerah diri?”

Dalam ayat ini tidak memerintahkan secara langsung untuk berdakwah, tetapi sudah jelas hal ini juga bisa dijadikan dasar berdakwah karena telah menegaskan bahwa orang yang paling baik perkataannya adalah orang-orang yang menyeru kepada Allah atau berdakwah. Dalam hal ini dakwah adalah suatu keutamaan bagi seorang Muslim bukan kewajiban individu. Dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh *al-Bukhari*:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya: “Sampaikanlah dariku (*Nabi Muhammad SAW*) meski hanya satu ayat”.

Hadits memerintahkan kepada para sahabat dan penerusnya (ulama/ da'i) untuk menyampaikan ajaran Islam meski hanya satu ayat. Artinya kewajiban berdakwah tidak menunggu memiliki pengetahuan/ ayat yang banyak atau berilmu luas, tetapi harus tetap berdakwah/ menyampaikan meski baru memiliki pengetahuan satu ayat al-Qur'an/ al-Hadits. Dengan demikian dapat dipahami bahwa hukum berdakwah dalam hadits ini adalah bagi setiap Muslim.

2. Unsur-unsur Dakwah

a. Tujuan Dakwah

Ada beragam tujuan dakwah karena dakwah memiliki latar belakang masing-masing di balik misi penyelenggaraan dakwah itu sendiri. Pada hakikatnya dakwah memiliki tujuan untuk menyampaikan, memahamkan kebenaran yang ada di dalam al-Qur'an, serta mengajak manusia untuk mengamalkan ajaran agama Islam.⁷ Amin dan MAAnshur menjelaskan tujuan dakwah ke dalam dua bagian, yaitu tujuan dakwah secara umum untuk tercapainya kebahagiaan hidup manusia di dunia dan akhirat. Adapun tujuan dakwah secara khusus dapat dilihat dari segi objek dan materi dakwah yang disampaikan.

b. Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah seorang atau sekumpulan orang yang menjadi sumber ide, sehingga pesan dakwah akan sangat dipengaruhi oleh keahlian, kecerdasan, keterampilan, sikap dan tingkah laku subjek dakwah. Seiring dengan perkembangan ilmu dan teknologi yang membawa masyarakat permasalahan yang semakin kompleks, maka dakwah juga dituntut untuk berkembang atau berubah baik dari segi pendekatan, metode, maupun teknik penyampaiannya. Dakwah yang mengikuti pola kehidupan umat tidak akan kehilangan relevansi dan justru mengena pada sasaran dakwah.⁸

c. Objek Dakwah

Sasaran dakwah ialah manusia yang diajak ke jalan Tuhan atau yang menjadi sasaran dari usaha dakwah. Sasaran dakwah bermacam-macam bentuk dan keadaannya, ada yang sudah Islam dan ada yang belum, ada yang mudah mengerti dan ada yang kurang cepat mengerti, ada yang berkecukupan dan ada yang kurang mampu, dan beragam pula

⁷ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i dan Suisyanto. 2017. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: (M dan Rosyid Ridla 2017)Samudra Biru. Hlm 48.

⁸ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i dan Suisyanto. 2017. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: (M dan Rosyid Ridla 2017)Samudra Biru

tingkat keimanannya. Masyarakat sebagai sasaran dakwah dengan segala kompleksitasnya harus dipelajari atau diteliti terlebih dahulu.

d. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah bahan-bahan yang dipergunakan untuk berdakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Secara umum, materi dakwah dapat dikelompokkan menjadi tiga bahasan utama, yaitu akidah (iman), syari'ah (Islam) dan akhlak (Ihsan). Dalam pelaksanaannya, masing-masing materi dakwah tersebut dapat dijabarkan secara proporsional sesuai dengan kebutuhan sasaran dakwah.⁹

e. Metode Dakwah

Menurut al-Qur'an. Al Qur'an adalah sumber pertama metode dalam berdakwah, yang kemudian diperjelas dalam hadits Rasulullah SAW. Metode dakwah dalam Al Qur'an bukan metode dakwah secara terinci, melainkan secara global. Dasar utamanya ada pada Qur'an Surat An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Dari ayat tersebut ditemukan ada tiga cara yang dapat dijadikan pedoman metode dakwah:

⁹ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i dan Suisyanto. 2017. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: (M dan Rosyid Ridla 2017)Samudra Biru

Pertama, Dakwah bil hikmah. Hikmah secara umum berarti bijaksana, sedangkan secara khusus artinya adalah ilmiah dan filosofis. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa dakwah bil hikmah adalah dakwah yang dilakukan secara bijaksana, ilmiah, dan filosofis.

Kedua, Dakwah bil mau'idzotil hasanah. Artinya dakwah yang dilakukan dengan cara memberi nasihat dan ceramah. Menurut Abi Jafar Muhammad Ibnu Jarir Atthabari dalam Tafsir Jami'un Bayyan; Mau'idzoh hasanah adalah nasihat-nasihat atau ceramah-ceramah yang indah, yang dijadikan Allah SWT sebagai hujjah kitab-Nya kepada mereka. Sedangkan menurut Sayyidi, mau'idzoh hasanah adalah memberi peringatan terhadap apa yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dengan pahala dan siksa yang dapat menjinakkan hati.

Dengan demikian dakwah bil mau'idzotil hanasah adalah dakwah yang dilakukan dengan cara mengingatkan atau menasihati orang lain dengan materi/ sikap cara penyampaian yang baik agar dapat menjinakkan hati pendengarnya.

Ketiga, Dakwah bil mujadalah. Dakwah dengan jalan berdiskusi/ musyawarah. Berdakwah dengan mujadalah tidak boleh beranggapan bahwa lawan diskusi adalah musuh, tetapi harus beranggapan bahwa lawan diskusi adalah teman untuk mencari kebenaran. Maka keuntungan yang akan didapat adalah pertama, menunjukkan kebenaran kepada orang banyak tentang kebenaran yang dibawanya, sehingga mereka ikut membenarkan. Kedua, dapat menyadarkan lawan diksusi akan kesalahannya. Ketiga, dapat menunjukkan kebenaran misi dakwah islamiyyah kepada mereka dan menyadarkannya.¹⁰

f. Media dan Sarana Dakwah

¹⁰ Tuti Munfaridah. 2021. *Petunjuk Praktis menjadi Da'i Sukses Profesional*. Cilacap: Ihya Media.

Selain menentukan metode dan pesan dakwah, yang perlu diperhitungkan adalah penentuan media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Dalam pandangan dakwah, dakwah dapat meliputi pendidikan formal, lingkungan keluarga, hari besar islam, media massa (radio, televisi, surat kabar, dan majalah), dan organisasi islam.¹¹

C. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah suatu proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik atau manuever yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah.¹²

Strategi dakwah dibagi atas tiga bagian yaitu:

- a. Strategi dakwah *yat luu 'alaihim aayatih*, adalah sebagai proses komunikasi.
- b. Strategi dakwah *yuzakkiihim*, adalah strategi dakwah yang dilakukan melalui proses pembersihan sikap dan perilaku.
- c. Strategi dakwah *yu 'alimul hummul kitaaba wal khikmah*, adalah strategi yang dilakukan melalui proses pendidikan, yakni proses pembebasan manusia dari berbagai penjara kebodohan yang sering melilit kemerdekaan dan kreatifitas.¹³

Terkait dengan ketiga strategi dakwah tersebut, maka Sayid Sabiq meletakkan beberapa pondasi penting sebagai bangkitnya strategi dakwah:

¹¹ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i dan Suisyanto. 2017. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: (M dan Rosyid Ridla 2017)Samudra Biru

¹² Awaludin Pimay. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zuhri*. Semarang: RaSAIL

¹³ Miftakh Faridl. 2001. *Refleksi Islam*. Bandung: Pusdi Press. hlm 48.

Pertama, kebangkitan memerlukan perhatian yang serius berupa penerimaan dan pemikiran yang sempurna, dan perlu adanya pemantauan situasi dan kondisi serta perkembangan disekitar kita.

Kedua, kebangkitan yang baik membutuhkan *tanzhim* (penataan), maksudnya penataan untuk semua jama'ah yang memiliki niat dan tujuan yang baik. Oleh karena itu mereka membutuhkan penataan sebagaimana kehidupan dewasa ini berada dalam suatu sistem yang tertata.

Ketiga, *tanzhim* itu membutuhkan *qaid* (pimpinan). Maksudnya *qaid* tersebut meletakkan dasar-dasar serta menentukan kaidah-kaidah yang menjamin kesuksesan dakwah.¹⁴

Tiga pondasi tersebut itulah yang diperlukan dalam strategi dakwah, apabila strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepskan dengan baik akan membuahkan pelaksanaan yang disebut strategis, aratinya straetegi yang diterapkan secara benar sesuai dengan sasaran serta situasi dan kondisi.

Dan strategi yang strategis harus memperhatikan hal-hal seperti Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), Threats (ancaman)¹⁵

Selain beberapa hal diatas strategi dakwah yang digunakan di dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah antara lain :

a. Azas Filosofis

Dalam azas ini Membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktifitas dakwah.

b. Azas Kemampuan dan Keahlian *Da'i*

¹⁴ Abdurrahman Abdul Khaliq, 1996 : 219

¹⁵ Sondang P Siagian, 2003 : 172

Dalam azas ini menekankan pada kompetensi *da'i* terkait kemampuan atau kapasitas seorang *da'i* dalam teori maupun praktik.

c. Azas Sosiologi

Dalam Azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintahan setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah dan sebagainya.

d. Azas Psikologis

Dalam Azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *Da'i* adalah manusia, begitu pula dengan sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah yang idiologi atau kepercayaan (ruhaniyah) tak luput dari masalah-masalah psikologis sebagai azas (dasar) dakwahnya.

e. Azas Efektifitas

Maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, kalau waktu, tenaga dan biaya sedikit dapat memperoleh hasil yang maksimal mungkin Bertolak dari wacana di atas, maka strategi dakwah tersebut intinya meningkatkan pengalaman ajaran islam, sehingga secara teoritik bersumber ajaran Islam (sumber materi dakwah) dan garis besar ajaran Islam.¹⁶

Menurut jumbuh ulama' sumber ajaran islam (materi dakwah) yang utama yaitu al-Qur'an, al-Sunnah, ijtihad. Sedangkan garis besar ajaran dakwah (materi dakwah) adalah Aqidah (masalah keimanan), Syari'ah (masalah keimanan), Akhlaq (masalah budi pekerti).

¹⁶ Asmuni Syukir. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : Al-Ikhlash. Hlm 33.

