

BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan penjelasan mengenai Strategi Dakwah yang terdiri dari pengertian Strategi dakwah, bentuk-bentuk strategi dakwah, tahap-tahapan dalam membuat strategi serta tata cara untuk mengukur berhasil dan tidaknya aktivitas dakwah. Dan menjelaskan tentang konsep dalam memahami agama.

A. Strategi Dakwah

Untuk melaksanakan kegiatan dakwah dibutuhkan adanya strategi dakwah yang tepat agar kegiatan dakwah dapat sesuai dengan tujuan dan mengenai sasaran. Strategi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keberhasilan dalam kegiatan dakwah. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Pengertian Strategi Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa strategi mempunyai arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.³¹ Sedangkan menurut Martin Anderson, strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumberdaya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.³² Kemudian

³¹ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 1092.

³² Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali, 2013), hlm. 61.

menurut James Brian Quin, bahwa strategi sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam satu-kesatuan yang kohesif.³³

Dari penjelasan para ahli di atas, dapat disimpulkan, bahwa strategi merupakan sebuah perencanaan yang didalamnya terdapat ide-ide atau gagasan yang akan dijalankan untuk memperoleh suatu tujuan yang diinginkan.

Secara bahasa dakwah adalah seruan, ajakan, panggilan, dan doa. Sedangkan secara istilah, dakwah banyak didefinisikan oleh para pakar dan ahli, diantaranya adalah Endang Saifuddin Anshari, dakwah adalah segala aktivitas dan usaha yang mengubah satu situasi kepada situasi yang lebih baik dalam ajaran Islam.³⁴ Sedangkan menurut Irzum Fariyah, dakwah merupakan salah satu cara melakukan perubahan sosial, yang ditujukan pada perilaku masyarakat yang melanggar norma dan etika yang berlaku dalam kehidupan dan harus diluruskan, agar dampaknya tidak menjadi penyakit yang menular.³⁵

Dari penjelasan di atas dapat dipahami, bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan atau usaha untuk mengubah situasi menjadi lebih baik, individu maupun masyarakat seta meluruskan perilaku-perilaku masyarakat yang melanggar norma-norma yang berlaku dalam kehidupan.

³³ <http://komunikatakomunikasi.blogspot.com/2010/12/strategi-dan-operasional-humas.html>, 11 Juli 2019.

³⁴ Saifuddin Anshari, Endang, *Wawasan Islam, Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam*, (Bandung: Pustaka Salman, 1982), hlm. 87.

³⁵ Irzum Fariyah, "Strategi Dakwah di Tengah Konflik Masyarakat", *ADDIN*, Vol. 8, No. 2, 2014, hlm. 297.

Strategi dakwah adalah merupakan perpaduan dari perencanaan (*Planning*) dan manajemen dakwah untuk mencapai suatu tujuan.³⁶ Sedangkan menurut Asmuni Syukir, strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, taktik atau manuver yang digunakan dalam aktivitas/kegiatan dakwah.³⁷

Adapun menurut Moh Ali Aziz, strategi dakwah adalah suatu perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang disusun untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.³⁸ Pada hakekatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) atau Manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, akan tetapi harus menunjukkan bagaimana cara operasionalnya.³⁹

Dalam penyampaian pesan dakwah, tentu membutuhkan yang namanya alat atau media, selain itu, dakwah juga memerlukan komunikasi. Antara dakwah dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan dalam menunjang keberhasilan dakwah. Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku.⁴⁰

Upaya untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan dakwah, diperlukan adanya langkah-langkah yang sistematis agar dapat terarah.

³⁶ Mahmuddin, "Strategi Dakwah Terhadap Masyarakat Agraris", *Dakwah Tablig*, Vol. 14, No. 1, Juni 2013, hlm. 103.

³⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1983), hlm. 32.

³⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hlm. 349.

³⁹ Mahmuddin, *op. cit.*, hlm. 103.

⁴⁰ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 1.

Adapun langkah-langkah dalam melaksanakan strategi dakwah adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan Dakwah

Rencana adalah suatu arah tindakan yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Dan dari perencanaan tersebut akan mengungkapkan tujuan-tujuan keorganisasian dan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan.⁴¹

Kemudian langkah yang dilakukan dalam melaksanakan sebuah perencanaan agar dapat efektif dan efisien adalah mengetahui kondisi medan dakwah terlebih dahulu, setelah itu, menentukan dan merumuskan sasaran, menetapkan tindakan-tindakan dakwah dan prioritas pelaksanaannya, menentukan metode dakwah, penjadwalan waktu, menentukan lokasi atau tempat dakwah serta menetapkan sesuatu yang dibutuhkan dan lain-lain.

Selain itu, diperlukan juga langkah-langkah selanjutnya yaitu analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya.

Hal ini sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam dakwahnya yang melalui beberapa tahapan, dimulai dengan secara sembunyi-bunyi, terang-terangan

⁴¹ Gordon B. Dafis, *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta : PT Pustaka Binaman Presindo, 1984), hlm. 118.

dan kemudian secara demonstratif. Dari contoh tersebut, dijelaskan bahwa dalam melakukan suatu kegiatan, harus didasari dengan sebuah perencanaan yang matang agar dapat mencapai tujuan diharapkan.

b. Pengorganisasian Dakwah

Pengorganisasian dakwah adalah rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dakwah dengan cara membagi dan melaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja diantara satuan-satuan organisasi atau pelakunya.⁴² Urgensi dari pengorganisasian dakwah adalah untuk meningkatkan efektifitas, efisiensi, dan pengelolaan strategi dakwah dalam rangka mewujudkan tujuan dakwah.⁴³

Langkah-langkah dalam pengorganisasian dakwah adalah membagi-bagi dan menggolongkan tindakan-tindakan dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu, penggolongan tugas dapat dilakukan berdasarkan media dan sarana yang memungkinkan dapat dipakai sebagai alat dalam penyampaian dakwah.

Selanjutnya menentukan dan merumuskan tugas dari masing-masing kesatuan, menempatkan pelaksana atau pelaku dakwah untuk melaksanakan tugas tersebut, memberikan

⁴² Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986) , hlm. 77.

⁴³ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 78-79.

wewenang kepada masing-masing pelaksana, dan menetapkan jalinan hubungan.⁴⁴

Dalam proses dakwah, pengorganisasian merupakan realisasi yang diwujudkan dalam kegiatan operasional yang didalamnya mengandung kegiatan memotifasi, koordinasi, komunikasi, dan pengembangan masyarakat.⁴⁵

c. Pelaksanaan Dakwah

Pelaksanaan strategi ini merupakan proses menjalankan rangkaian kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan. Dalam tahap ini pelaku atau pelaksana akan mengetahui letak kekurangan, kelemahan, peluang dan ancaman dari rencana-rencana tersebut.

d. Evaluasi Dakwah

Evaluasi dakwah adalah upaya penilaian seobjektif mungkin mengenai apakah kegiatan dakwah yang diselenggarakan mencapai target atau tujuan (baik umum maupun khusus) yang dicita-citakan atau tidak dalam kegiatan dakwah.⁴⁶ Urgensi dari adanya tahap evaluasi adalah untuk memperbaiki pelaksanaan dakwah pada masa-masa berikutnya.

Proses evaluasi dakwah dapat dilaksanakan dengan cara menetapkan standar (alat pengukur), mengadakan pemeriksaan dan penelitian terhadap pelaksanaan tugas dakwah yang telah

⁴⁴ Abd. Rosyad Shaleh, *op.cit.*, hlm. 79.

⁴⁵ Samsul Munir Amin, *op. cit.*, hlm. 82.

⁴⁶ Samsul Munir, *Ibid.*, hlm. 85.

ditetapkan, membandingkan antara pelaksanaan tugas dengan standar, dan mengadakan tindakan-tindakan perbaikan atau pembetulan.⁴⁷

2. Macam-macam Startegi Dakwah

Menurut Al-Bayanuni, (dalam Moh Ali Aziz) bahwa strategi dakwah dibagi menjadi tiga bentuk, antara lain: Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*), Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqli*) dan Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*).⁴⁸ Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut;

a. Strategi Simentil (*al-manhaj al-'athifi*)

Strategi Simentil (*al-manhaj al-'athifi*) merupakan dakwah yang fokus pada hati dan menggerakkan persaan dan batin dari sasaran dakwah (Mad'u).

Dalam strategi ini dakwah dilakukan dengan cara yang halus dan mengesankan, dengan memberikan nasihat dan ajakan yang tiada paksaan, serta digunakan untuk menghadapi orang-orang yang lemah, seperti perempuan, anak-anak, orang awam, orang yang kurang mampu dalam hal harta benda (miskin) dan muallaf (orang yang lemah dalam hal keyakinan). Strategi ini dilakukan Rasulullah SAW pada saat dakwah mengahdapi kaum musyrik Makkah.

b. Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqli*)

⁴⁷ Abd. Rosyad Shaleh, *op. cit.*, hlm. 89-90.

⁴⁸ Moh Ali Aziz, *op. cit.*, hlm. 351.

Strategi rasional adalah strategi yang dilakukan dengan menggunakan akal pikiran.

Dalam strategi ini, metode *mujadilah* (debat) merupakan salah satu contoh dari bentuk-bentuk strategi rasional. Selain itu, strategi ini digunakan untuk menghadapi orang-orang yang mempunyai wawasan dan pengetahuan tinggi.

c. Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*)

Disebut sebagai strategi eksperimen dan strategi ilmiah, yang mana strategi ini merupakan kumpulan dari metode dakwah yang berorientasi percobaan. Di dalamnya terdapat beberapa metode, antara lain adalah praktik keagamaan dan keteladanan.

Adapun menurut Jalaluddin Rahmat (dalam Muhammad Rasyid Ridla), bahwa ada tiga strategi yang dapat digunakan dalam aktifitas dakwah antara lain yaitu, *Power Strategy*, *Persuasif Strategy* dan *Normatif Re-Educative Strategy*.⁴⁹

Adapun penjelasan *Power Strategy*, *Persuasif Strategy* dan *Normatif Re-Education Strategy* adalah sebagai berikut :

a. *Power Strategy*

Power Strategi adalah perubahan sosial dengan menggunakan kekuatan atau kekuasaan. Strategi ini sebagaimana yang dilakukan oleh Walisanga dalam menyebarkan Islam di tanah Jawa. Mereka mendekati dan mengislamkan para Raja-raja atau

⁴⁹ Muhammad Rasyid Ridlo, "Perencanaan Dalam Dakwah Islam", DAKWAH, Vol. IX No. 2, Juli-Desember 2008, hlm. 155.

orang yang berkuasa dengan tujuan apabila penguasa sudah masuk Islam, maka akan mudah untuk mengislamkan masyarakatnya.

b. Persuasif Strategy

Persuasif Strategi adalah strategi yang berusaha untuk menimbulkan perubahan perilaku yang dikehendaki dengan mengidentifikasi objek sosial pada kepercayaan atau nilai-nilai agen perubahan.

c. Normatif Re-Educative Strategy

Normatif Re-Educative Strategy adalah strategi yang berupaya menanamkan dan mengganti paradigma norma masyarakat yang lama dengan yang baru. Dalam strategi ini tidak hanya merubah hal yang tampak namun merubah pada keyakinan dan nilai.

B. Pemahaman Agama

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa bantuan dari orang lain. Selain itu, dalam menjalankan kehidupan manusia membutuhkan dan mengikuti aturan-aturan atau norma-norma yang dijadikan pedoman dalam hidupnya, baik aturan bersosial maupun aturan beragama atau berkeyakinan. Maka dari itu manusia dituntut untuk memahami aturan-aturan atau norma-norma tersebut dengan baik dan benar agar dalam menjalankan hidup sesuai dengan aturan-aturan dan pedoman tersebut.

1. Pemahaman

Kata pemahaman berasal dari kata paham mempunyai arti pandai dan mengerti benar tentang suatu hal.⁵⁰ Sedangkan pemahaman merupakan suatu proses, cara dan perbuatan untuk memahami dan memahamkan.⁵¹

Pemahaman menurut Anas Sudijono adalah kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami sesuatu setelah sesuatu diketahui dan diingat. Artinya memahami tentang segala sesuatu yang dilihat dari berbagai segi. Seorang dapat dikatakan faham apabila mampu memberikan penjelasan atau uraian yang lebih rinci mengenai suatu hal.⁵²

Proses pemahaman dilakukan dengan cara setelah seorang mencari pengetahuan, kemudian setelah orang menemukan pengetahuan, proses selanjutnya adalah memahami.

2. Indikator Pemahaman

Seseorang dikatakan faham apabila mampu memberikan penjelasan secara rinci atau jelas mengenai suatu hal. Kemudian dalam proses pemahaman atau kefahaman seseorang dapat dilihat dari beberapa standar dan indikatornya.

Indikator pemahaman konsep menurut Benyamin S. Bloom (dalam Anas Sudijono) dibagi menjadi tiga bagian yaitu Penerjemahan

⁵⁰ <http://akmapala09.blogspot.com/2011/10/pengertian-pemahaman-menurut-para-ahli.html>. diakses pada tanggal 30 Agustus 2019.

⁵¹ Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), hlm. 636.

⁵² Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 50.

(*translation*), Penafsiran (*interpretation*), Ekstrapolasi (*extrapolation*).⁵³

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Penerjemahan (*translation*).

Dalam tahap pertama dalam proses pemahaman adalah kemampuan untuk menerjemahkan. Yang dimaksud dalam tahap ini adalah seorang mampu untuk menerjemahkan suatu hal yang sifatnya abstrak menjadi hal yang jelas.

b. Penafsiran (*interpretation*).

Tahap ini merupakan kemampuan untuk mengenal dan memahami ide suatu komunikasi, yang berfungsi untuk menginterpretasikan, membedakan, menjelaskan dan menggambarkan.

c. Ekstrapolasi (*extrapolation*).

Tahap ekstrapolasi ini merupakan penyimpulan atau kesimpulan dari apa yang telah diketahui. Ukuran dari tahap ini adalah untuk memperhitungkan, menduga, menyimpulkan, meramalkan, membedakan, menentukan dan mengisi.

3. Agama

Adapun agama, dalam Al-Qur'an terdapat lafal *din* yang berarti agama, selain lafal *din*, terdapat juga lafal *millah* yang juga berarti agama. Jika dilihat dari penggunaan di dalam Al-Qur'an, lafal *din* di sambungkan dengan lafal Allah dan lafal *millah* dengan lafal Ibrahim,

⁵³ *Ibid.*

maka perbedaannya adalah bahwa *din* itu dinisbahkan kepada Allah dan *millah* dinisbahkan kepada Nabi maupun Rasul yang membawa agama.

Menurut Ahmad Dauly 1997 (dalam Miss Patimoh Yeemayor), dilihat dari sumbernya agama dibagi mejadi dua bagian, yaitu agama samawai (*revealed religion*) dan agama kebudayaan (*cultural religion*).⁵⁴ Agama samawi adalah terdiri dari agama Yahudi, Kristen dan Islam⁵⁵, sedangkan agama kebudyaan adalah Hindu, Budha, Shinto dll.

Agama merupakan dimensi atau ruang tempat pengembangan dan penghayatan dimensi sosial dari iman kepada Tuhan.⁵⁶ Sedangkan menurut Syaiful Hamali, agama merupakan suatu pengakuan manusia terhadap suatu kekuatan yang lebih tinggi dan berkuasa daripada dirinya sendiri yang menguasai alam semesta sebagai pedoman dalam hidup dan kehidupan di dunia dan akhirat.⁵⁷

Adapun menurut Irzum Farihah, agama merupakan gejala yang begitu sering terdapat di mana-mana sehingga sedikit membantu usaha-usaha untuk membuat abstraksi imliah. Selain itu juga agama dapat juga membangkitkan kebahagiaan batin yang paling sempurna dan juga perasaan takut dan ngeri.⁵⁸ Dalam konsep ajaran agama, bahwa agama

⁵⁴ Miss Patimoh Yeemayor, “*Strategi Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Anak Muda*”, skripsi Fakultas Dakwah UIN Wali Songo Semarang, 2015, hlm. 38.

⁵⁵ Menurut Jalaluddin Al-Mahalli & As-Suyuti, bahwa agama Islam adalah syariat yang dibawa Rasul atas dasar ketauhidan. Lihat Jalaluddin Al-Mahalli & As-Suyuti, *Terjemah Tafsir Jalalain Jilid I*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012), cet. 10, hlm. 214.

⁵⁶ Antonous Anstosokhi Gea Dkk., *Relasi Dengan Tuhan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), hlm. 67.

⁵⁷ Syaiful Hamali, “Eksistensi Psikologi Agama Dalam Pengembangan Masyarakat Islam”, *TAPIS*, Vol. 8, No. 1 Januari-Juni 2012, hlm. 75-76.

⁵⁸ Irzum Farihah, *op. cit.*, hlm. 298.

mempunyai pengaruh yang besar dalam menyatukan persepsi kehidupan masyarakat tentang semua harapan hidup.⁵⁹

4. Fungsi dan Manfaat Agama

Dalam melangsungkan hidup, manusia membutuhkan agama, yang mana agama dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan kehidupan.

Adapun fungsi agama dalam kehidupan diantaranya adalah *Pertama*, sebagai sumber pedoman hidup bagi individu maupun kelompok. *Kedua*, untuk mengatur tata cara hubungan manusia dengan Tuhan, makhluk hidup, dan serta hubungan manusia dengan manusia. *Ketiga*, sebagai tuntunan tentang prinsip banar atau salah.

Keempat, sebagai pedoman keyakinan. *Kelima*, sebagai pedoman dalam membentuk nilai-nilai kehidupan. *Keenam*, sebagai identitas kepada manusia sebagai umat dari suatu agama.⁶⁰

Sedangkan manfaat agama adalah sebagaimana dikemukakan oleh Ajar, bahwa agama mempunyai manfaat bagi manusia, antara lain; *Pertama*, Agama dapat menjadi pedoman dan petunjuk hidup. *Kedua*, agama dapat menjadi penolong dalam mengatasi berbagai persoalan dan kesukaran hidup.

Ketiga, agama dapat memberikan ketentraman batin. *Keempat*, agama dapat membentuk kepribadian yang utuh.⁶¹ Maka dari itu manusia

⁵⁹ M Zulfā, “Tranformasi dan Pemberdayaan Umat Berbasis Masjid: Studi Pada Masjid Nurussa’adah Salatiga”, INFERENSI, Sosial Keagamaan, Vol. 9, No. 1, Juni 2015, hlm. 261.

⁶⁰ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Agama>. di akses pada tanggal 31 Agustus 2019.

⁶¹ Ajar, *Akidah Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2001), hlm. 54-55.

dituntut untuk mengetahui agama secara jelas dan benar agar dalam menjalankan kehidupan mempunyai pedoman, dan tidak keluar dari ketentuan-ketentuan agama.

