

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari duplikasi karya ilmiah atau pengulangan penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain dengan permasalahan serupa, dilakukan telaah Pustaka. Telaah Pustaka ini bertujuan untuk mengkaji dan membahas literatur yang relevan serta penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian penulis, antara lain :

1. *Journal of Da'wah* yang disusun oleh Ronaldo, Ahmad Zuhrdi, Dendy H. Nanda yang berjudul Analisis Strategi Dakwah Guru Ngaji dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlak di Desa Pidung Kecamatan Keliling Danau. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Analisis data terdiri dari Reduksi Data, Data Display dan Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan. Teknik Keabsahan Data menggunakan teknik triangulasi sumber (data) dan triangulasi metode untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan masalah penelitian yang diteliti oleh peneliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Dakwah Guru Ngaji yang digunakan guru ngaji Remaja Desa Pidung, yaitu sebagai berikut: 1) Strategi Sentimental yaitu strategi yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan dengan cara memberikan nasehat yang baik dengan kelembutan. Strategi ini biasanya digunakan guru ngaji dalam bentuk ceramah agama. 2) Strategi Rasional yaitu strategi yang memfokuskan pada aspek pikiran untuk mendorong mitra Dakwah Guru Ngaji berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. Strategi ini digunakan dengan cara berdiskusi atau bercerita. 3) Strategi Indrawi yaitu strategi yang memfokuskan pada aspek panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Strategi ini digunakan dengan cara praktik keagamaan dan keteladanan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Ronaldo Ronaldo, Ahmad Zuhrdi, and Dendy H Nanda, "Analisis Strategi Dakwah Guru Ngaji Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlak Di Desa Pidung Kecamatan Keliling Danau," *Journal of Da'wah*.

2. Jurnal penelitian yang berjudul “Peran Remaja Masjid Dalam Meningkatkan Dakwah” jurnal ini diteliti oleh Sony Eko Adisaputro, Sutamaji, dan Muhammad Amrillah dari IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk. Pada penelitian tersebut membahas tentang perjuangan IRMAS di dalam memajukan dakwah. Adanya IRMAS dalam memakmurkan masjid yaitu dengan cara melaksanakan kegiatan solat berjamaah di masjid, dan melakukan peringatan hari-hari besar Islam di masjid. Dampak adanya IRMAS ini dari pengurus dan anggota aktif sendiri juga menunjukkan kepada masyarakat apabila organisasi mereka ini merupakan organisasi yang positif. Dalam menjalankan perannya, kegiatan dakwah yang dilakukan oleh remaja masjid tidak hanya focus terhadap bidang remajanya saja tetapi juga di bidang kemasjidan karena untuk memperluas jangkauan aktivitas serta pelayanannya dalam mencapai kemakmuran masjid yang diinginkan. Dari jurnal pertama, perbedaannya dari penelitian di atas sama penelitian saya yaitu waktu penelitian dan Lokasi penelitian dan persamaannya lebih menekankan terhadap peran aktif remaja dalam kegiatan dakwah dan kontribusi mereka terhadap kemajuan komunitas.<sup>8</sup>
3. Jurnal penelitian yang berjudul “Manajemen Dakwah Berbasis Masjid” jurnal diteliti oleh Ruspita Rani Pertiwi. penelitian tersebut membahas tentang peran masjid secara ideal sebagai pusat kegiatan dakwah yang telah dituntunkan Al-Qur’an yaitu keprihatinan bahwa potensi masjid baik dalam segi kuantitas jumlah dan kedekatan secara fisik dengan masyarakat ataupun kualitas yang terdapat tokoh kharismatik, seseorang yang peduli kepada agama dan umatnya, tempat berkumpul berbagai karakter masyarakat dan belum teraktualisasikan secara ideal sebagai pusat pengembangan dakwah. Tulisan ini mengkaji tentang bagaimana mengembalikan fungsi masjid sebagai premise manajemen dakwah. Aktualisasinya melalui tiga tahap perbaikan dan pengembangan manajemen masjid dalam penataan manajemen setiap masjid atau disebut dengan level mikro, kemudian bagaimana mendesain kegiatan masjid yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitarnya atau dengan sebutan level meso, dan terakhir

---

<sup>8</sup> Sony Eko Adisaputro, Sutamaji, and Muhammad Amrillah, “Peran Remaja Masjid Dalam Meningkatkan Dakwah.

bagaimana membuat organizing atau kerja sama antar masjid kata lain level makro.

Dari jurnal yang berjudul manajemen dakwah berbasis masjid, umumnya berfokus pada seluruh anggota masyarakat yang berada disekitar masjid dan pada jurnal ini menggunakan metode dakwah yang lebih umum seperti pengajian, ceramah, dan diskusi. sedangkan penelitian ini lebih cenderung berfokus kepada remaja sekolah.<sup>9</sup>

4. Jurnal penelitian dengan judul “Strategi Dakwah Remaja Islam Masjid Al-Huda Kota Depok Dalam Memperkenalkan Gaya Hidup Less Waste” oleh Almira Manda Safira dari Universitas Negeri Jakarta. Penelitian tersebut penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang digunakan oleh Remaja Islam Masjid Al Huda Kota Depok dalam memperkenalkan gaya hidup less squander adalah menggunakan bentuk strategi nostalgic (al-manhaj al-athifi) dan strategi indrawi (al-manhaj al-hissi). Adapun strategi nostalgic yang digunakan ialah dengan menyebarkan informasi seputar isu lingkungan, seperti tentang bahaya atau dampak buruk sampah plastik. Sedangkan strategi indrawi yang digunakan yaitu dengan menyediakan fasilitasfasilitas yang mendukung, serta membiasakan jemaah untuk selalu membawa tumbler.<sup>10</sup>
5. Jurnal penelitian dengan judul ‘’Peran Remaja Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Kegiatan Keagamaan di Desa Madura Oku Selatan’’ jurnal ini diteliti oleh Sri Mailisa dari Universitas Sriwijaya Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran remaja masjid dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan keagamaan di Desa Madura Oku Selatan. Peneliti membahas bahwa sosialisasi program yang dilakukan oleh remaja masjid sudah berjalan dengan baik, yang dimana remaja masjid mensosialisasikan program-programnya kepada masyarakat melalui sosial media, tokoh masyarakat, dan berkeliling desa dengan memberi sebuah

---

<sup>9</sup> Ruspita Rani Pertiwi, “Jurnal MD Vol I No. 1 Juli-Desember 2008 53” I, no. 1.

<sup>10</sup> Almira Manda Safira, “Strategi Dakwah Remaja Islam Masjid Al Huda Kota Depok Dalam Memperkenalkan Gaya Hidup Less Waste,” *Hikmah* 16.

pengumuman. Ditunjukkan dalam keterlibatannya secara langsung bahwa remaja masjid sudah melaksanakan kegiatan keagamaan dengan baik.<sup>11</sup>

## **B. Kajian Teori**

### **1. Teori Komunikasi Onong Uchjana Effendy**

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks dakwah, komunikasi menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada khalayak sasaran.

Teori komunikasi dari Onong mengandung lima komponen utama yang juga dapat diterapkan dalam strategi dakwah, yaitu:

#### a. Komunikator (Communicator)

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan dakwah. Dalam hal ini adalah da'i atau pengurus lembaga keagamaan. Seorang komunikator harus memiliki kredibilitas, keilmuan, serta akhlak yang baik agar pesan dakwahnya dapat diterima dengan baik oleh audiens.

#### b. Pesan (Message)

Pesan dakwah harus mengandung nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, serta disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens. Pesan dapat berupa ajakan, motivasi, nasihat, maupun informasi keagamaan lainnya.

#### c. Media (Channel)

Media atau saluran komunikasi dalam dakwah dapat berupa lisan (seperti ceramah), tulisan (seperti artikel atau buletin), dan media digital (seperti media sosial dan video dakwah). Pemilihan media harus sesuai dengan karakteristik audiens agar pesan tersampaikan secara efektif.

---

<sup>11</sup> sri malisah, "peran remaja masjid dalam partisipasi masyarakat terhadap kegiatan keagamaan," *malisa*, 2021.

d. Khalayak Sasaran (Audience)

Khalayak dakwah adalah individu atau kelompok yang menjadi target pesan dakwah. Pemahaman terhadap latar belakang, usia, pendidikan, dan kebutuhan audiens penting untuk menentukan pendekatan yang tepat.

e. Efek (Effect)

Efek adalah perubahan yang diharapkan setelah proses dakwah dilakukan. Efek ini bisa berupa meningkatnya pemahaman agama, meningkatnya partisipasi dalam kegiatan keagamaan, atau perubahan sikap dan perilaku yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam.

Dengan memperhatikan lima komponen di atas, strategi dakwah dapat disusun secara terarah dan efektif. Maka teori komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy sangat relevan dijadikan sebagai landasan dalam mengkaji strategi dakwah, terutama dalam konteks peningkatan partisipasi keagamaan di lingkungan masyarakat atau lembaga pendidikan.<sup>12</sup>

## 2. Definisi Strategi Dakwah

Strategi adalah rancangan tindakan yang masih berada pada tahap penyusunan rencana kerja dan belum sampai pada pelaksanaan. Strategi dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga seluruh keputusan yang diambil dalam penyusunannya selalu diarahkan pada pencapaian tujuan tersebut.<sup>13</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi diartikan sebagai rencana yang disusun secara cermat untuk mencapai sasaran khusus. Secara etimologis, kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu “*stratus*” yang berarti tentara, dan “*agein*” yang bermakna memimpin.<sup>14</sup>

Ismail Solihin (2012) menjelaskan bahwa istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*,” yang terbentuk dari kata “*stratus*” yang berarti militer dan “*ag*” yang berarti memimpin. Pada awalnya, strategi dimaknai sebagai *generalship*, yaitu hal-hal yang dilakukan para jenderal dalam menyusun rencana untuk menaklukkan dan memenangkan peperangan. Sementara itu,

---

<sup>12</sup> onong uchjana, “komunikasi dakwah dalam tinjauan sosiologi komunikasi,” *artikel*, 2020.

<sup>13</sup> Soiman, “Metodelogi Dakwah,”.

<sup>14</sup> “Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia,” .

menurut Nanang Fatah, strategi adalah serangkaian langkah yang disusun secara sistematis dan menyeluruh (makro) dengan jangka waktu panjang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>15</sup>

Littlejohn menyamakan strategi dengan rencana suatu tindakan dan metodologinya yang sangat mendasar dikemukakan Burke sebagai the dramatic pentad (segi lima dramatis) dengan perincian sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Act (aksi) yaitu apa yang harus dikerjakan oleh aktor (pelaku).
- b. Scence (suasana) yaitu situasi atau keadaan di mana tindakan (kegiatan) itu dilangsungkan.
- c. Agent (agen) yaitu diri pelaku sendiri yang harus dan akan melaksanakan tugasnya, termasuk semua yang diketahui tentang substansinya.
- d. Agency (perantara) yaitu instrument atau alat yang akan dan harus digunakan oleh aktor (agen selaku pelaku) dalam melakukan tindakannya.
- e. Purpose (tujuan) yaitu alasan untuk bertindak yang diantaranya mencakup tujuan teoritis, akibat atau hasil (dari tindakannya itu) yang diharapkan

Pada dasarnya, strategi merupakan proses perencanaan (planning) sekaligus pengelolaan (management) yang ditujukan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, strategi tidak hanya berperan sebagai peta yang menunjukkan arah, melainkan juga harus menjelaskan secara rinci taktik operasional yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

### **3. Dakwah Dalam Organisasi**

Lembaga atau organisasi adalah perkumpulan orang yang bertujuan melakukan usaha bersama. Dalam tradisi Islam, lembaga tidak hanya sebagai media dakwah, tetapi juga menjalankan perintah agama terkait kepemimpinan dan musyawarah. Lembaga ini mengelola dan mengatur dinamika kepentingan dan nilai-nilai dakwah, sehingga tujuan dakwah lebih mudah tercapai. Dakwah tidak hanya reaktif terhadap masalah kekinian tetapi juga mencakup program jangka pendek, menengah, dan panjang.

---

<sup>15</sup> Hafied Cangara, "perencanaan dan strategi komunikasi," 2017.

<sup>16</sup> Ahmad, "manajemen strategi," 2021.

Organisasi yang memberikan kesempatan atau agenda dakwah di dalamnya sebagai salah satu kegiatan rutin diharapkan dapat menggerakkan nilai-nilai melalui tindakan dan perilaku individu atau kelompok. Mereka berfungsi sebagai kebijakan, strategi untuk mendapatkan dukungan masyarakat, alat komunikasi, dan pemutus sengketa untuk meredam konflik. Peran ini berkaitan dengan berbagai disiplin ilmu, termasuk psikologi dan sosiologi, yang membantu dakwah diterima sebagai sarana mengubah kondisi kelompok.<sup>17</sup>

Organisasi demikian bukan hanya pengelola kegiatan dakwah, tetapi juga sebagai alat penting dalam mencapai perubahan sosial dan kepemimpinan yang efektif. Sebuah organisasi yang memberikan kegiatan dakwah pada anggotanya membentuk identitas yang kuat dan berarti bagi setiap individu yang terlibat. Dengan berbagai kegiatan dakwah yang diselenggarakan, organisasi ini tidak hanya menciptakan sebuah wadah untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang ajaran Islam, tetapi juga menjadi pusat pertemuan bagi para anggota yang memiliki tujuan dan nilai-nilai yang sama.

Setiap kegiatan dakwah yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi membantu membentuk identitas anggotanya melalui berbagai cara, seperti:

- a. Pendidikan Agama Melalui kelas-kelas, seminar, dan ceramah, anggota diberikan pengetahuan yang mendalam tentang ajaran Islam, sehingga mereka dapat memahami dan menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Kegiatan Sosial Organisasi ini juga terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, seperti bakti sosial, program pengabdian masyarakat, dan kerja sosial lainnya, yang membantu anggota untuk mengaplikasikan nilai-nilai kemanusiaan Islam dalam tindakan nyata.
- c. Kegiatan Keagamaan Shalat berjamaah, kajian kitab, dan ibadah-ibadah lainnya juga menjadi bagian dari kegiatan rutin organisasi ini, memperkuat ikatan spiritual antara anggota dan memperdalam pemahaman agama mereka.

---

<sup>17</sup> Iskandar Zulkarnaen, Alvin Dwi Nugroho, and Ismail Mubarak, "Etika Komunikasi Dalam Memfasilitasi Kepemimpinan Berdasarkan Nilai Agama Dalam Organisasi," *Student Scientific Creativity Journal*

d. Kegiatan Pengembangan Diri Organisasi ini juga menyelenggarakan workshop, pelatihan, dan kegiatan lain yang membantu anggotanya untuk berkembang secara pribadi dan profesional, sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Melalui berbagai kegiatan ini, setiap anggota organisasi tidak hanya merasakan ikatan yang erat dengan Islam, tetapi juga mengembangkan identitas diri yang kuat sebagai seorang Muslim yang berkomitmen. Identitas ini tidak hanya tercermin dalam tindakan dan perilaku mereka sehari-hari, tetapi juga dalam hubungan mereka dengan masyarakat dan dunia di sekitarnya. Dengan demikian, organisasi ini bukan hanya menjadi tempat untuk berdakwah, tetapi juga sebagai wahana untuk membentuk individu yang berdaya, bertanggung jawab, dan memiliki identitas yang kuat sebagai seorang Muslim.<sup>18</sup>

#### 4. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah terwujudnya wilayah hukum *Daarus-Salam*. Dengan adanya wilayah hukum tersebut, prinsip *amar ma'ruf nahi mungkar*—yakni memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran—dapat dijalankan. Di dalam wilayah ini, seluruh ketentuan Allah dapat diterapkan, sementara segala bentuk kemungkaran dapat dihindari. Untuk mewujudkan tujuan dakwah tersebut, diperlukan langkah atau usaha yang dikenal dengan istilah strategi dakwah.<sup>19</sup>

Hakikat dakwah adalah usaha untuk mengubah suatu keadaan menuju kondisi yang lebih baik berdasarkan ajaran Islam, sehingga individu maupun masyarakat dapat mengamalkan Islam sebagai pedoman dan pandangan hidup. Dengan kata lain, tujuan dakwah adalah mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agamanya, atau menyadarkan manusia agar mengakui kebenaran Islam dan mengamalkan ajarannya, sehingga tercapai kehidupan yang benar-benar saleh.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Kurnia Fajarita, “Strategi Dakwah Organisasi Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Di Kota Salatiga.

<sup>19</sup> Najamuddin, “strategi dakwah dan faktor pengaruh,” n.d.

<sup>20</sup> Mohammad Ali Aziz, “Ilmu Dakwah,” n.d.

## 5. Unsur-unsur Dakwah

### a. Da'i (Subjek Dakwah)

Individu atau tim yang menyampaikan dakwah. Seorang da'i idealnya memiliki pemahaman Qur'an dan sunnah, wawasan luas, akhlak mulia, dan ikhlas dalam niat.

### b. Mad'u (Objek atau Sasaran Dakwah)

Orang atau kelompok yang menjadi target dakwah, atas dasar sayap ajaran Islam yang universal. Untuk efektivitas, da'i harus memahami karakteristik mereka (pendidikan, latar budaya, dan sebagainya.)

### c. Materi Dakwah (Maddah / Pesan Illahiyah)

Isi ajaran Islam yang disampaikan—meliputi tauhid, akidah, syariah, akhlak—berdasarkan Al-Qur'an, Hadis, dan pandangan ulama. Materi ideal disesuaikan dengan kebutuhan & kondisi mad'u.

### d. Thariqah (Metode Dakwah)

Cara penyampaian pesan yang efektif, bijak, dan sesuai konteks. Termasuk hikmah, nasihat baik, dan debat yang elegan—mengacu pada QS. An-Nahl: 125.

### e. Wasilah (Media Dakwah)

Sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi, bisa berupa media tradisional dan modern: tatap muka, tulisan, televisi, media sosial, dan sebagainya.

### f. Atsar (Dampak atau Hasil Dakwah)

Perubahan positif yang terjadi pada mad'u setelah menerima dakwah baik berupa pemahaman, akhlak, maupun perilaku.<sup>21</sup>

## 6. Sasaran Dakwah

Sasaran dakwah, atau yang disebut juga objek dakwah, adalah manusia. Rasul diutus untuk menyampaikan dakwah kepada seluruh umat manusia. Namun, manusia memiliki sifat yang sangat beragam dan kompleks. Mereka tersebar di berbagai penjuru dunia, dengan perbedaan tempat tinggal, pola pikir, cara hidup,

---

<sup>21</sup> Illa Susanti Deni Zam Jami, "Dakwah Marjinal Konsepsi dan Implementasi," 2023.

serta aturan yang mereka anut. Keragaman inilah yang menjadi tantangan sekaligus perhatian utama dalam pelaksanaan dakwah.<sup>22</sup>

### 7. Efektivitas Strategi Dakwah

Manifestasi dakwah Islam berpengaruh pada cara berpikir, bersikap, dan bertindak, baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Dalam praktiknya, dakwah Islam selalu berhadapan dengan realitas sosial yang ada di sekitarnya. Untuk menghadapi hal tersebut, dakwah Islam setidaknya diharapkan berperan dalam dua arah. Pertama, memberikan kontribusi kepada masyarakat berupa landasan filosofis, arahan, dan motivasi untuk membentuk realitas baru yang lebih baik. Kedua, mengubah visi kehidupan sosial sehingga kondisi sosio-kultural yang ada tidak hanya diterima sebagai suatu kewajaran, tetapi juga diarahkan menjadi lingkungan yang kondusif bagi terwujudnya *baladun thayyibatun wa rabbun ghafur*.<sup>23</sup>

### 8. Definisi Remaja

Remaja merupakan fase perkembangan di mana seseorang tidak lagi tergolong anak-anak, namun juga belum sepenuhnya dianggap dewasa. Masa ini berada pada rentang usia peralihan dari anak-anak menuju dewasa, yang ditandai dengan berbagai perubahan pada aspek jasmani, rohani, pemikiran, perasaan, serta kehidupan sosial.

Banyak tokoh yang mengemukakan pengertian mengenai remaja. Deburn, misalnya, mendefinisikan remaja sebagai masa pertumbuhan yang berada di antara masa kanak-kanak dan dewasa. Sementara itu, Papalia dan Olds menjelaskan bahwa masa remaja adalah periode transisi perkembangan dari masa kanak-kanak menuju kedewasaan, yang umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada akhir masa remaja atau awal usia dua puluhan.

Salah satu pengertian remaja yang bersifat praktis dikemukakan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Definisi ini bersifat konseptual dan mencakup tiga aspek utama, yaitu biologis, psikologis, serta sosial-ekonomi. Secara lengkap, WHO mendefinisikan remaja sebagai masa di mana:

---

<sup>22</sup> Wahyu Ilaihi, "Komunikasi Dakwah," 2010.

<sup>23</sup> Mamdud, "Dakwah Islam di Media Massa."

- a. Seseorang berkembang mulai dari munculnya tanda-tanda seksual sekunder hingga mencapai kematangan seksual.
- b. Terjadi perkembangan psikologis dan perubahan pola identifikasi dari masa kanak-kanak menuju dewasa.
- c. Berlangsung peralihan dari ketergantungan penuh secara sosial-ekonomi menuju kondisi yang relatif lebih mandiri.<sup>24</sup>

## 9. Tujuan Kegiatan Keagamaan Bagi Remaja

Membiasakan remaja mengikuti kegiatan keagamaan sebagai bentuk penerapan norma agama dapat menjadi sarana efektif untuk mencegah terjadinya kenakalan di lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat. Penanaman nilai-nilai agama sebaiknya dilakukan sejak dini, sehingga norma tersebut tertanam kuat dalam diri remaja. Dengan adanya norma agama yang kokoh, remaja akan lebih mempertimbangkan dan berpikir ulang sebelum melakukan tindakan yang menyimpang. Setiap norma yang terkandung dalam ajaran agama selalu mengajarkan kebaikan. Tidak ada satu pun agama yang menganjurkan untuk saling membenci, apalagi merampas atau mengganggu hak-hak orang lain.<sup>25</sup>

## C. KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berpikir adalah struktur atau pola yang digunakan untuk menyusun pemikiran secara sistematis dalam menganalisis suatu masalah, menyusun penelitian, atau merancang sebuah proyek. Penjelasan yang disusun dalam penelitian ini akan mengintegrasikan teori dengan permasalahan yang diangkat, sehingga membentuk dasar pemahaman yang komprehensif. Berdasarkan pemaparan sebelumnya, terdapat beberapa konsep utama yang dijadikan acuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Kerangka berpikir yang telah disusun akan diterapkan dalam kerangka konseptual yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu Strategi dakwah remaja peduli dakwah islam dalam meningkatkan minat dakwah pada siswa MAN 02 Kepahiang.

---

<sup>24</sup> Sarlito W. Sarwono, "Psikologi Remaja," 2006.

<sup>25</sup> Shilphy A. Octavia, "Profesionalisme Guru Dalam Memahami Perkembangan Peserta Didik," 2021 .

**Tabel 1. 1 1 Kerangka Berpikir**

