

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari terjadinya duplikasi karya ilmiah atau pengulangan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan fokus permasalahan yang serupa, diperlukan kajian melalui telaah pustaka. Telaah pustaka dilakukan untuk mengkaji berbagai penelitian dan literatur yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Melalui kegiatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta celah penelitian yang masih perlu dikembangkan. Adapun beberapa aspek yang dibahas dalam telaah pustaka penelitian ini meliputi:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Saeful Lukman dkk, prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung tahun 2019 dengan judul “Peranan Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pemahaman tentang keagamaan masyarakat di lingkungan rw 03 desa Kebonjati. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian tentang majelis taklim At-Taubah menunjukkan bahwa, sebagai lembaga non-formal, majelis taklim membantu masyarakat desa Kebonjati menjadi lebih agamis, meningkatkan sikap dan perilaku mereka. Penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian terdahulu. Perbedaannya terletak pada fokus yang diteliti. Yang mana fokus penelitian penulis yang digunakan berjudul “Strategi komunikasi dakwah ketua majelis taklim masjid al-jihad dalam meningkatkan partisipasi jamaah” yang berfokus pada strategi komunikasi dakwah. Penelitian oleh Saeful Lukman dkk, “Peranan Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat” Fokus penelitian terhadap penelitian ini lebih kepada metode dakwah yang digunakan seorang da'i. Sedangkan persamaan

dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.¹³

2. Penelitian yang dilakukan oleh Khairul Amal dengan judul “Strategi Komunikasi dakwah Ustad Salim A. Fillah” yang bertujuan untuk menjelaskan karakteristik dan strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Salim A. Fillah. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan pengumpulan data melalui analisis deskriptif secara dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, dalam menyampaikan komunikasi dakwahnya, Ustadz Salim A. Fillah menciptakan kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Pengiriman pesan yang mengandung pembelajaran, menumbuhkan semangat berjuang, dibalut dengan ungkapan sastra dan juga ungkapan yang bernuansa humor. Menggunakan fungsi media secara optimal. Mengerti dan menyesuaikan objek dakwah. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek yang dianalisis dan titik berat kajian. Objek dan fokus studi dalam penelitian ini adalah Ustadz Salim A Fillah yang menekankan pada strategi komunikasi dakwah secara individu melalui berbagai media dan cara berkomunikasi. Sementara penelitian saya yang lebih menekankan pada strategi komunikasi dakwah ketua majelis taklim untuk meningkatkan partisipasi jamaah di sekitar masjid.¹⁴
3. Penelitian yang dilakukan oleh Fifin Naili Rizkiyah dan Widad Ainah dengan judul “Peran Majelis Taklim Anwarul Mahabbah dalam Membentuk Karakter Religius Remaja” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Majelis Taklim “Anwarul Mahabbah” dalam membentuk karakter religius remaja di Sempaja Utara. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan instrumen penggalan

¹³ Saeful lukman dkk, “Peranan Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat,” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4 (2019): 65–68, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v4i1.802>.

¹⁴ Khairul Amal, “Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A . Fillah,” *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah* 1 (2021): 114.

data wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa majelis taklim “Anwarul Mahabbah” sangat berperan dalam membentuk karakter religius remaja. Beberapa karakter religius bersifat ilahiyah diantaranya kesadaran dalam menjalankan syariat agama seperti kewajiban shalat lima waktu dan puasa ramadhan, membaca Al Qur'an secara rutin, meninggalkan maksiat seperti mabuk-mabukan dan ngelem, berbakti kepada kedua orang tua, serta meningkatkan pemahaman ilmu fiqih dan akhlak. Terdapat perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya. Penelitian ini yang berfokus pada peran majelis taklim dalam membentuk karakter religius remaja. Sedangkan penelitian saya yang lebih berfokus pada ketua majelis taklim dalam meningkatkan partisipasi jamaah. Persamaan pada penelitian ini sama-sama menjadikan majelis taklim sebagai wadah dakwah serta sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif.¹⁵

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sobali Suswandy dan Fazrian Thursina dengan judul “Meningkatkan Antusiasme Masyarakat dalam Kegiatan Keagamaan” Penelitian ini bertujuan untuk mengenali strategi yang ampuh dalam meningkatkan semangat masyarakat dalam aktivitas keagamaan dan menganalisis konsekuensinya bagi individu dan kelompok. Studi ini mengadopsi pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus. Temuan studi menunjukkan bahwa ada beberapa pendekatan yang berhasil untuk mengangkat semangat masyarakat dalam kegiatan keagamaan. Pertama, pemanfaatan teknologi dan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai aktivitas keagamaan dengan lebih luas dan interaktif. Kedua, pengembangan program yang sesuai dan menarik untuk berbagai usia serta latar belakang. Ketiga, fokus pada pengalaman individual dan kerja sama antar anggota komunitas untuk membangun rasa kepemilikan dan partisipasi yang

¹⁵ Elya Robiatul Adawiyah dkk, “Peran Majelis Taklim Anwarul Mahabbah Dalam Membentuk Karakter Religius Remaja,” *Afkaruna: International Journal of Islamic Studies (AIJIS)* 1, no. 1 (2023): 116, <https://doi.org/10.38073/aijis.v1i1.1379>.

lebih intens. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian saya terletak pada penekanan pada strategi untuk meningkatkan partisipasi atau keterlibatan anggota dalam aktivitas keagamaan. Perbedaannya terletak pada objek serta konteks penelitian. Penelitian ini mengkaji partisipasi masyarakat secara keseluruhan, sedangkan penelitian saya lebih fokus pada strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh ketua majelis taklim untuk meningkatkan partisipasi jamaah di lingkungan masjid.¹⁶

5. Penelitian yang dilakukan oleh Elya Robiatul Adawiyah dkk, dengan judul “Komunikasi Organisasi dalam Pengelolaan Majelis Ta’lim Azzahra: Studi Perencanaan dan Manajerial Dakwah Perempuan” Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan komunikasi organisasi dalam perencanaan dan pengelolaan kegiatan dakwah di Majelis Ta’lim Azzahra. Dengan pendekatan kualitatif yang menerapkan metode observasi dan dokumentasi, penelitian ini mengungkapkan struktur organisasi, pola komunikasi di antara pengurus, serta strategi koordinasi dalam melaksanakan kegiatan rutin. Temuan studi menunjukkan bahwa komunikasi dalam organisasi Majelis Taklim Azzahra berlangsung secara semi-formal dengan pendekatan yang bersifat kekeluargaan, namun tetap memanfaatkan jalur komunikasi yang sistematis dan terstruktur. Peran kepemimpinan ketua majelis sangat mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi serta pelaksanaan program dakwah. Perbedaannya, penelitian ini mengkaji komunikasi internal organisasi, sedangkan penelitian saya lebih menekankan pada strategi komunikasi dakwah ketua majelis taklim. Persamaannya terletak pada studi komunikasi dan kepemimpinan dalam majelis taklim sebagai lembaga dakwah.¹⁷

¹⁶ Sobali Suswandy dan Fazrian Thursina, “Meningkatkan Antusiasme Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan,” *Jurnal Pengabdian West Science* 02, no. 08 (2023): 652–60.

¹⁷ Elya Robiatul Adawiyah dkk, “Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Majelis T a’ Lim Azzahra: Studi Perencanaan Dan Manajerial Dakwah Perempuan,” *Bayyin: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3 (2025): 43–56.

Berdasarkan lima penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian sebelumnya memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan tema penelitian ini, terutama pada aspek majelis taklim sebagai lembaga dakwah, strategi komunikasi dakwah, kepemimpinan, serta partisipasi jamaah dalam kegiatan keagamaan. Secara umum, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa majelis taklim memiliki peran penting sebagai wadah pembinaan keagamaan masyarakat, baik dalam meningkatkan pemahaman agama, membentuk karakter religius, membangun antusiasme masyarakat, maupun mendukung pelaksanaan dakwah melalui pola komunikasi organisasi yang terstruktur. Penelitian Saeful Lukman dkk menegaskan bahwa majelis taklim berperan sebagai lembaga dakwah nonformal yang mampu meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat.

Penelitian Khairul Amal menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah dapat berjalan efektif apabila komunikator mampu membangun kredibilitas, daya tarik, serta menyesuaikan pesan dengan karakter mad'u. Penelitian Fifi Naili Rizkiyah dan Widad Ainah memperlihatkan bahwa majelis taklim tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran agama, tetapi juga sebagai media pembentukan karakter religius. Penelitian Sobali Suswandy dan Fazrian Thursina menegaskan bahwa peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan dipengaruhi oleh strategi komunikasi, inovasi program, dan keterlibatan emosional jamaah. Sementara itu, penelitian Elya Robiatul Adawiyah dkk menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan dakwah dalam majelis taklim juga sangat dipengaruhi oleh komunikasi organisasi internal dan pola kepemimpinan ketua dalam mengelola kegiatan. Meskipun memiliki relevansi, kelima penelitian tersebut belum secara spesifik membahas strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ketua majelis taklim dalam meningkatkan partisipasi jamaah di lingkungan masjid. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada peran umum majelis taklim, strategi komunikasi dakwah seorang da'i secara personal, pembentukan karakter religius, peningkatan antusiasme

masyarakat secara umum, serta komunikasi organisasi internal dalam pengelolaan majelis taklim.

Dengan demikian, masih terdapat ruang kajian yang belum banyak diteliti, yaitu bagaimana strategi komunikasi dakwah seorang ketua majelis taklim sebagai aktor utama kepemimpinan dakwah dalam membangun, menggerakkan, dan meningkatkan partisipasi jamaah secara langsung dalam konteks kegiatan keagamaan di lingkungan masjid. Berdasarkan analisis tersebut, letak kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang lebih spesifik, yaitu pada strategi komunikasi dakwah ketua majelis taklim sebagai aktor sentral dalam meningkatkan partisipasi jamaah. Penelitian ini tidak hanya melihat majelis taklim sebagai lembaga dakwah, tetapi juga menempatkan ketua majelis taklim sebagai subjek utama yang berperan aktif dalam membangun komunikasi, mengelola interaksi, memobilisasi jamaah, serta menciptakan keterlibatan jamaah dalam kegiatan keagamaan.

B. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Secara etimologis, istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos*, yang terdiri dari dua kata: *Stratos* yang berarti tentara, *Ago* yang berarti memimpin. Awalnya, istilah ini digunakan dalam konteks militer untuk menggambarkan seni atau cara seorang pemimpin mengatur dan mengarahkan pasukannya guna mencapai tujuan tertentu.¹⁸ Sedangkan, strategi komunikasi adalah perpaduan yang terencana dan terintegrasi dari seluruh unsur komunikasi, meliputi: Komunikator, pesan, saluran atau media, komunikan dan dampak atau efek yang ingin dicapai. Seluruh unsur ini dirancang secara sistematis agar proses komunikasi berlangsung efektif dan mampu mencapai

¹⁸ Usfiyatul Marfu'ah, "Usfiyatul Marfu'ah Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural," *Islamic Communication Journal* 02 (2017): 149.

tujuan secara optimal.¹⁹ Strategi merupakan langkah prioritas yang diambil setiap organisasi melalui berbagai cara dan pilihan tentang rencana terbaik dalam mencapai misi organisasi tersebut. Pencapaian misi tersebut dapat diraih melalui tiga tahapan strategi, yaitu: perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi strategi.²⁰

Robbins menyatakan bahwa strategi adalah proses penentuan tujuan dan target jangka panjang yang ingin diraih oleh sebuah organisasi. Strategi tersebut juga meliputi penentuan tindakan dan pengaturan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan itu. Pandangan lain mengungkapkan bahwa strategi adalah sebuah kerangka perencanaan yang dirancang secara eksplisit oleh manajer melalui penentuan arah dan tujuan organisasi, selanjutnya diikuti dengan pembuatan rencana yang terstruktur, dapat diukur, dan terfokus untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.²¹ Dalam manajemen, perencanaan adalah fungsi yang berperan dalam menentukan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam periode tertentu dengan mempertimbangkan biaya, sumber daya, dan fasilitas yang ada untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan perencanaan, organisasi dapat mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai serta menentukan cara atau langkah-langkah yang paling efisien untuk mewujudkan tujuan tersebut.²²

¹⁹ Silda Rusni Wardani Asyrafu Habib, "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi, 130hal," *Al-Ittisholi: Jurnal Komunikasi Islam* 2, no. 2 (2025): 130, <https://doi.org/10.37216/al-ittisholijournalofislamiccommunication.v2i2.2129>.

²⁰ Yohanes De Britto Bimo Triwicaksono and Adi Nugroho, "Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah," *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 137, <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>.

²¹ Wina Puspita Sari dan Asep Soegiarto, "Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2021): 192.

²² Thareeq Akbar Perkasa dan Rafinita Aditia, "Strategi Komunikasi Kepemimpinan : Suatu Tinjauan Teoritis," *Journal of Student Research* 1, no. 2 (2023): 368, <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.1042>.

Pelaksanaan dalam strategi komunikasi adalah tahap dimana rencana yang telah disusun diimplementasikan dalam praktik.²³ Pelaksanaan strategi komunikasi dalam dakwah dapat dikerjakan dengan berbagai metode termasuk pendekatan yang informatif, persuasif, rasional, serta emosional untuk memastikan pesan dakwah dapat dimengerti dan diterima oleh masyarakat. Disamping itu, interaksi dua arah antara *da'i* dan jamaah juga merupakan elemen krusial karena dapat memperbaiki pemahaman dan partisipasi jamaah dalam aktivitas dakwah.²⁴

Evaluasi adalah komponen penting dalam proses komunikasi yang dilakukan berdasarkan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan. Melalui evaluasi, dapat diketahui: Tingkat keberhasilan pelaksanaan komunikasi dan sejauh mana tujuan yang direncanakan tercapai. Dengan demikian, evaluasi berfungsi sebagai alat untuk menilai efektivitas proses komunikasi dan menjadi dasar untuk melakukan perbaikan dan pengembangan pada kegiatan selanjutnya.²⁵

2. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses menyampaikan nilai-nilai ajaran agama melalui kata-kata, tulisan, dan perilaku. Kegiatan dakwah bertujuan untuk mengajak masyarakat agar menyadari, merasakan, dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.²⁶ Masdar Helmy menjelaskan bahwa dakwah merupakan usaha untuk menumbuhkan kesadaran dan mendorong individu agar mengikuti perintah Allah Swt., khususnya dalam melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar, dengan

²³ Dkk. Najla Aulia Anchar, "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Pelaksanaan Program Kerja Himpunan Mahasiswa Micro IT Sekolah Vokasi IPB," *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* XV, no. 1 (2025): 41.

²⁴ Ahmad Wahyudi dan Amin Sobar, "Strategi Komunikasi Dalam Penyuluhan Islam," *Dakwah Dan Penyuluhan Islam* 03 (2022): 62–71.

²⁵ Dkk. Marya Ulfa, "Evaluasi Komunikasi Publik Dalam Dakwah," *Jurnal Da'wah : Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* I 32, no. 3 (2021): 146.

²⁶ Asyraful Habib, "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi, 130hal."

maksud meraih kebahagiaan serta kedamaian hidup di dunia dan di akhirat.²⁷ Di sisi lain, Qardhawi mengungkapkan bahwa dakwah bertujuan menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat dengan pendekatan yang bijaksana, penuh hikmah, serta melalui maw'izah hasanah atau nasihat yang baik. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan pesan-pesan Islam dapat diterima, dipahami, dan diterapkan oleh masyarakat dengan lebih efektif.²⁸

Allah Swt Berfirman Dalam Surah An-Nahl:125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa umat islam diperintahkan untuk berdakwah dengan hikmah, nasihat yang lembut, dan cara yang bijaksana. Pesan ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada cara penyampaiannya yang penuh empati, kelembutan, dan kebijaksanaan.²⁹

Menurut M. Quraish Shihab, QS. An-Nahl ayat 125 menjelaskan bahwa dakwah harus dilaksanakan dengan memperhatikan kondisi dan karakteristik mad'u sehingga metode yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam Tafsir Al-Mishbah, beliau menjelaskan bahwa al-hikmah merupakan kemampuan menyampaikan kebenaran secara tepat, bijaksana, dan proporsional sesuai situasi yang dihadapi. Al-mau'izhah al-hasanah dipahami sebagai pemberian nasihat yang baik, menyentuh hati, serta disampaikan

²⁷ Dkk. Jumriah Komala Sari, “Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah,” *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 5, no. 5 (2024): 926.

²⁸ Ilham Ansori dan Candra Krisna Jaya, “Komunikasi Dakwah Di Era Digital,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 1 (2025): 4, <https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860>.

²⁹ TafsirWeb, “An-Nahl Ayat 125,” n.d., <https://tafsirweb.com/>.

dengan penuh kelembutan sehingga mampu menggugah kesadaran seseorang tanpa menimbulkan rasa terpaksa. Adapun al-mujadalah billati hiya ahsan merupakan dialog atau diskusi yang dilakukan dengan cara terbaik, santun, menggunakan argumentasi yang rasional, serta tetap menghormati pihak yang diajak berdialog. Menurut Quraish Shihab, ketiga metode tersebut saling melengkapi sehingga seorang da'i harus mampu memilih metode yang paling sesuai dengan kondisi mad'u agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif.³⁰

Pandangan M. Quraish Shihab menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh cara penyampaiannya. Seorang da'i dituntut memiliki kebijaksanaan dalam memahami kondisi sosial masyarakat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta membangun komunikasi yang penuh kasih sayang. Pendekatan tersebut menjadikan dakwah lebih humanis, komunikatif, dan mampu diterima oleh masyarakat tanpa adanya unsur paksaan. Oleh karena itu, metode dakwah yang terkandung dalam QS. An-Nahl ayat 125 tetap relevan diterapkan dalam berbagai kondisi masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah melalui majelis taklim.³¹

Pandangan tersebut sejalan dengan Yusuf al-Qaradawi yang menjelaskan bahwa QS. An-Nahl ayat 125 merupakan pedoman utama dalam pelaksanaan dakwah Islam. Menurutnya, al-hikmah, al-mau'izhah al-hasanah, dan al-mujadalah billati hiya ahsan bukan sekadar metode penyampaian pesan, tetapi merupakan strategi komunikasi dakwah yang harus disesuaikan dengan karakter, tingkat pemahaman, dan kondisi psikologis mad'u. Seorang da'i tidak cukup hanya menguasai materi dakwah, tetapi juga harus memahami keadaan masyarakat sehingga mampu menentukan pendekatan yang paling tepat

³⁰ Nurhidayat Muh. Said, "Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 16, no. 1 (2021): 78–89.

³¹ Supardi, "Actualization Of Qs. An-Nahl Verse 125 As A method Of Da'wah and Its Relevance To modernity," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* XIV, no. 1 (2022): 15.

dalam menyampaikan ajaran Islam. Dengan demikian, dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan mampu mendorong perubahan sikap maupun perilaku masyarakat.³²

Yusuf al-Qaradawi juga menekankan bahwa al-hikmah mengandung makna kebijaksanaan dalam memilih waktu, cara, dan materi dakwah. Al-mau'izhah al-hasanah dilakukan melalui nasihat yang lembut, memberikan motivasi, serta menyentuh aspek emosional mad'u. Sementara itu, al-mujadalah billati hiya ahsan merupakan bentuk dialog yang mengedepankan etika, penghormatan terhadap lawan bicara, dan penggunaan argumentasi yang baik tanpa menjatuhkan pihak lain. Ketiga metode tersebut saling melengkapi dalam membangun komunikasi dakwah yang efektif sehingga pesan Islam dapat diterima secara sukarela oleh masyarakat.³³

Selain itu, Wahbah az-Zuhaili juga memberikan penjelasan mengenai metode dakwah dalam QS. An-Nahl ayat 125 melalui *Tafsir al-Munir*. Menurut Wahbah az-Zuhaili, ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah Islam harus dilakukan dengan pendekatan yang penuh hikmah, kelembutan, dan dialog yang santun. Al-hikmah dipahami sebagai kemampuan seorang da'i menempatkan sesuatu pada tempatnya, yaitu menyampaikan ajaran Islam berdasarkan ilmu pengetahuan, argumentasi yang kuat, serta mempertimbangkan kondisi dan tingkat pemahaman mad'u. Al-mau'izhah al-hasanah merupakan penyampaian nasihat yang baik dengan tutur kata yang lembut, menyentuh hati, dan memberikan motivasi tanpa menyakiti perasaan orang lain. Adapun al-mujadalah billati hiya ahsan diartikan sebagai dialog atau diskusi yang dilakukan dengan cara terbaik, menggunakan

³² Alif Jabal Kurdi, "Dakwah Berbasis Kebudayaan Sebagai Upaya Membangun Masyarakat Madani Dalam Surat Al- Nahl: 125," *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis* 19, no. 1 (2020): 21–42, <https://doi.org/10.14421/qh.2018.1901-02>.

³³ Sufian Suri, "Tafsir Dakwah Q.S An-Nahl Ayat 125 Dan Relevansinya Dengan Masyarakat," *Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 12, no. 2 (2022): 55–73.

argumentasi yang logis, tetap menghormati lawan bicara, serta menghindari perdebatan yang menimbulkan permusuhan.³⁴

Menurut Wahbah az-Zuhaili, ketiga metode tersebut merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi dalam proses dakwah. Pemilihan metode harus disesuaikan dengan karakteristik mad'u sehingga dakwah tidak dilakukan secara kaku maupun memaksa. Dakwah yang berhasil adalah dakwah yang mampu menggabungkan kebijaksanaan, kelembutan, dan komunikasi yang dialogis sehingga pesan Islam dapat diterima secara sukarela. Dengan demikian, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan seorang da'i dalam memilih metode komunikasi yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat.³⁵

Dalam konteks penelitian ini, pandangan dari ketiga tokoh islam ini, memiliki relevansi dengan strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ketua Majelis Taklim Masjid Al-Jihad. Ketua majelis taklim melaksanakan dakwah melalui pendekatan yang bijaksana dengan merancang program sesuai kebutuhan jamaah, memberikan nasihat dan motivasi secara santun, serta membangun komunikasi dua arah melalui musyawarah, diskusi, dan pendekatan personal kepada jamaah. Strategi tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan dakwah tidak dilakukan secara memaksa, melainkan mengedepankan kebijaksanaan, keteladanan, dan komunikasi yang persuasif sehingga mampu meningkatkan partisipasi jamaah dalam berbagai kegiatan keagamaan.

Begitu pula dalam surat Ali-Imran:110:

³⁴ Aan Handriyani, "Metode Tafsir Ayat Da'wah Studi Metode Dan Sistematika Tafsir Al - Munir Dalam Menafsirkan Ayat - Ayat Da'wah," *Jurnal Da'wah : Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 7, no. 2 (2024): 6–12.

³⁵ Prof. Dr. Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa Al-Syari'ah Wa Al-Manhaj* (Gema Insani, 2014).

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ
الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: "Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik."

Ayat ini menjelaskan bahwa umat Islam disebut sebagai umat terbaik bukan sekadar karena identitasnya, tetapi karena memiliki tugas mulia, yaitu mengajak kepada kebaikan (*amar ma'ruf*), mencegah kemungkaran (*nahi munkar*), dan beriman kepada Allah. Predikat sebagai umat terbaik merupakan amanah yang harus diwujudkan melalui kepedulian sosial, akhlak yang baik, serta peran aktif dalam memperbaiki kehidupan masyarakat. Dengan demikian, kemuliaan umat Islam terletak pada keimanan yang kuat dan kesungguhannya dalam menebarkan kebaikan serta mencegah keburukan di tengah kehidupan sosial.³⁶

Jalaluddin Rakhmat memberikan pandangan khusus tentang konsep dakwah, yang secara umum tidak jauh berbeda dari definisi para ahli sebelumnya. Menurutnya, dakwah adalah setiap bentuk seruan atau ajakan yang mengarahkan manusia kepada jalan kebenaran. Ajakan ini bertujuan untuk membawa manusia pada: Pengakuan dan keyakinan terhadap kebenaran, berdasarkan penjelasan yang jelas, keyakinan yang kuat. Dukungan dalil yang bersifat rasional (*aqli*) maupun berdasarkan syariat Islam (*syar'i*). Dengan demikian, dakwah berfungsi sebagai usaha meyakinkan secara ilmiah dan agama.³⁷ Khalidah menyampaikan bahwa dakwah adalah sebuah usaha komunikasi yang direalisasikan melalui perkataan dan perilaku yang penuh dengan

³⁶ TafsirWeb, "Ali-Imran Ayat 110," n.d., <https://tafsirweb.com/>.

³⁷ Sri Maullasari, "Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (Bki)," *Ilmu Dakwah* 38, no. 1 (2021): 167–68.

pesan-pesan ilahiah sebagai inti dari pesannya. Keberhasilan dakwah sebagai aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk perubahan dan pembinaan perilaku keagamaan di masyarakat sangat tergantung pada aspek pesan yang disampaikan dan pilihan bahasa yang sesuai. Oleh karena itu, keberhasilan penyampaian pesan dakwah sangat tergantung pada kemampuan komunikator dalam mengemas dan mengedukasi pesan keagamaan sehingga dapat dipahami, diterima, dan diterapkan oleh masyarakat.³⁸

Dari berbagai definisi dakwah yang telah dijelaskan, dapat dimengerti bahwa kegiatan dakwah memiliki banyak persamaan dengan proses komunikasi. Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Aziz dalam Fabriar yang menyatakan bahwa dakwah adalah suatu bentuk komunikasi, karena dalam praktiknya melibatkan berbagai elemen yang saling terhubung, baik sebagai unsur utama maupun unsur tambahan. Elemen-elemen tersebut mencakup *da'i* sebagai penyampai pesan dakwah, *mad'u* sebagai penerima pesan, materi yang disampaikan, metode yang diterapkan, media yang berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, serta tujuan yang ingin dicapai melalui aktivitas dakwah. Sehingga, dakwah dapat dianggap sebagai suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat dengan cara yang efektif.³⁹

3. Strategi Komunikai Dakwah

Secara Etismologi strategi berasal dari bahasa yunani yaitu "*strategos*" yang berarti "komandan militer" pada zaman demokrasi Athena. Sedangkan secara terminologi Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan suatu kiat yang dipergunakan oleh para *da'i* guna

³⁸ Aswar Tahir dkk., "Komunikasi Dakwah Da'i Dalam Pembinaan Komunitas Mualaf Di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang," *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 155, <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6105>.

mencapai tujuan dakwah, sehingga dakwah bisa berhasil sesuai yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan apa yang telah pernah dipercontohkan oleh Rasulullah. sangat dibutuhkan dalam setiap aktivitas dakwah. Strategi dalam berdakwah yang tidak tepat, seringkali memberikan (image) dan persepsi yang keliru tentang Islam itu sendiri.⁴⁰

Sedangkan, kata komunikasi berasal dari bahasa Latin, *communicare* yang memiliki arti memberitahukan. Kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa Inggris, *communication*, yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan, dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi ialah proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu.⁴¹

Strategi komunikasi dakwah adalah bagian penting dalam upaya menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat secara efektif. Menurut Effendy komunikasi dakwah harus dirancang dengan memperhatikan audiens, saluran komunikasi, serta pesan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dakwah tradisional biasanya mengandalkan ceramah langsung, pengajian dan keteladanan ulama, sementara dakwah modern mulai memanfaatkan media digital seperti media sosial, podcast, video streaming, dan aplikasi dakwah.⁴² 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

⁴⁰ Nafis Putri dkk, "Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @ BASYASMAN00," *An-Nida* 14, no. 2 (2022): 132.

⁴¹ Usfiyatul Marfu, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural," *Komunikasi Islam* 02, no. 02 (2020): 150.

⁴² Deni Irawan, "Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional Dengan Inovasi Digital)," *Jurnal Ilmu Komunikasi Penyuluhan* 8, no. 1 (2025): 2.

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.⁴³ Dengan demikian, maka yang dimaksud sebagai strategi komunikasi dakwah adalah suatu cara yang digunakan dalam berkomunikasi yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah.

Dalam penerapan strategi komunikasi dakwah, diperlukannya beberapa indikator penting dalam mencapai tujuan dari strategi komunikasi dakwah tersebut, diantara indikator penting yaitu: Pertama, Perencanaan komunikasi, Perencanaan adalah pernyataan tertulis mengenai segala sesuatu yang harus dilakukan. Sifat perencanaan harus berfokus kepada masa yang akan datang. Sedangkan perencanaan komunikasi ialah proses yang didalamnya memuat pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi. Sumber daya mencakup media massa, komunikasi antarpribadi, kegiatan apapun yang dirancang untuk mengubah perilaku dan memunculkan keterampilan tertentu bagi individu maupun kelompok dalam sebuah organisasi. Perencanaan komunikasi ditujukan untuk meminimalisir atau mengatasi rintangan sehingga komunikasi dapat berjalan secara efektif. Perencanaan dilihat dari segi fungsi komunikasi, digunakan untuk mengimplementasikan program atau aktivitas yang ingin dicapai baik itu pencitraan, kerjasama penyebaran ide, maupun pembangunan infrastruktur komunikasi.⁴⁴

Kedua, Penentuan sasaran dakwah. Penentuan sasaran dalam dakwah menjadi bagian penting, karena pada tahap ini kita bisa melihat *mad'u* yang akan dihadapi oleh komunikator dakwah atau *da'i*. dalam dakwah juga menekankan penyampaian pesan dengan

⁴³ Bustanol Arifin, "Strategi Komunikasi Dakwah *Da' i* Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan" 2, no. 2 (2022): 119.

⁴⁴ Mujiati Nanik, "Perencanaan Strategi Komunikasi Dakwah Masjid Agung Ampel Surabaya Dalam Perspektif Sistem," *Studi, Sosila Dan Ekonomi* 2, no. 2 (2021): 250.

mempertimbangkan psikologis dan sosiopsikologis mad'u, ini memiliki potensi untuk mengubah sikap dan perilaku mad'u serta meningkatkan kesadaran mereka untuk mengikuti ajaran Islam. Didasarkan pada prinsip rasa hormat, empati, dapat dimengerti dengan baik, kejelasan/keterbukaan, dan rendah hati, dakwah dengan pendekatan komunikasi persuasif menunjukkan tanggapan dalam bentuk pengertian, kepuasan, pengaruh pada sikap, hubungan yang lebih baik, dan tindakan yang diinginkan.⁴⁵ Ketiga penyusunan pesan dakwah. Pada prakteknya, dalam aktifitas dakwah tentunya tidak berbeda dengan bagaimana suatu interaksi komunikasi itu dibangun. Dalam dakwah, terdapat komponen-komponen penting yang harus dipahami. Salah satunya ialah penyusunan materi dakwah. Pentingnya bagi dai memastikan bobot materi dakwah yang ingin disampaikan dengan tingkat kebutuhan mad'u merupakan poin yang sangat penting dalam kesuksesan proses dakwah yang juga dalam hal ini materi-materi dakwah yang disampaikan harus secara bertahap, tidak langsung harus disampaikan semuanya pada saat itu juga. Hal ini harus terpenuhi agar dapat dipastikan tujuan dakwah terlaksana dengan maksimal.⁴⁶

Keempat pemilihan metode dakwah. Metode adalah cara yang sistematis dan terartur untuk pelaksanaan sesuatu atau cara kerja. Adapun menurut Saerozi metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan materi dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Metode dakwah juga merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategis dakwah yang telah ditetapkan karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah. Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektifitas

⁴⁵ Fauzi, "Urgensi Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah," *Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat* 13, no. 2 (2023): 130.

⁴⁶ Asyraf Habib dan Silda Rusni Wardani, "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi," *Jurnal Komunikasi Islam* 2, no. 2 (2025): 139.

dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. Maka dengan pemilihan metode yang tepat dapat menjadi bagian memudahkan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut, sehingga tujuan dari dakwah itu sendiri dapat dicapai sesuai dengan yang direncanakan.⁴⁷

Kelima penggunaan media dakwah. Pesan dakwah harus menjadi sebuah informasi yang mampu dipahami agar bisa diamalkannya dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan demikian adanya media yang harus digunakan seorang da'i dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya. Pemilihan dakwah yang tepat sangatlah penting oleh para aktivis dakwah, guna memberikan informasi yang baik dan benar agar masyarakat dapat menerima informasi dan mengaplikasikan wujud dari apa peran yang media lakukan, sehingga dapat membawa ke arah perubahan. Efek media dapat mempengaruhi seseorang dalam waktu pendek sehingga dengan cepat mempengaruhi bagi penggunanya, namun juga memberi efek yang lama, sehingga dapat memberi perubahan dalam waktu yang lama.⁴⁸ Keenam pelaksanaan komunikasi dakwah. Pelaksanaan komunikasi dakwah dilakukan secara terencana melalui penyampaian materi yang aktual, faktual, dan kontekstual. Da'i membangun komunikasi yang interaktif dengan jamaah melalui ceramah, tanya jawab, dan pembinaan rutin sehingga pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diamalkan.⁴⁹

Ketujuh evaluasi dalam kegiatan dakwah. Evaluasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam manajemen dakwah dan menjadi penentu arah serta kualitas kegiatan dakwah yang dijalankan oleh lembaga atau organisasi. Dalam pelaksanaannya, banyak organisasi dakwah mulai menyadari pentingnya evaluasi untuk mengetahui sejauh

⁴⁷ Maullasari, "Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (Bki)."

⁴⁸ Meisil B. Wulur, "Pemilihan Media Untuk Dakwah," *Jurnal Al-Nashihah* 1, no. 2 (2021): 85.

⁴⁹ Syarifah Mudaim, "Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Syarifah Mudaim Kota Cimahi," *Jurnsl Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 3 (2023): 263–75.

mana efektivitas dan dampak dari program dakwah yang telah dilakukan. Evaluasi ini menjadi alat ukur sekaligus refleksi untuk melihat keberhasilan, mengidentifikasi kelemahan, dan memperbaiki strategi dakwah agar semakin relevan dengan kebutuhan umat. Dalam praktiknya, penerapan evaluasi oleh lembaga dakwah dilakukan dengan berbagai pendekatan, tergantung pada kapasitas kelembagaan, jenis kegiatan, dan sumber daya yang dimiliki.⁵⁰

4. Majelis Taklim

Majelis taklim umumnya muncul dan berkembang dari masyarakat, khususnya masyarakat Muslim yang peduli terhadap pendidikan Islam. Masyarakat yang mendirikan majelis taklim dapat terdiri dari individu, pengurus masjid, kelompok profesi, organisasi keagamaan, atau komunitas lainnya.⁵¹ Majelis taklim berkembang di kalangan umat Islam dengan tujuan serupa, yaitu menjadikan sarana belajar dan bimbingan agama serta kegiatan lainnya dan menjadi media silaturahmi yang juga merupakan salah satu anjuran agama.⁵² Majelis taklim berfungsi sebagai sarana yang krusial dalam menyampaikan pengertian agama kepada kaum Muslim. Melalui majelis taklim, umat bisa mempelajari dan memahami ajaran agama dengan cara yang teratur dan berkesinambungan. Majelis taklim juga menghadirkan peluang bagi umat Islam untuk berdiskusi, bertanya, dan berbagi wawasan mengenai agama. Selain itu, majelis taklim juga berfungsi dalam meningkatkan kesadaran umat Islam mengenai konteks kehidupan sosial, budaya, dan lingkungan di sekitarnya.⁵³

⁵⁰ Saidah dkk, "Evaluasi Program Dakwah Dalam Perspektif Manajemen Dakwah: Kajian Teoritis Terhadap Indikator, Prosedur, Dan Faktor Penghambat," *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat* 4, no. 1 (2025): 184.

⁵¹ Syamsidar, "Strategi Komunikasi Majelis Taklim Nurul Ishlah Sebagai Media Pendidikan Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama," *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2019): 121, <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i1.5625>.

⁵² Zubadatul Munawwarah Nurhalimatus, "Dakwah Majelis Taklim Tajul Muhajirin Dalam Meningkatkan Spiritualitas Masyarakat Omben Sampang," *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 3, no. 2 (n.d.): 51.

⁵³ Saeful Anwar dan Ahmad Firdaus, "Penerapan Metode Dakwah Mujadalah Di Majelis Taklim," *Lanterana: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2023): 124.

Istilah majelis taklim merujuk pada lokasi, pertemuan, belajar, dan wadah berinteraksi sosial. Saat berkumpul, acara juga diisi dengan membaca Al-Qur'an, yasinan, pengajian atau tausiah agama serta aktivitas keagamaan yang dapat memenuhi kebutuhan spiritual, di samping itu juga diadakan kegiatan sosial, seperti: kunjungan ke panti asuhan, fakir miskin, pengumpulan infaq dan sedekah, membantu korban bencana, dan kegiatan sosial lainnya.⁵⁴ Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh majelis taklim terstruktur dan relevan sesuai dengan kebutuhan masyarakat menjadi daya tarik serta identitas unik bagi lembaga majelis taklim bagi umat Islam untuk memanfaatkan keberadaan majelis taklim.⁵⁵ Kegiatan tersebut akan meningkatkan pengetahuan agama dan memperbaiki sikap para ibu-ibu Majelis Taklim dalam masyarakat maupun pada diri mereka sendiri.⁵⁶

Keberadaan majelis taklim telah memberikan sumbangsih yang signifikan dalam pelaksanaan pendidikan agama Islam dan kegiatan dakwah di kalangan masyarakat. Sumbangan tersebut dapat diamati dari jangkauan aktivitas majelis taklim yang tidak terfokus pada kelompok atau golongan tertentu, melainkan mencakup berbagai lapisan warga muslim dengan beragam latar belakang, baik berdasarkan usia, jenis kelamin, budaya, kebiasaan, maupun kepentingan yang ada di komunitas masing-masing.⁵⁷

Pertumbuhan majelis taklim di Indonesia terjadi dengan cepat dan menyebar ke hampir seluruh daerah. Keadaan ini tidak dapat

⁵⁴ Idawati, "Majelis Taklim Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Study Pada Majelis Taklim Almuawwanah Kota Pekanbaru Riau," *Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No. 11 (2021): 465.

⁵⁵ Fikri Irvani dkk., "Kajian Peluang Dan Tantangan Sosiologi Dakwah Di Majelis Taklim Manbaul Irvani Walhikmah," *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 6, No. 2 (2025): 136.

⁵⁶ Elya Robbiatul Adawiyah dkk., "Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Majelis Ta'lim Azzahra: Studi Perencanaan Dan Manajerial Dakwah Perempuan," *Bayyin: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, No. 1 (2025): 46, <https://doi.org/10.71029/Bayyin.V3i1.85>.

⁵⁷ R. Jana dan M. Mansyur, "Majelis Taklim Sebagai Lembaga Dakwah Studi Tentang Tipologi Majelis Taklim Di Kecamatan Paseh Kabupaten Bandung Jana Rahmat Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung M. Mansyur Universitas Lampung A. Pendahuluan Aktifitas Dakwah Merupakan Pro," *Jawi* 4, No. 1 (2021): 87.

dipisahkan dari kenyataan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia menganut agama Islam. Selain itu, perkembangan majelis taklim juga didorong oleh semakin meningkatnya kesadaran umat Islam akan pentingnya mempelajari dan mendalami ajaran agama secara teratur, terencana, dan berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, keberadaan majelis taklim semakin diakui oleh masyarakat sebagai lembaga pendidikan Islam nonformal yang berperan penting dalam pembinaan umat. Dengan demikian, majelis taklim diharapkan dapat menjalankan peran yang lebih komprehensif, tidak hanya sebagai media pendidikan agama, akan tetapi juga sebagai tempat untuk menawarkan solusi bagi berbagai isu sosial, keagamaan, dan kemasyarakatan yang dihadapi oleh masyarakat.⁵⁸

5. Partisipasi Jamaah

Secara etimologis, kata partisipasi berasal dari bahasa Inggris *participation* yang mengandung arti keterlibatan atau keikutsertaan dalam sebuah aktivitas. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, partisipasi berarti keikutsertaan, peran serta, atau keterlibatan individu dalam aktivitas tertentu.⁵⁹ Secara konseptual, partisipasi adalah bentuk keterlibatan individu dalam berbagai tahap kegiatan, mulai dari penentuan arah dan strategi kebijakan, pelaksanaan program, hingga pemanfaatan hasil yang diperoleh dengan adil dan merata. Selain itu, partisipasi juga dapat diartikan sebagai sumbangan seseorang dalam memberikan ide, tenaga, maupun dukungan lainnya serta keterlibatannya dalam menetapkan tujuan yang ingin diraih bersama. Dalam konteks ini, partisipasi tidak hanya menyoroti aspek keterlibatan,

⁵⁸ Feiby Ismail dkk., "Manajemen Berbasis Digital : Optimalisasi Gerakan Dakwah Pada Majelis Taklim," *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 2, no. 2 (2023): 80.

⁵⁹ Andi Uceng dkk., "Partisipasi Masyarakat Dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Di Desa Betao Riase Kecamatan Pitu Riawa Kabupaten Sidenreng Rappang," *MODERAT: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 5, no. 2 (2019): 22.

tetapi juga menggambarkan hak dan kewajiban yang dimiliki oleh setiap orang dalam sebuah kegiatan atau organisasi.⁶⁰

Sedangkan Secara Istilah (*Terminologis*). Partisipasi oleh para ahli, yaitu diantaranya:

- a. Menurut Keith Davis, partisipasi adalah keterlibatan mental, emosional, dan moral individu dalam suatu kelompok yang mendorong orang tersebut untuk berkontribusi bagi organisasi dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Dengan demikian, partisipasi tidak hanya dipahami sebagai keterlibatan fisik dalam suatu pekerjaan atau kegiatan, tetapi juga meliputi keterlibatan secara psikologis dan emosional. Keterlibatan ini mendorong individu untuk berpartisipasi secara aktif, memberikan kontribusi yang maksimal, serta memiliki rasa tanggung jawab terhadap pencapaian tujuan yang ingin diraih oleh organisasi.⁶¹
- b. Isbandi menyatakan bahwa partisipasi masyarakat adalah keterlibatan aktif dari masyarakat dalam berbagai tahap kegiatan, mulai dari mengidentifikasi masalah, potensi, dan kebutuhan di lingkungan mereka, hingga pengambilan keputusan tentang alternatif solusi yang dianggap paling sesuai. Di samping itu, keterlibatan masyarakat juga meliputi partisipasi dalam pelaksanaan berbagai inisiatif untuk menyelesaikan masalah yang ada serta dalam proses penilaian terhadap perubahan dan hasil yang telah diperoleh. Sementara itu, Nurbaiti dan Bambang menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat dapat direalisasikan dalam beragam bentuk, salah satunya melalui aktivitas pengumpulan data yang

⁶⁰ Awan Labi Rahmadda dkk., "Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Di Kota Bengkulu," *Naturalis: Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan* 10, no. 2 (2022): 310, <https://doi.org/10.31186/naturalis.10.2.19968>.

⁶¹ R Sabrina, "Strategi Pembangunan Berkelanjutan Di Era Otonomi Daerah," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 22, no. 1 (2022): 58.

berkaitan dengan kemajuan program atau kegiatan yang sedang dilaksanakan serta tindakan para pelaku yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Dengan demikian, keterlibatan masyarakat tidak hanya terfokus pada pelaksanaan kegiatan, tetapi juga meliputi peran dalam pengawasan dan penilaian sebagai bagian dari usaha mencapai tujuan bersama.⁶²

Berdasarkan uraian tentang konsep partisipasi sebelumnya, bisa dipahami bahwa partisipasi lebih dari sekadar kehadiran individu dalam sebuah acara. Itu juga mencakup keterlibatan yang penuh, baik dari segi mental, emosional, maupun melalui kontribusi nyata dalam kegiatan yang diadakan. Dalam ranah aktivitas keagamaan, khususnya di majelis taklim, partisipasi para jamaah menjadi salah satu elemen krusial yang mempengaruhi keberhasilan pelaksanaan dakwah. Partisipasi ini dapat dilihat dari kehadiran mereka di pengajian, keterlibatan dalam diskusi terkait agama, serta sumbangan dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan yang diadakan oleh majelis taklim.

6. Komunikasi Persuasif Carl Hovland

Persuasif atau istilah lain *persuasi* (*persuasion*) berasal dari perkataan latin *persuasio*. Dengan kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti merayu, membujuk dan mengajak. Menurut Sastroputro mendefinisikan *persuasi* sebagai komunikasi sosial dalam prakteknya menggunakan teknik atau cara tertentu, sehingga dapat menyebabkan orang bersedia melakukan sesuatu dengan suka rela, senang hati dan tanpa dipaksa oleh siapapun.⁶³ Persuasi juga dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar. Komunikasi persuasif

⁶² Dinar Wahyuni, "Development of Pentingsari Tourism Village, Sleman District on the Perspective of Community Participation," *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 10, no. 2 (2019): 95.

⁶³ Ahmad Zaenuri, "Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran," *Journal of Applied Linguistics and Islamic Education* 01, no. 01 (2017): 54.

memiliki sasaran yang berkorelasi dengan motivasi dari orang yang diajak berkomunikasi secara persuasif.⁶⁴

Menurut Carl I. Hovland, komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, serta perilaku seseorang melalui penyampaian pesan tertentu. Komunikasi persuasif dilakukan agar komunikan menerima, memahami, dan mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam proses persuasi, keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara meyakinkan, menarik dan sesuai dengan kondisi audiens.⁶⁵ Hovland menjelaskan bahwa komunikasi persuasif tidak hanya sekedar memberikan informasi, tetapi juga berupaya memengaruhi cara berpikir, sikap, dan tindakan seseorang. Oleh karena itu, komunikator harus mampu membangun kepercayaan, kedekatan emosional, dan penyampaian pesan yang mudah dipahami agar tujuan komunikasi dapat tercapai.⁶⁶

Teknik komunikasi persuasif adalah seni atau cara penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga memunculkan dampak tertentu pada komunikan. Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengaitkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Teknik integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan.⁶⁷ Teknik Ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan. Teknik Tataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian

⁶⁴ nisful Laily Zain, "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa," *Jurnal Nomosleca* 3, no. 2 (2020).

⁶⁵ Nita Yuliati, "Komunikasi Persuasif Pengurus Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dalam Meningkatkan Partisipasi Kegiatan Program Desa Sugih Waras," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum* 4, no. 3 (2026): 2889–90.

⁶⁶ Yusuf Hartawan, "Komunikasi Persuasif Disnakertrans Kota Bogor Mengatasi Masalah Pengangguran Generasi Milenial," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 91.

⁶⁷ Ermairael Salim, "Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Panti Asuhan Al Akbar Pekanbaru," *Jurnal Sosio-Komunika* 1, no. 1 (2022): 107–15.

rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasi untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.⁶⁸ Teknik “*red herring*” adalah mengalihkan pembicaraan ketika terjadi perdebatan menuju hal yang lebih dikuasai komunikator untuk mempertahankan pengaruh terhadap komunikan.⁶⁹

Dalam komunikasi persuasif memiliki beberapa unsur, pertama *Persuader*, yaitu komunikator yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal. Kedua *Persuadee*, yaitu orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan. Dalam istilah komunikasi yang lebih umum, *persuadee* dikenal dengan istilah komunikan atau audiens. Ketiga Pesan adalah segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Pesan verbal terdiri dari pesan verbal yang disengaja dan tak disengaja. Pesan nonverbal juga terdiri atas pesan nonverbal disengaja dan tak disengaja. Keempat aluran, merupakan perantara di antara orang-orang yang berkomunikasi. Bentuk saluran tergantung pada jenis komunikasi yang dilakukan. Kelima Efek, yaitu perubahan yang terjadi pada diri *persuadee* sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang mungkin bisa terjadi adalah perubahan tingkah laku, sikap dan pendapat). Keenam Umpan balik, adalah reaksi atau balasan yang diberikan oleh penerima (*persuadee*) atas pesan yang disampaikan oleh penyampai pesan (*persuader*).⁷⁰

Dalam perspektif Islam, komunikasi persuasif sangat berkaitan dengan aktivitas dakwah, karena dakwah pada dasarnya merupakan proses mengajak, memengaruhi, dan membimbing manusia menuju

⁶⁸ Olivia Erviani, “Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Kota Samarinda,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, No. 3 (2021): 239.

⁶⁹ muh Ilyas, “Komunikasi Persuasif Menurut Al-Quran,” *Jurnal Al-Tajdid* II, No. 1 (2020): 17.

⁷⁰ Deni Rahman dan Wichitra Yasya, “Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (2020): 4.

kebaikan dengan cara yang bijaksana dan tanpa paksaan. Komunikasi persuasif dalam dakwah dilakukan melalui penyampaian pesan-pesan Islam yang mampu menyentuh pikiran, perasaan, dan perilaku *mad'u* sehingga mereka terdorong untuk menerima serta mengamalkan ajaran Islam secara sadar.⁷¹

Hal tersebut sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah harus dilakukan dengan hikmah, nasihat yang baik, dan komunikasi yang santun agar pesan dakwah dapat diterima oleh *mad'u*. Konsep tersebut sejalan dengan komunikasi persuasif yang bertujuan memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang melalui pendekatan yang meyakinkan, menyentuh emosi, dan tanpa adanya unsur paksaan. Dalam komunikasi persuasif dakwah, seorang *da'i* tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga berupaya membangun kedekatan emosional, keteladanan, dan komunikasi yang mudah dipahami agar *mad'u* terdorong untuk mengikuti ajaran yang disampaikan.

Dalam konteks penelitian ini, Ketua Majelis Taklim Masjid Al-Jihad menggunakan komunikasi persuasif dalam kegiatan dakwah untuk meningkatkan partisipasi jamaah. Hal tersebut terlihat dari cara ketua majelis taklim memberikan ajakan secara santun, aktif

⁷¹ Kelaut Dia dan Sri Wahyuni, “Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah ‘Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?,’” *Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam* 19, no. 1 (2021): 66–83.

membangun komunikasi personal dengan jamaah, terlibat langsung dalam kegiatan masjid, serta menyampaikan pesan dakwah yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan kondisi jamaah. Pendekatan tersebut membuat jamaah merasa lebih dekat, nyaman, dan terdorong untuk aktif mengikuti berbagai kegiatan keagamaan seperti pengajian rutin, yasinan, dan tadarus Al-Qur'an. Dengan demikian, komunikasi persuasif yang dilakukan ketua majelis taklim tidak hanya menjadi sarana penyampaian pesan dakwah, tetapi juga menjadi upaya membangun kesadaran dan meningkatkan partisipasi jamaah dalam kegiatan majelis taklim.

Dengan demikian, pendekatan komunikasi dakwah yang dijalankan oleh ketua majelis taklim tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga berkontribusi dalam membangun sikap positif, memperkuat norma sosial, serta meningkatkan perspepsi kemudahan bagi jamaah. Hal ini pada akhirnya akan memengaruhi niat jamaah untuk terlibat dalam kegiatan majelis taklim, sehingga meningkatnya partisipasi jamaah secara keseluruhan.

C. Kerangka Berfikir

Penelitian ini didasarkan pada konsep bahwa keberhasilan komunikasi dakwah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara persuasif, tetapi juga harus berpedoman pada prinsip-prinsip dakwah yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Allah Swt. dalam QS. An-Nahl ayat 125 memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan al-hikmah, al-mau'izhah al-hasanah, dan al-mujadalah billati hiya ahsan. Ketiga prinsip tersebut menjadi landasan dalam proses penyampaian dakwah sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Dalam penelitian ini, pelaksanaan strategi komunikasi dakwah Ketua Majelis Taklim Masjid Al-Jihad dianalisis menggunakan teori komunikasi persuasif Carl I. Hovland yang menjelaskan bahwa komunikasi bertujuan memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku komunikan melalui penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik sasaran. Unsur-unsur

komunikasi persuasif meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, efek, dan umpan balik yang saling berkaitan dalam proses komunikasi. Berdasarkan landasan normatif dan teori tersebut, penelitian ini memfokuskan analisis pada strategi komunikasi dakwah Ketua Majelis Taklim yang meliputi perencanaan strategi, identifikasi sasaran dakwah, penyusunan pesan dakwah, metode penyampaian, penggunaan media komunikasi, upaya meningkatkan partisipasi jamaah, hambatan yang dihadapi, serta upaya mengatasi hambatan. Pelaksanaan strategi komunikasi dakwah yang berpedoman pada nilai-nilai QS. An-Nahl ayat 125 dan prinsip komunikasi persuasif diharapkan mampu meningkatkan partisipasi jamaah dalam berbagai kegiatan keagamaan di Majelis Taklim Masjid Al-Jihad.



Gambar 2.1
Kerangka berpikir penelitian

