

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berinteraksi satu sama lain. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Urgensinya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri, begitu juga bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang efektif, suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil. Berhasilnya komunikasi itu dipadang dari perubahan perilaku penerima pesan. Karena komunikasi pada hakikatnya merupakan proses dimana seseorang atau sekelompok orang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah tingkah laku orang lain (komunikan)<sup>1</sup>.

Keahlian komunikasi adalah kemampuan yang harus dimiliki setiap orang, begitu pula bagi seorang pemimpin dalam organisasi atau kelompok agar bisa siap menghadapi tantangan problematika dunia yang telah menjadikan komunikasi sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas komunikasi yang baik dan efektif bukanlah suatu aktivitas yang mudah. Untuk mencapai kompetensi komunikasi memerlukan *understanding* sehingga komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Langkah awal tercapainya komunikasi efektif bagi sebuah aktivitas dan agar memperoleh hasil optimal membutuhkan *starting point* yang disebut *planning* (perencanaan).

Strategi merupakan suatu keniscayaan yang harus ada dalam suatu perencanaan untuk pencapaian suatu tujuan. Secara konseptual strategi dapat

---

<sup>1</sup> Kustadi Suhandang, Strategi dakwah, PT Remaja Rosdakarya, 2014. Hal iv

dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Demikian pula strategi dalam berkomunikasi merupakan tata cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil dan efektif. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>2</sup>

Salah satu bentuk komunikasi yang berupaya mempengaruhi kamunikan, agar mereka sadar dan yakin akan kebenaran Islam, mau menganutnya bagi mereka yang non muslim serta memperdalam pengetahuan agama Islam bagi kaum muslimin adalah dakwah. Dakwah merupakan ajakan yang dilakukan untuk membebaskan individu dan masyarakat dari pengaruh eksternal nilai-nilai *syathaniyah* dan kejahiliah menuju internalisasi nilai-nilai ketuhanan<sup>3</sup>. Kemampuan profesional dalam berdakwah semakin dituntut karena persoalan dan problematika masyarakat semakin kompleks dan masyarakat saat ini semakin kritis dalam merespon segala sesuatu<sup>4</sup>.

Pada dasarnya dakwah Islamiyah merupakan proses transformasi penyampaian pesan dakwah dan perubahan dari yang tidak baik ke arah yang baik, dan dari yang baik ke arah yang lebih baik kepada muslim atau non muslim hingga terbangun kehidupan individu dan kemasyarakatan yang Islami secara fitrahnya, dalam konteks internal umat Islam, dakwah dimaksud adalah upaya melakukan perubahan ke arah perbaikan umat, keselamatan masyarakat, dan

---

<sup>2</sup> Yusuf Zaenal Abidin, *Manajemen Komunikasi* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015) hlm. 115

<sup>3</sup> M. Munir dan Wahyu ilahi, *Manajemen dakwah*, (Jakarta: PT Kencana, 2006) hlm.

<sup>4</sup> Ibid...hlm. 2

kemajuan bangsa dan negaranya serta memastikan nilai-nilai Islam menjadi warna seluruh dimensi kehidupan serta terciptanya suasana lingkungan yang Islami.<sup>5</sup> Manusia berdakwah dapat melalui berbagai metode dalam kehidupan disesuaikan dengan kebutuhan, situasi dan kondisi. Metode tersebut tercantum dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.

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

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

Dakwah Islam memerlukan sebuah strategi baru yang mampu mengantisipasi perubahan zaman yang semakin dinamis. Oleh sebab itu dalam rekayasa peradaban Islam sekarang ini guna menyongsong kebangkitan umat di zaman modern diperlukan formasi strategi yang tepat.<sup>6</sup> Dalam mencari solusi menghadapi problematika dan sarana pemecahan persoalan umat manusia membutuhkan suatu perencanaan yang matang. Maka disinilah letak signifikan diperlukannya strategi komunikasi sebagai perencanaan kegiatan gerakan dakwah.

Dewasa ini, reformulasi dan rekonstruksi strategi komunikasi untuk kebutuhan dakwah merupakan kebutuhan yang amatlah perlu dilakukan. Factor perkembangan, perubahan, dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berlansung demikian cepat dan pesat. Respon atas perkembangan kemajuan

<sup>5</sup> Enjang AS, Aliyuddin. *Dasar-dasar Ilmu dakwah*, ( Bandung PT Widya Padjajaran, 2009).

<sup>6</sup> M. Bahri Ghazali, *Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1997), Cet ke-1, hlm. 33

tersebut, membuat warga masyarakat dunia terus membenah diri, agar mereka tak tertinggal peradaban modern. Demikian pula strategi komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting bagi pergerakan kegiatan dakwah. Apalagi digunakan oleh suatu organisasi atau majelis untuk mencapai tujuan dakwah, bila strategi komunikasi yang diterapkan dalam berdakwah itu baik, maka aktivitas dakwah akan tersusun secara sistematis dan teratur. Strategi komunikasi dalam konteks organisasi adalah penetapan berbagai tujuan dan sasaran jangka panjang yang sifatnya mendasar bagi sebuah organisasi, yang dilanjutkan dengan penetapan rencana aktivitas dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan guna mencapai berbagai sasaran<sup>7</sup>.

Implementasi dalam suatu gerakan dakwah yang menjadi komunikator (*da'i*) tidak hanya oleh satu orang saja, melainkan dapat juga dilakukan oleh sekelompok orang berupa lembaga atau organisasi, seperti organisasi NU, Muhammadiyah, Persis dan lain-lain. Saat ini, banyak bermunculan kegiatan-kegiatan dakwah yang dikemas melalui *da'wah Hizbiyah* berupa organisasi, lembaga, atau majelis. Salah satunya majelis yang sedang populer di Kabupaten Kuningan yaitu Majelis Rasulullah. Majelis Rasulullah pada awalnya lahir di Ibu kota Jakarta yang dipimpin Habib Munzir Bin Fuad Al-Musawa (*Al-marhum*). Majelis ini berdiri pada tahun 2000.<sup>8</sup> Majelis Rasulullah merupakan salah satu majelis besar yang cukup terkenal di berbagai daerah di Indonesia dan Majelis Rasulullah merupakan salah satu majelis yang masih aktif dan makin banyak jamaahnya sampai saat ini. Keberadaan Majelis Rasulullah di Kabupaten

---

<sup>7</sup> Robbins SP dan Judge, *Perilaku Organisasi* (Jakarta : salemba Empat, 2011), hal 6

<sup>8</sup> Anis sholihat, skripsi : *Strategi Komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Rasulullah di pancoran Jakarta selatan*, 2015, Tidak diterbitkan

Kuningan menjadi dikenal dan banyak pengikutnya hingga puluhan ribu jamaah. Majelis Rasulullah memiliki banyak jamaah dari semua kalangan baik orang tua maupun remaja.

Salah satu program kegiatan dakwah Majelis Rasulullah, yaitu rutin menggelar pengajian akbar dan salawat. Pengajian yang selalu dihadiri ribuan muslim. Pelaksanaan kegiatan seperti ini dengan *mustaminya* banyak sudah menjadi rutinitas organisasi Majelis Rasulullah setiap seminggu sekali dengan dikemas dalam sebuah kegiatan tablig akbar yang menjadi program utama. Program kegiatan tersebut setiap senin malam, sehingga dinamakan Jalsatul Itsnain. Adapun lokasi pengajian itu, tidak hanya satu lokasi saja. Pada minggu pertama dan ketiga rutin setiap bulan dilaksanakan di masjid At-Taqwa Kecamatan Ciawigebang, pada minggu kedua dilaksanakan di masjid Syiarul Islam pusat kota Kuningan dan minggu ke empat di masjid-masjid seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Kuningan secara bergantian, namun kegiatan pengajian di Kecamatan Ciawigebang selalu paling banyak masyarakat yang menghadirinya dibandingkan di Kecamatan lainnya dan kegiatan pengajian di Kecamatan Ciawigebang merupakan inspirasi adanya kegiatan pengajian Jalsatul Itsnain bagi kegiatan di tempat lain.

Keberadaan pengajian Jalsatul Itsnain yang di koordinir organisasi Majelis Rasulullah di Kabupaten Kuningan ini sebenarnya masih baru, namun animo masyarakat sangat antusias menghadirinya. Keberhasilan memikat masyarakat tentunya tak lepas dari strategi komunikasi yang dilakukan dalam proses kegiatan pengajian Jalsatul Itsnain. Melihat fenomena tersebut, ada masalah unik dan

menarik yang perlu diteliti, mengapa animo masyarakat Kabupaten Kuningan khususnya di Kecamatan Ciawigebang antusias dalam mengikuti kegiatan pengajian Jalsatul Itsnain yang diselenggarakan organisasi Majelis Rasulullah? Padahal acara jalsatul itsnain dilaksanakan rutin setiap malam selasa bagaikan tablig akbar dalam event besar seperti acara peringatan hari besar Islam yang dilaksanakan tahunan. Untuk menjawab permasalahan tersebut peneliti mencoba menulis dengan mengambil judul **Strategi Komunikasi Dalam Gerakan Dakwah Majelis Rasulullah.** (Studi Kasus pada Pengajian Jalsatul Itsnain di Kec. Ciawigebang Kab. Kuningan )

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang di atas, penelitian ini fokus pada Strategi Komunikasi dalam Gerakan dakwah Majelis Rasulullah dalam kegiatan pengajian Jalsatul Itsnain di Kec. Ciawigebang, Kab. Kuningan untuk mengetahui masalah tersebut dirinci dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan komunikasi Majelis Rasulullah dalam Program pengajian Jalsatul Itsnain di Kecamatan Ciawigebang. Kab. Kuningan?
2. Bagaimana manajemen strategis Majelis Rasulullah dalam program pengajian Jalsatul Itsnain di Kec. Ciawigebang Kab.Kuningan?
3. Bagaimana taktik persuasi Majelis Rasulullah dalam program Jalsatul Itsnain di Kec. Ciawigebang. Kab. Kuningan?

#### **C. Tujuan penelitian**

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah sebagai studi eksploratif tentang strategi komunikasi yang dilakukan dalam program kegiatan pengajian Jalsatul Isnain yang diselenggarakan Majelis Rasulullah. Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya untuk mengetahui dan menganalisis tentang:

1. Perencanaan Komunikasi Majelis Rasulullah dalam Program pengajian Jalsatul Isnain di Kecamatan Ciawigebang. Kab. Kuningan.
2. Manajemen Strategis Majelis Rasulullah dalam Program Pengajian Jalsatul Isnain di Kec. Ciawigebang. Kab. Kuningan.
3. Taktik Persuasi Majelis Rasulullah dalam program Jalsatul Isnain di Kec. Ciawigebang. Kab. Kuningan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan pengetahuan dalam bidang komunikasi dan dakwah khususnya terkait dengan strategi komunikasi dan dakwah dalam berorganisasi. Dan juga memperkaya koleksi hasil penelitian sehingga menjadi kajian pustaka dan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini sebagai upaya pengembangan bagi organisasi Majelis Rasulullah dan organisasi Islam lainnya untuk bahan masukan bagi organisasi dalam rangka menerapkan manakah strategi komunikasi yang relevan digunakan untuk jaman sekarang ini. Secara umum

setiap organisasi menghadapi tantangan-tantangan lingkungan dan masalah-masalah internal maupun eksternal. Organisasi membutuhkan bagaimana perencanaan dan manajemen yang baik serta taktik operasionalnya. Dengan demikian, berharap pengetahuan hasil analisis penelitian tentang strategi komunikasi dalam gerakan dakwah Majelis Rasulullah ini dapat membantu organisasi untuk meningkatkan prestasi pelayanan dan meningkatkan peran serta dalam meningkatkan perkembangan organisasi.

- b. Bagi masyarakat secara umum dapat menambah wawasan strategi dakwah Islam sehingga dapat mengimplementasikan dalam kegiatan gerakan dakwah yang mampu mengantisipasi perubahan zaman yang semakin dinamis. Disamping itu, untuk mencari solusi menghadapi problematika dan sarana pemecahan persoalan umat manusia dengan melalui gerakan dakwah berorganisasi yang menggunakan strategi komunikasi yang baik.
- c. Bagi pemerintahan, khususnya pemerintah Kabupaten Kuningan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengetahuan akan pentingnya organisasi dakwah Islam untuk mewujudkan visi dan misi Kuningan Agamis. Dengan demikian, penelitian ini sebagai bahan pertimbangan agar pemerintah memberikan perhatian terhadap kegiatan gerakan dakwah Majelis Rasulullah sehingga semakin terus berkembang.



## E. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan penelitian yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya guna untuk menghindari *plagiasi*. Adapun penelitian yang mempunyai kemiripan dalam membahas strategi komunikasi sebagai berikut :

1. Tesis Didin Misbahuddin, (2012), yang berjudul “ *Strategi Dakwah NU terhadap Masyarakat Pedesaan*”. Dalam penelitian ini bertujuan mengungkap cita-cita dakwah NU terhadap masyarakat pedesaan juga untuk mengungkap rumusan kebijakan dan strategi yang diterapkan NU dalam berdakwah terhadap masyarakat pedesaan. Jenis penelitian yang digunakan metode deskriptif analitik. Hasil penelitian yang ditemukan bahwa strategi dakwah NU terhadap masyarakat pedesaan dengan menggunakan dakwah kultural, kesenian, dan didukung oleh cara berdakwah yang bijaksana dan sikap para da’I NU yang senantiasa menjadi teladan telah menunjukkan keberhasilannya dalam meraih simpati masyarakat pedesaan. Adapun ciri keberhasilannya ; mengakarnya kultur ke NU an pada masyarakat pedesaan, semakin menguat amaliyah NU dalam keberagaman masyarakat, masyarakat menjadi toleransi dalam keberagaman perbedaan, dan semakin banyak lembaga pendidikan NU.
2. Tesis Ahmad Zamakhsyari (2010) yang berjudul “ *Strategi Dakwah Kiai Haji Syakur Yasin pada Masyarakat pantai kabupaten Indramayu.*

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui Perencanaan, sasaran, metode, pelaksanaan, kendala dakwah serta keberhasilan strategi dakwah Kiai Haji Syakur Yasin pada masyarakat pantai Kabupaten Indramayu. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode deskriptif analitik dan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keberhasilan KH Syakur yasin merupakan hasil dari perencanaan yang matang, memakai metode yang tepat, tujuan dan sasaran yang jelas yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat pantai Kabupaten Indramayu. Keberhasilan tersebut karena KH Syakur yasin menerapkan nilai Islam pada masyarakat Indramayu, sebagai peletak etika dan akhlak Masyarakat, sebagai Motivator dan mediator dalam segala permasalahan yang berkembang di masyarakat pantai Kabupaten Indramayu.

3. Tesis Arum Ningsih (2015) yang berjudul :”*Strategi Komunikasi Bisnis dalam Kewirausahaan Pesantren (Studi Difusi Inovasi dalam Kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhid )*. Tujuan penelitiannya yaitu : Mengetahui proses penyampaian Informasi, proses persuasi, inovasi dan evaluasi dalam komunikasi bisnis pada kewirausahaan Eco pesantren Daarut Tauhid. Metode yang digunakan studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif. teori yang digunakan difusi inovasi dan model AIDDA. Hasil penelitiannya, penyampain informasi dengan keramahan, kesederhanaan, kesesuaian,dan keterhubungan. Proses persuasinya yang komunikatif, bagi hasil dalm system agrobisnis, dan

penitipan barang dagangan dalam warung kebersamaan. Evaluasi yang dilakukan menggunakan Analisi SWOT.

4. Tesis Ahmad Rifai ( 2010 yang berjudul : “*Dinamika Gerakan Dakwah Jamaah Muhammadiyah Kota Bandung*”. Tujuan penelitiannya : mengetahui metode dakwah, pelaksanaan dakwah jamaah muhammadiyah dan persepsi warga serta kendalanya. Teori utama yang digunakan teori dakwah jamaah, dan teori bantu yaitu teori komunikasi kelompok dan organisasi. Jenis penelitian Kualitatif dan Metode yang digunakan metode fenomenologi. Hasil penelitiannya, dinamika dakwah muhamadiyah mengalami pasang surut, metode dakwah dan aplikasinya terdapat kendala dalam kualitas mubaligh.
5. Tesis Aludin (2013) yang berjudul : “*Peran Organisasional dalam Program Pembangunan Bandung Agamis*” (*Penelitian pada Forum Silaturahmi Ormas Islam di Kota Bandung*). Tujuan penelitiannya ; mengetahui peran dan fungsi FSOI dalam program pembangunan Bandung Agamis dan mengkaji program-programnya. Jenis penelitiannya kualitatif dan metodenya Studi kasus. Hasilnya mendukung program Aspirasi masyarakat dalam mewujudkan Bandung Agamis, berkontribusi dalam mewujudkan bandung Agamis dengan mendorong kerukunan antar ormas Islam, mendukung kondusivitas dan menanamkan budaya madani di Kota bandung. Mengsucceskan pelaksanaan dakwah dalam membrantas miras, prostitusi, perjudian dan

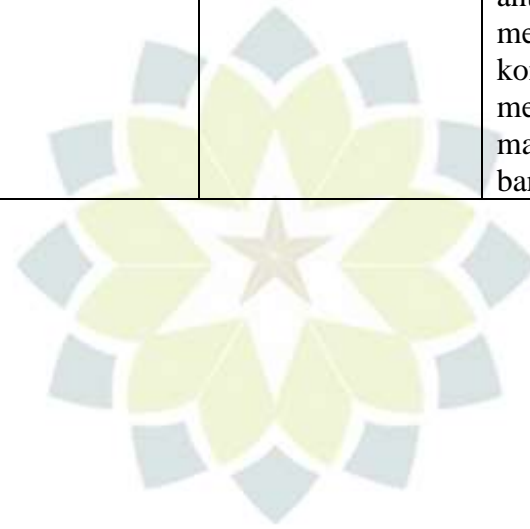
mewujudkan pemerintahan yang bersih serta menjaga umat dari penyesatan akidah dan paham radikalisme.

Kelima tesis di atas dianggap ada kemiripan dengan penelitian yang akan diteliti, namun pada dasarnya berbeda. Persamaan dengan Tesis Didin yaitu : persamaannya pendekatan penelitian menggunakan sosiologi dan meneliti tentang strategi suatu organisasi akan tetapi terdapat perbedaan dalam objeknya. Objek yang diteliti Didin yaitu, organisasi NU, sedangkan organisasi yang akan diteliti yaitu, Majelis Rasulullah. Begitu pula tesis Ahmad meneliti Strategi tapi beliau bukan pada organisasi melainkan pada strategi personal. Selain dari itu kedua tesis di atas tentang strategi dakwah sementara yang akan diteliti mengenai strategi komunikasi. Kemudian tesis yang diteliti Arum, persamaan dengan yang akan diteliti menggunakan Strategi Komunikasi dan metode studi kasus. Perbedaannya Arum meneliti aspek dari komunikasi bisnis sedangkan yang akan diteliti dari aspek kegiatan dakwah dan perbedaan dalam teorinya. Tesis Ahmad dan Aludin persamaannya meneliti suatu organisasi. Dalam Tesis Ahmad terdapat kata Gerakan dakwah dan tesis yang akan diteliti pula terdapat kata gerakan dakwah. Tesis Aludin persamaannya penggunaan dalam metodenya, yaitu : metode studi kasus. Kelima penelitian di atas memiliki persamaan dengan yang akan diteliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Untuk lebih sederhana akan dijelaskan dalam bentuk tabel dibawah ini.

No	Nama	Judul Penelitian	Pendekatan dan Metode	Teori	Hasil Penelitian	Relevansi	
						Persamaan	Perbedaan
1	Didin Misbahuddin, (2012)	Strategi Dakwah NU terhadap Masyarakat Pedesaan (Tesis)	Pendekatan Sosiologis dan Metode deskriptif Analitik	Teori norma Budaya	Strategi dakwah NU terhadap masyarakat pedesaan dengan menggunakan dakwah kultural, kesenian, dan didukung oleh cara berdakwah yang bijaksana dan sikap para da' I NU yang senantiasa menjadi teladan	Meneliti tentang strategi suatu organisasi dan pendekatan penelitiannya sosiologi	Objek penelitiannya Organisasi NU sedangkan Organisasi yang akan diteliti, yaitu Majelis Rasulullah.
2	Ahmad Zamakhsyari (2010)	Strategi Dakwah KH Syakur yasin pada Masyarakat pantai Kabupaten Indramayu.	Kualitatif dan metode Deskriptif Analitik		Perencanaan yang matang, memakai metode yang tepat, tujuan dan sasaran yang jelas yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. Menerapkan nilai Islam sebagai peletak etika, akhlak, Motivator dan mediator di masyarakat pantai	Meneliti tentang Strategi	penelitian Ahmad bukan pada organisasi melainkan pada strategi personal. Sedangkan yang akan diteliti berupa organisasi. Dan metodenya

					Kabupaten Indramayu.		
3	Arum Ningsih (2015)	Strategi Komunikasi Bisnis dalam Kewirausahaan Pesantren . (Tesis)	Pendekatan Kualitatif dan metode Studi Kasus	Teori Difusi Inovasi Dan Model AIDDA	Penyampain informasi dengan keramahan,kesederhan aan, kesesuaian,dan keterhubungan. Proses persuasinya yang komunikatif, bagi hasil dalm system agrobisnis, dan penitipan barang dagangan dalam warung kebersamaan.	Tentang Strategi Komunikasi dan metode yang digunakannya studi kasus. Perbedaannya Arum meneliti aspek dari komunikasi bisnis sedangkan yang akan diteliti dari aspek dakwah	Perbedaan Teorinya, Arum menggunakan Teori Defusi inovasi dan Model AIDDA sedangkan yang akan diteliti teori <i>The Planning</i> dan <i>The Strategic Management</i> .
4	Ahmad Rifai ( 2010 )	Dinamika Gerakan Dakwah Jamaah Muhammadiyah Kota Bandung” (Tesis)	Pendekatan Kualitatif dan Metode Fenomologi.	Teori Dakwah Jamaah Dan Teori Komunikasi Organisasi Dan Komunikasi Kelompok	Dinamika dakwah muhamadiyah mengalami pasang surut, metode dakwah dan aplikasinya terdapat kendala dalam kualitas mubaligh.	Objeknya berupa organisasi dan jenis Kualitatif	Teorinya dan metodenya. Yang akan diteiliti menggunakan metode studi kasus
5	Aludin (2013)	Peran Organisasional dalam Program Pembangunan Bandung Agamis	Jenis Kualitatif dan Metode Studi kasus.	Teori komunikasi organisasi	Mendukung program Aspirasi masyarakat, berkontribusi dalam mewujudkan bandung Agamis dengan	Aludin sama penggunaan dalam metodenya, yaitu : metode	berbeda Teorinya

		(Tesis)			mendorong kerukunan antar ormas Islam, mendukung kondusivitas dan menanamkan budaya madani di Kota bandung.	Studi kasus.	
--	--	---------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------	--



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

## F. Kerangka Pemikiran

### 1. Kerangka Teori

Teori dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat untuk menganalisis penelitian bukan untuk diuji kebenarannya. Teori merupakan seperangkat konsep, definisi dan proposisi yang tersusun secara sistematis sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan suatu fenomena atas realita sosial. Teori digunakan baik untuk menggambarkan yang seharusnya maupun menjelaskan yang senyatanya secara empirik<sup>9</sup>. Teori adalah suatu yang dihasilkan dari pengamatan dan terjadi secara simultan, kemudian ditarik kesimpulan dari pengamatan tersebut serta digunakan untuk menjelaskan fenomena yang ada dalam gerakan dakwah Majelis Rasulullah. Suatu teori sangat ditentukan dari peneliti yang melakukan observasi tersebut, karena setiap penelitian memiliki prinsip atau pegangan masing-masing dalam melihat suatu fenomena sosial tersebut hingga menghasilkan suatu teori yang berbeda pula.<sup>10</sup> Teori yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

#### a. *Theory The Planning* (Charles Berger, 1997)

Teori pertama dalam rencana penelitian ini yaitu menggunakan teori perencanaan yang dikemukakan Charles Berger (1997). Teori rencana menjelaskan proses yang dilalui seseorang dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka. Beberapa asumsi dasar teori perencanaan yang dikembangkan oleh Charles Berger, yaitu :

#### 1. Kekuatan tujuan akan mempengaruhi rencana yang cenderung kompleks

Asumsi ini menyatakan ketika tujuannya kuat, tentu saja akan

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 41

<sup>10</sup> Syaful Rohim, *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009) hlm. 216.



mempengaruhi rencana yang dimiliki tentang rencana dan pengetahuan dalam pelaksanaan aksi.

2. Teori ini memprediksikan ketika suatu pengetahuan (khusus dan umum) yang lebih kompleks, maka rencana akan jelas. Dalam kasus ini dapat dilihat seberapa besar Majelis Rasulullah dalam perencanaan untuk menyelenggarakan program pengajian Jalsatul Itsnain. Asumsi ini menitikberatkan pada sumber informasi atau sumber pengetahuannya harus dikuatkan terlebih dahulu, apabila sumbernya sudah kuat, maka dalam perumusan rencana akan lebih mudah dan lebih terperinci.
3. Besar atau kecilnya hasil yang dicapai bergantung pada motivasi untuk mencapai tujuan. Teori Berger menunjukkan bahwa apakah besar dan kecilnya keberhasilan bergantung pada motivasinya untuk mencapai tujuan. Sebuah rencana akan matang dan mempunyai kemungkinan besar untuk berhasil apa bila mempunyai motivasi yang kuat. Sebaliknya, jika motivasi untuk mencapai tujuannya rendah, akan mungkin terjadi kegagalan. Dapat dilihat apakah pengurus MR mempunyai motivasi kuat yang untuk menyelenggarakan Pengajian Jalsatul Itsnain.
4. Perencanaan dan pencapaian tujuan sangat terikat ke dalam emosi keberhasilan perencanaan dan pencapaian tujuan ditentukan oleh kerja keras untuk mencapai tujuan dan kedekatan tujuan yang sebenarnya. Jika tujuan itu sangat penting, maka seseorang akan berhati-hati dan sangat memikirkan tentang rumusan perencanaan<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid....117

Urgensi teori *planning* dalam penelitian ini yaitu mengetahui kekuatan tujuan dan motivasi pengurus organisasi majelis Rasulullah yang akan mempengaruhi rencana organisasi majelis Rasulullah dalam pelaksanaan pengajian Jalsatul Itsnain.

b. *Theory The Strategis Management* (Fred. R. David, 1986)

Teori kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *The Strategic management* yang dikemukakan Fred.R David (1986).. Fred<sup>12</sup> mengemukakan : “The strategic-management process consists of three stages: strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation” ( Proses manajemen strategi terdiri dalam tiga tahapan : tahap perumusan, implementasi dan evaluasi. Urgensi teori ini digunakan sebagai pijakan untuk menganalisis manajemen Majelis Rasulullah dalam tahapan strategi gerakan dakwahnya.

## 2. Kerangka Konsep

Penelitian ini berangkat dari gerakan dakwah yang dikemas dengan sebuah program pengajian Jalsatul Itsnain yang diselenggarakan Majelis Rasulullah dan tentunya, terlaksananya kegiatan tersebut tidak lepas dengan sebuah strategi komunikasi yang digunakan oleh sumber komunikasi. Dengan demikian konsep yang akan dibahas adalah konsep Strategi Komunikasi, Gerakan Dakwah dan Majelis Rasulullah.

a. Konsep Strategi Komunikasi

---

<sup>12</sup> Fred. R. David, *Strategic Management, Concept and Case* ( Francis Marion University Florence, South Carolina, 1986)

Menurut Onong, Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>13</sup> Dengan demikian strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, artinya pendekatan yang digunakan dapat berbeda tergantung situasi dan kondisi. Pernyataan Onong hampir senada dengan konsep Abidin yang menyatakan bahwa strategi komunikasi terdiri dari : keseluruhan perencanaan, dan taktik yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>14</sup> Akan tetapi Abidin tidak memasukan manajemen sebagai strategi komunikasi. Namun ia mengungkapkan Strategi dalam ruang lingkup komunikasi yaitu metode atau taktik yang mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar efektif dan efisien. Maka Strategi komunikasi sebagai suatu proses penentuan yang berfokus pada tujuan organisasi disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat dilaksanakan dan dicapai secara efektif dan efisien. Berbeda dengan pernyataan Suhandang bahwa Strategi komunikasi merupakan suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak atau *mad'u*. Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi. Sebagai

---

<sup>13</sup> Onong Uchjana effendi, *Ilmu, Teori dan Filasfat Komunikasi* (Bandung : Citra Aditya bakti, 2003) hlm 300

<sup>14</sup> Ibid .....hlm 116

proses perencanaan komunikasi tentunya juga memerlukan suatu kegiatan untuk menentukan atau membatasi masalah, memilih sasaran dan tujuan, memikirkan cara-cara untuk melaksanakan usaha pencapaian tujuan dan mengukur kemajuan kearah pencapaian tujuan<sup>15</sup>. Dari beberapa konsep strategi komunikasi di atas, maka dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi terdiri dari keseluruhan perencanaan, manajemen dan taktik yang dipergunakan dalam memperlancar proses komunikasi dengan efektif dan efisien. Maka faktor yang paling penting dalam pencapaian suatu strategi komunikasi yang dilaksanakan organisasi untuk memperlancar suatu kegiatan dan menarik simpati khalayak agar mengikuti dan menghadiri kegiatan tersebut dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu : menyusun keseluruhan perencanaan dan manajemen dalam melaksanakan kegiatan suatu organisasi serta taktik yang digunakan dalam suatu kegiatan supaya melancarkan komunikasi dalam mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Sedangkan taktik yang lebih relevan dalam penelitian ini yang digunakan dalam kegiatan yang dapat mempengaruhi khalayak adalah taktik persuasi.

Suatu organisasi ketika akan melaksanakan suatu kegiatan atau program tentu memerlukan perencanaan yang matang. Perencanaan komunikasi merupakan yang paling penting digunakan agar terlaksana kegiatannya dengan secara optimal. Sebab perencanaan komunikasi dipandang penting bagi sebuah organisasi karena beberapa alasan :

---

<sup>15</sup> Kustandi Suhandang, *Strategi dakwah*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014. Hal 85

- 1) Dengan perencanaan komunikasi, diharapkan tumbuhnya suatu pengarahan kegiatan, pedoman bagi pelaksanaan kegiatan yang ditunjukkan pada pencapaian tujuan.
- 2) Dengan perencanaan komunikasi, dapat dilakukan perkiraan terhadap hal-hal pada masa pelaksanaan yang akan dilalui.
- 3) Perencanaan komunikasi memberikan kesempatan untuk memilih berbagai alternatif tentang cara yang baik.
- 4) Dengan perencanaan komunikasi dilakukan penyusunan skala prioritas.
- 5) Dengan adanya rencana, ada suatu alat pengukur atau standar untuk mengadakan pengawasan, dan evaluasi kinerja organisasi<sup>16</sup>.

Dengan demikian, organisasi Majelis Rasulullah pun, tentunya memiliki perencanaan komunikasi dalam setiap kegiatan dakwahnya. Untuk itu sangatlah relevan dalam penelitian ini mengungkap bagaimana perencanaan komunikasinya. Sedangkan dalam menyusun setiap model perencanaan program komunikasi mempunyai beberapa langkah-langkah perencanaan yang mesti ada. Menurut Abidin terdapat langkah-langkah dalam perencanaan komunikasi yaitu :

- 1) Menganalisis Masalah.
- 2) Menganalisis Khalayak.
- 3) Merumuskan Tujuan Komunikasi.
- 4) Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi.

---

<sup>16</sup> Yusuf Zaenal Abidin, *Manajemen Komunikasi* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015)

- 5) Merencanakan Produksi Media.
- 6) Merencanakan Manajemen Komunikasi.
- 7) Pengembangan pesan.
- 8) Merencanakan evaluasi komunikasi.<sup>17</sup>

Sebagaimana diungkapkan onong bahwa manajemen juga termasuk dalam strategi komunikasi. Manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi. Begitu pula organisasi Majelis Rasulullah tentu ketika akan menyelenggarakan gerakan dakwahnya menggunakan manajemen. karena manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan organisasi tersebut. Sesuai teori Fred yang telah dipaparkan sebelumnya maka manajemen sebagai pijakan dalam sebuah penelitian terhadap kegiatan Majelis Rasulullah. Fred R. David mengatakan bahwa dalam proses strategi ada tahapan-tahapan yang harus ditempuh, yaitu:

a) Perumusan Strategi

Hal-hal yang termasuk ke dalam perumusan strategi adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, penetapan kekuatan dan kelemahan secara internal, melahirkan strategi alternatif, serta memilih strategi untuk dilakukan. Pada tahap ini adalah proses merancang, dan menyeleksi beberapa strategi yang akhirnya menuntun pada pencapaian misi, visi dan tujuan organisasi.

b) Implementasi Strategi

---

<sup>17</sup> Ibid..... hlm 96.

Implementasi strategi disebut juga sebagai tindakan dalam strategi, karena implementasi berarti mobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan. Kegiatan yang termasuk dalam implementasi strategi adalah pengembangan budaya dalam mendukung strategi, menciptakan struktur yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan system informasi yang masuk. Agar tercapai kesuksesan dalam implementasi strategi, maka dibutuhkan adanya disiplin, motivasi kerja.

c) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir manajemen strategi, yaitu proses dimana manajer membandingkan hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan. Tahap akhir dalam strategi adalah mengevaluasi strategi yang telah dirumuskan sebelumnya.<sup>18</sup>

Kemudian taktik komunikasi yang relevan dalam penelitian ini yaitu, menggunakan taktik persuasi, sebab dalam penelitian ini ingin mengungkap mengapa Majelis Rasulullah dapat mempengaruhi atau membuat simpati masyarakat sehingga banyaknya jamaah yang menghadirinya. Dalam usaha persuasi, terdapat beberapa jenis taktik yang bisa digunakan sebagai dasar kegiatan komunikasi atau kegiatan dakwah. Dalam pelaksanaannya bisa dikembangkan berbagai macam taktik propaganda. Taktik dimaksud antara lain : taktik *partisipasi, asosiasi, pay off idea, fear erousing, cognitive dissonance, icing, dan*

---

<sup>18</sup> Fred David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prenhallinda, 2002), hal. 5

*red herring technique*<sup>19</sup>. Berdasarkan beberapa jenis taktik tersebut, maka dalam penelitian ini dapat menganalisis dengan menentukan jenis taktik apa yang dilaksanakan oleh organisasi Majelis Rasulullah dalam program Jalsatul Itsnain.

b. Konsep Gerakan Dakwah

Secara umum gerakan dakwah diartikan setiap aktivitas dalam rangka melaksanakan dakwah Islam untuk mengajak manusia kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, adapun secara khusus, gerakan dakwah sering disebut sebagai gerakan Islam (*alharakah al-islâmiyyah*) atau juga disebut jamaah dakwah atau juga disebut *dakwah Fiah* (kelompok dakwah), yaitu sebuah kelompok yang terdiri dari orang-orang yang bersama-sama melaksanakan dakwah dalam satu kesatuan kerja dan koordinasi. *Harakah ad-da'wah* dalam hal ini gerakan dakwah menurut al-Qahthani adalah suatu gerakan yang berorientasikan pada pengembangan masyarakat Islam dengan sistematika mulai dari perbaikan individu (*ishlâh al-fard*), perbaikan keluarga (*ishlâh al-usrah*), perbaikan masyarakat (*ishlâh almujtama'*), dan perbaikan pemerintah dan negara (*ishlâh al-daulah*)<sup>20</sup>.

Gerakan dakwah Islam menurut Shadiq Amin adalah suatu gerakan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi (*jama'ah*) yang mempunyai beberapa karakteristik, antara lain:

1. Gerakan berlandaskan Kitabullah dan Sunnah Rasulullah SAW dalam menetapkan tujuan, sarana, dan cara menghadapi situasi dan kondisi.

---

<sup>19</sup> Ibid .....hal 62

<sup>20</sup> Faizah dan Efendi, Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. xvi



2. Adanya kejelasan visi jama'ah dan metode dalam mencapai tujuan.
3. Adanya *tarbiyah* dalam aktivitasnya.
4. Jama'ah dapat memberikan dampak pada sisi amal perbuatan, tidak hanya pada sisi teori dan pemikiran.
5. Mempunyai peraturan bagi jama'ah yang mengikat setiap anggotanya, sehingga tumbuh di dalamnya ukhuwah Islamiyah, loyalitas, keharmonisan dan ketaatan kepada pemimpin.
6. Adanya strategi yang tepat, mempelajari realitas kehidupan secara berkesinambungan terhadap jama'ah<sup>21</sup>

Dalam proses gerakan dakwah semua aktivitas dakwah dilakukan. Agar tercapai gerakan dakwah secara optimal, maka harus menggunakan taktik tertentu meliputi :

1. Memberikan penjelasan secara komprehensif kepada seluruh elemen dakwah yang ada dalam organisasi dakwah.
2. Usahakan agar setiap pelaku dakwah menyadari, memahami , menerima baik tujuan yang telah diterapkan.
3. Setiap pelaku dakwah mengerti struktur organisasi yang dibentuk.
4. Memperlakukan secara baik bawahan dan memberikan penghargaan yang diiringi dengan bimbingan dan petunjuk untuk semua anggotanya.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Shadiq Amin, *Mencari Format Gerakan Dakwah Ideal*, (Jakarta: al-I'tishom Cahaya Umat, 2010), hlm. 71-78

Disamping itu ada empat jenis utama pergerakan :

- a. Koordinasi kegiatan.
  - b. Penempatan orang.
  - c. Mobilisasi dan Alokasi sumber daya.
  - d. Informasi yang diperlukan.<sup>23</sup>
- c. Majelis Rasulullah

Manusia merupakan makhluk sosial karena mereka hidup bersama-sama di dalam atau di tengah-tengah suatu masyarakat. Manusia hanya bisa bertahan hidup dalam masyarakat jika mereka menjalani kehidupan sebagai sebuah aktivitas interaksi dan kerjasama yang dinamis dalam suatu jaringan kedudukan dan perilaku. Aktivitas interaksi dan kerjasama itu terus berkembang secara teratur sehingga terbentuklah wadah yang menjadi tempat manusia berkumpul yang disebut organisasi. Organisasi juga merupakan suatu kelompok yang mempunyai diferensiasi peranan atau kelompok yang sepakat untuk mematuhi seperangkat norma-norma. Menurut Pauce dan Faules istilah organisasi sosial merujuk kepada pola-pola interaksi social seperti frekuensi dan lamanya kontak antara orang-orang, kecenderungan mengawali kontak, arah pengaruh antara orang-orang, derajat kerja sama, perasaan tertarik dan perilaku sosial orang-orang yang disebabkan oleh situasi sosial mereka<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> M. Munir ...hlm. 139

<sup>23</sup> Yusuf ...hlm. 106

<sup>24</sup> Liliweri, Alo. "Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya". (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2004 ) hlm 1.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG