

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Da'i-da'i saat ini telah banyak terdapat di majlis-majlis ilmu agama menyelenggarakan berbagai kegiatan dan membuat komunitas-komunitas keagamaan guna membantu kehidupan keagamaan masyarakat yang membutuhkan peningkatan. “Kehadiran agama di dunia adalah sebagai penghubung antar Tuhan dan manusia. Dengan Agama, manusia berjalan menuju Tuhan, mencari ridho-Nya, dengan jalan beribadah dan mengerjakan amal shaleh”.¹ Mengingat pada dasarnya bahwa manusia diciptakan di dunia untuk beribadah kepada Tuhannya, maka kehadiran sosok *da'i* menjadi sangat penting.

Penyelenggaraan dakwah tidak akan berhasil jika hanya dilakukan oleh orang-perorang dan sambil lalu saja, tetapi harus diselenggarakan melalui pola kerjasama dalam kesatuan-kesatuan yang teratur rapi, dengan terlebih dahulu dipersiapkan dan direncanakan secara masak serta menggunakan sistem kerja yang efektif dan efisien.

Banyak komunitas, kelompok yang terselenggara di Indonesia khususnya di Bandung. Selama kegiatan tersebut hanya mengharapkan ridha Allah SWT maka tujuan dakwah akan sangat dirasakan bagi masyarakat di sekitarnya. Tidak ada batas kalangan dalam melaksanakan kegiatan dakwah. Mulai dari kalangan bawah, menengah, hingga kalangan atas. Baik itu dari

¹Riady. F. *Pola Dakwah Muhammadiyah di Kota Banjarmasin. Jurnal Al-Misheah Banjarmasin*, 10(1)/2017. h. 47-68

kalangan pejabat, kalangan polisi, kalangan pemuda, komunitas motor, sampai kalangan pedagang.

Munculnya berbagai komunitas seharusnya membuat para *mad'u* lebih mudah untuk mencari jalan keluar sesuai dengan masalah keagamaan masing-masing individu, dengan begitu lebih mudah pula mencari komunitas seperti apa atau kajian seperti apa yang sebenarnya sangat dibutuhkan *mad'u* tersebut. Tetapi terkadang penyelenggara kurang memiliki daya tarik, hingga membuat *mad'u* kurang tertarik untuk mengikuti kegiatan tersebut.

Setiap individu pastinya memiliki berbagai permasalahan kehidupan, mulai dari masalah keluarga, pekerjaan, lingkungan bahkan masalah pasangan. Namun dari semua masalah kehidupan sesungguhnya sudah Allah siapkan jalan keluarnya, hanya saja kita harus berusaha mencarinya dengan kesabaran penuh dan tawakkal tiada henti.

Beberapa alasan dari berbagai masalah kehidupan sebenarnya sudah Allah beri jalan keluarnya, namun kita tetap harus mencari dan mempelajarinya, salah satu caranya yaitu dengan menambah pengetahuan ilmu agama dari para ulama atau mengikuti kajian dari para *da'i*. karena motif dakwah sesungguhnya adalah mengajak yang mencari sasaran dakwah untuk mengikuti dan menjalankan pesan-pesan dakwah yang di dalamnya terdapat nilai-nilai keislaman. Ajakan ini dilakukan dengan mendekati sasaran dakwah sesuai dengan karakteristik dan tingkat kemampuan berfikir masyarakat sebagai objek dakwah. Dengan kejelasan masalah yang dihadapi oleh *mad'u* maka dakwah akan menjadi lebih mudah dan lebih efisien.

Penempatan dakwah dengan gaya baru ala pemuda hijrah saat ini banyak dilakukan oleh berbagai komunitas dengan kegiatan *offline* dan *onlinenya*, komunitas dan juga dakwah *online* ternyata memberikan implikasi yang cukup signifikan bagi kehidupan beragama anak muda di kota Bandung. Sebagai mahasiswi di kota Bandung, saya dapat merasakan adanya gairah anak muda dalam mengeksplorasi hal-hal yang berbau spiritual dan religious yang membumbung tinggi. Contoh yang paling nyata yang saya hadapi adalah ketika berkumpul bersama teman-teman tidak hanya berbincang masalah dunia tetapi banyak juga perbincangan yang membahas masalah spiritual, begitu juga dengan unggahan teman-teman di media sosial dari beberapa kawan yang mulai homogen seputar ajaran agama.

Setiap komunitas dakwah memiliki program dan cara dakwah yang berbeda-beda sesuai dengan fokus dakwahnya masing-masing yang disesuaikan dengan tujuan dan sasaran dakwah masing-masing komunitas dakwah itu sendiri. Komunitas dakwah yang saat ini sedang berkembang umumnya merupakan komunitas dakwah yang kepemudaan, yaitu komunitas yang lebih banyak diminati dan diikuti oleh para pemuda pemudi muslim. Nama dan bentuk aktivitas dakwahnyapun berbeda-beda contohnya melalui pengajian, tabligh akbar, mentoring, kajian-kajian, pelatihan-pelatihan, *fashion* busana muslim atau baju yang bertuliskan pesan dakwah, buku, internet, aksesoris dan banyak yang lainnya, yang tentu saja tidak lepas dari tujuan dan nuansa nilai-nilai Islamnya. Berbagai komunitas dakwah ini juga memiliki sasaran dakwah yang berbeda-beda ada yang umum untuk seluruh masyarakat,

ada yang khusus untuk para pemuda saja, ada yang khusus untuk pemudi saja, ada yang untuk pemuda-pemudi dan ada pula yang khusus untuk anak-anak jalanan atau punk, dan beberapa klasifikasi lainnya.

Komunitas dakwah yang ada di Kota Bandung beserta nama dan bentuk gerakan dakwahnya, beberapa di antaranya *Pertama*, komunitas Great Muslimah, komunitas ini adalah komunitas para muslimah hijrah yang melangkah bersama dengan karya untuk lebih mendekatkan diri pada yang Maha Kuasa Allah SWT. Komunitas ini lahir sejak bulan Oktober 2012 yang didirikan oleh Febrianti Almeera yang berpusat di Kota Bandung yang berfokus pada *inner beauty* dan prestasi dari seorang muslimah, yang dimaksud dengan *inner beauty* disini adalah pemahaman terhadap ilmu keagamaan, akhlakul karimah, busana yang sesuai dengan syari'ah Islam dan beberapa hal lainnya yang menyangkut tentang keindahan dari dalam seorang muslimah sebagai pegangan kuat untuk setiap muslimah untuk membuat semakin dekat kepada Allah SWT.

Kedua, komunitas Muslimah Berkah yaitu komunitas yang didirikan pada bulan Agustus 2017 oleh Desi yang lebih akrab disapa sebagai Teh Desi Ncim. Komunitas ini berdiri sebagai sebuah komunitas dakwah khusus untuk muslimah yang memiliki afiliasi dengan Komunitas Shuffah Baitul Mu'min dan One Ummah Movement, sebuah yayasan sosial dan kemanusiaan serta dakwah yang dibina langsung oleh Edwin Senjaya (Wakil Ketua DPRD Kota Bandung). Gagasan pembentukan Muslimah Bandung terbentuk dari kumpulan refleksi yang dihasilkan dari kontemplasi Teh Desi Ncim ketika ia

melakukan hijrah. Komunitas Muslimah Berkah juga memberikan pemenuhan kebutuhan muslimah, baik yang berstatus menikah atau seorang ibu, serta para muslimah yang masih melajang dalam bentuk kajian kerumah tanggaan dan kajian kemuslimahan sesuai dengan yang diperintahkan oleh Rasulullah agar mereka memiliki fondasi agama yang kuat. Secara komprehensif tujuan yang disasar oleh Muslimah Berkah meliputi tiga aspek, pertama adalah untuk memenuhi diri lewat jalan hijrah secara bersama-sama agar mampu saling mengingatkan dan menjaga komitmen mereka yang hijrah terkumpul dalam satu komunitas. Tujuan kedua adalah untuk berkarya lewat memberikan ilmu yang telah di dapat kemudian menjadikan ilmu tersebut menjadi ladang amal. Sebagai contoh terdekat, ilmu yang telah didapatkan oleh jemanh dalam komunitas dapat disebarkan kepada orang lain lewat aktif memberikan suara atau memegang peran penting di dalam komunitas. Tujuan ketiga adalah menjadi bermanfaat melalui dua tujuan awal yaitu berbenah dan berkarya Muslimah yang bergabung dengan Muslimah Bandung diharapkan pada akhirnya dapat mempengaruhi orang lain untuk berhijrah dan peka terhadap lingkungannya, sehingga jalan hijrah yang ditempuh muslimah tersebut dapat mendatangkan berkah bagi semua orang disekitarnya.

Ketiga, Komunitas Solidaritas Peduli Jilbab. Komunitas ini hadir dengan mengusung slogan "beauty Inside, syar'i outside", komunitas ini didirikan oleh Amalia di Depok pada tahun 2013. Berangkat dari keresahan pribadi Amalia yang merasa kesulitan untuk mendapatkan penerimaan dari masyarakat ketika ia menggunakan jilbab syar'i, maka ia mencetuskan

membuat suatu gerakan untuk mengedukasi masyarakat mengenai kemuslimahan khususnya mengenai adab berjilbab sesuai dengan ajaran agama Islam lewat kajian- kajian dan acara yang diselenggarakan oleh komunitas Solidaritas Peduli Jilbab ini. Diawali dengan membuat kampanye jilbab syar'i di Twitter, Amalia kemudian menjaring para pemudi muslimah yang memiliki ketertarikan yang sama dengan komunitas untuk bergerak sebagai relawan di komunitas Solidaritas Peduli Jilbab ini dalam menyebarkan penggunaan jilbab syar'i. Berkat penggunaan media sosial yang tepat sasaran, keberadaan komunitas ini kemudian mendapat simpati yang cukup masif dari para pemudi muslimah di luar kota Depok. Merespon desakan permintaan yang masuk, akhirnya Amalia memutuskan untuk membuka cabang regional komunitas Solidaritas Peduli Jilbab di beberapa kota besar yang salah satunya di Kota Bandung.

Dakwah dalam komunitas Pejuang Mahar ini menarik perhatian untuk dijadikan bahan penelitian. Komunitas Pejuang Mahar memiliki lingkaran khusus dalam dakwahnya yaitu berkonsentrasi pada kajian mengenai cara menjemput pasangan dengan jalan yang diridhai oleh Allah. Hal ini menjadi menarik karena saat ini banyak sekali komunitas dakwah yang akhirnya mengantarkan *mad'unya* pada keinginan untuk menikah dengan jalan sesuai syari'at atau tanpa pacaran, komunitas Pejuang Mahar ini memberikan tuntunan dan cara0caranya secara lengkap sehingga tidak terjadi kesalahan dalam niat yang sudah baik tersebut.

Program yang dibuat sebagai upaya penyampaian dakwah komunitas Pejuang Mahar kepada masyarakat khususnya para pemuda untuk ikut dalam komunitas ini juga menarik perhatian untuk diteliti. Mulai dari program dakwah dan strategi dakwah komunitas ini bertujuan untuk mengubah keyakinan seseorang dan mengikuti apa yang menjadi tujuan dari komunitas Pejuang Mahar ini.

Tujuan dakwah sesungguhnya adalah membuat perubahan pada perilaku *mad'u*, menumbuhkan kesadaran di dalam diri *mad'u* yaitu sebuah kesadaran yang membuat *mad'u* memiliki pemahaman serta kesadaran yang cukup sempurna bahwa Islam adalah sumber nilai dalam hidupnya, serta dapat menumbuhkan kemauan dan kekuatan dalam dirinya untuk, merealisasikan, mengeksternalisasikan serta mengaktualisasikan nilai-nilai tersebut di dalam kehidupan sehari-hari.²

Dakwah pada praktiknya merupakan kegiatan yang sudah cukup tua, yaitu sejak adanya tugas dan fungsi yang harus diemban oleh manusia di belantara kehidupan dunia ini. Dakwah dalam implementasinya, merupakan kerja dan karya besar manusia baik secara personal maupun kelompok yang dipersembahkan untuk Allah SWT dalam rangka menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, menyuburkan persamaan dan mencapai kebahagiaan atas dasar ridha Allah SWT.³

² Syekh.K A. (2015). *Pola Dakwah Dalam Era Informasi*. Jurnal Al-Bayan, 22(31), 108-119, h. 111

³ Enjang AS, Aliyudin. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran. h. 1-3

Sebagian masyarakat saat ini telah memiliki wawasan yang cukup luas dan telah memahami bagaimana penyampaian pesan dakwah yang menarik, sehingga masyarakat sudah dapat membanding-bandingkan antara *da'i* satu dengan *da'i* yang lainnya. Untuk itu komunitas Pejuang Mahar ini membuat strategi dakwah yang dianggap dapat membuat proses dakwah menjadi lebih efektif. Diantaranya dengan melakukan berbagai pendekatan terhadap *mad'u*-nya. Salah satu usaha komunitas Pejuang Mahar dalam memotivasi *mad'u*-nya disalurkan melalui beberapa kegiatan dakwah rutin yang secara keseluruhan berhubungan dengan kegiatan keagamaan yang dapat menambah semangat dan menumbuhkan ketertarikan *mad'u* terhadap kegiatan dakwah komunitas ini.

Aktivitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif bilamana apa yang menjadi tujuan dakwah benar-benar dapat dicapai. Dakwah yang didukung dengan strategi dan metode yang bagus serta pelaksanaan program yang akurat, akan menjadikan aktivitas dakwah menjadi matang dan memiliki kejelasan dimana cita-cita dan tujuan telah direncanakan. Karena tujuan dan cita-cita yang jelas dan realistis pasti akan mendorong dakwah untuk mengikuti arah yang telah terencana. Untuk itu perlu sebuah strategi dakwah, metode atau cara yang sistematis yang digunakan untuk menyampaikan materi atau pesan dakwah kepada *mad'u*.

Adanya sebuah metode dalam pengemasan dakwah memang membantu sekali dalam mengajak *mad'u* kepada kebaikan (dakwah). Akan tetapi metode saja tidak cukup digunakan oleh seorang *da'i* dalam berdakwah,

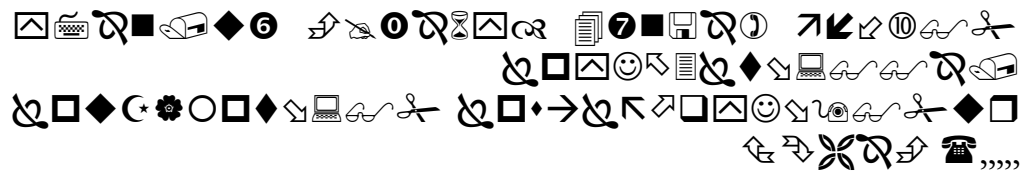
apalagi zaman yang sudah berubah menjadi serba modern seperti sekarang ini. Pastilah seorang *da'i* dituntut agar dapat mengemas dakwah dengan sedemikian rupa, agar dakwahnya dapat diterima oleh masyarakat. Maka dari itu yang dibutuhkan *da'i* saat ini bukan hanya metode dalam dakwah, tapi seorang *da'i* juga harus membuat strategi khusus dalam mensukseskan dakwahnya. Strategi dan cara dalam berdakwah yang dimiliki seorang *da'i*, biasanya mempunyai perbedaan atau ciri khas dalam pelaksanaannya, hal ini biasanya dipengaruhi oleh situasi dan kondisi masyarakat yang dihadapi.

Mengintegrasikan kondisi masyarakat saat ini dengan metode dan strategi dakwah adalah merupakan tugas bagi seorang *da'i*. *Da'i* merupakan seorang penyampai pesan-pesan ajaran Islam. Menyampaikan pesan pada kondisi masyarakat yang tidak lepas dengan permasalahan baru yang muncul. Kondisi ini tidak hanya berpengaruh pada siapa yang bermasalah dan siapa yang membuat kesalahan, namun permasalahan ini juga dapat berpengaruh terhadap kelangsungan *da'i* dalam menyampaikan dakwahnya. Seorang *da'i* dalam menghadapi khalayak luas yang sedemikian kompleks perlu lebih kreatif dan inovatif dalam mempersiapkan dakwah.

Pesan dakwah atau *maddah* disampaikan oleh seorang *da'i* sebagai isi dalam penyampaian dakwah. Pemahaman *mad'u* ditentukan oleh pesan yang disampaikan *da'i*, sehingga dalam menyusun pesan dakwah harus dengan sistem yang baik dan sesuai dengan kondisi *mad'u*. Kemampuan mengidentifikasi ini kemudian akan membangun komunikasi yang efektif. Keefektivan ini muncul karena objek dakwah sudah dipahami karakternya

oleh seorang juru dakwah. Ketepatan materi dakwah yang disampaikan menjadi mudah diterima semua kalangan, serta tidak memunculkan perselisihan terkait pesan dakwahnya.

Al-Qur'an surah an-Nahl 16:125 yang berbunyi:



“*serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik*”, ayat ini memberi indikasi pada dua hal: *Pertama* perintah untuk mengajak ke jalan Allah baik secara individu maupun kelompok. *Kedua* tentang strategi dan metode dalam berdakwah tersebut,⁴ yang terpenting dari kandungan ayat tersebut adalah bahwa Allah memerintahkan manusia untuk berdakwah dengan cara yang baik.

Dakwah merupakan salah satu kewajiban bagi setiap ummat Islam, termasuk kaum wanita, perbedaan hanya seputar apakah dakwah bersifat individu, berlaku pada setiap muslim ataukah ini kewajiban kolektif yang berlaku pada kelompok atau komunitas,⁵ yang terpenting adalah kewajiban berdakwahnya, tentang caranya bisa menggunakan cara apa saja baik individu maupun kelompok, semua diperbolehkan.

⁴ Riady. F (2014). *Pola Dakwah Muhammadiyah di Kota Banjarmasin*. *Jurnal Al-Misheah Banjarmasin*, 10(1), 47-68, h.50

⁵Norahim. M B. (2017). *Pola Dakwah Nisa' Dalam Menanggulangi Problem Sosial Keagamaan(Studi Kasus Muslimah Di Kota Ipoh)*. *Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Ar-Raniry, Banda Aceh*, h.30

Dakwah tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai oleh *da'i*. Sehingga sangat perlu memperhatikan objek yang akan menjadi sasaran dakwahnya, selain itu perlu juga materi dakwah yang akan diolah menjadi suatu pesan dakwah yang relevan. Kemudian isi pesan dakwah dan penyampaiannya tidak terlepas dengan penggunaan media dalam menganalisis *mad'u* guna tercapainya sebuah tujuan dakwah.

Komunitas Pejuang Mahar adalah komunitas yang bertujuan untuk mengajak anak muda dan para *mad'u* agar segera berhijrahkan statusnya dengan menikah menggunakan proses *ta'aruf* dan meninggalkan pacaran disertai dengan mendekati diri kepada Allah SWT. Komunitas ini dibuat berdasarkan rasa prihatin melihat remaja-remaja saat ini banyak yang berpacaran dan ditambah dengan rasa tertegur melihat remaja atau pemuda yang katanya sudah hijrah tetapi masih pacaran.⁶

Komunitas Pejuang Mahar ini membuat berbagai kegiatan guna menunjang pengetahuan agama terutama dalam hal pernikahan. Komunitas ini mengakomodasi berbagai macam acara kajian dengan tema yang bervariasi dan berhubungan dengan hijrah, nikah dan juga muslimah, dari kajian agama hingga fashion sebagai motivasi untuk lebih dulu mencintai Allah sebelum mencintai hambaNya dan segala sesuatu yang membuat mereka lebih mengerti tentang Islam dan syari'atnya serta menjadi muslim dan muslimah yang lebih baik dalam hubungan ke Allah dan ke sesama manusia.

⁶ Wawancara founder komunitas Pejuang Mahar (10 Desember 2018)

Tujuan awal dari didirikannya komunitas ini adalah untuk menghijrahkan seseorang dari cinta yang salah menuju cinta kepada Allah, juga untuk merubah *mindset* anak muda sekarang bahwa pacaran itu tidak ada dalam Islam, juga agar mereka lebih memilih jalan ta'aruf yang diawali dengan hijrah. Karena jika kita memperbaiki hubungan kita ke Allah, maka Allah akan mempermudah hubungan kita ke manusia.

Dakwah yang dilakukan oleh komunitas Pejuang Mahar merupakan dakwah yang menarik. Adapun redaksinya juga yang berbeda-beda tetapi masih dalam tema yang sama. Dakwah yang menarik ini dapat memberikan kesan tersendiri. Dakwah yang dilakukan oleh komunitas Pejuang Mahar ini dilakukan sesuai dengan kondisi *mad'u*. Hal ini dilakukan guna menghindari dari ketidapahaman masyarakat terhadap yang disampaikan dalam dakwah⁷.

Penelitian yang dilakukan ini menjadi menarik karena beberapa alasan. *Pertama*, nama "Pejuang Mahar" terdengar sangat unik dan menarik, komunitas ini memiliki keunikan tersendiri dalam dakwahnya. *Kedua*, bukti dakwah adanya berbagai kegiatan dakwah yang diadakan oleh komunitas selalu ramai dihadiri oleh para jama'ahnya. *Ketiga*, komunitas Pejuang Mahar memiliki cara sendiri dalam mengembangkan metode dakwahnya dengan melakukan kegiatan dakwahnya sesuai permasalahan yang sedang terjadi. *Keempat*, komunitas Pejuang Mahar adalah komunitas dakwah dengan sistem dakwah dan pengajaran yang dipadankan dengan berbagai kegiatan dakwah yang tidak monoton.

⁷Haryanto, "Pesan Dakwah pada Buletin Jum'at Himmah", *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* (Palangka Raya: IAIN Palangka Raya), Vol. 12, No. 1/2016, h. 14

Proses dakwah komunitas ini dalam menyampaikan dan mempengaruhi *mad'u* untuk ikut dalam tujuan dakwah. Mulai dari cara penyampaian pesan dakwah dan komunikasi dakwah dalam komunitas ini yang bertujuan untuk meyakinkan *mad'unya* serta membuat *mad'unya* mengikuti apa yang disampaikan dalam komunitas Pejuang Mahar ini. Pengembangan dakwah komunitas Pejuang Mahar inilah yang kemudian menjadi menarik untuk di kaji.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada *Internalisasi* dakwah komunitas Pejuang Mahar di Kota Bandung agar tidak melebar terlalu luas dalam pembahasan masalah yang dituju. Berdasarkan fokus penelitian, maka penulis mendapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana komunitas Pejuang Mahar melakukan pendekatan terhadap *mad'u*?
2. Bagaimana proses penyampaian dakwah komunitas Pejuang Mahar terhadap *mad'u*?
3. Bagaimanakah pelaksanaan kegiatan program-program dakwah komunitas Pejuang Mahar?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana komunitas Pejuang Mahar melakukan pendekatan terhadap *mad'u*.

2. Untuk mengetahui bagaimana proses penyampaian dakwah komunitas Pejuang Mahar terhadap *mad'u*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan program-program dakwah komunitas Pejuang Mahar dalam mengembangkan pemahaman *mad'unya*.

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik dalam aspek teoritis maupun kegunaan pada aspek praktis, adapun kegunaan dari kedua aspek ini adalah:

1. Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang dakwah berkaitan dengan dakwah dalam bentuk komunitas keislaman. Baik untuk perbandingan maupun dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian sejenis mengenai dakwah yang berkembang di Indonesia dalam kajian penelitian di komunitas Pejuang Mahar.

2. Praktis

Diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran kepada lembaga dakwah juga masyarakat luas dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dakwah Islam.

D. Landasan Pemikiran

Penelitian yang akan dilaksanakan akan mencoba memahami dan memaparkan *internalisasi* dakwah komunitas Pejuang Mahar di Bandung.

Melihat dakwah yang selama ini dilakukan komunitas Pejuang Mahar tersebut, sehingga mampu menjelaskan bagaimana *internalisasi* dakwah yang diterapkan di dalamnya. Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh komunitas Pejuang Mahar melalui berbagai metode untuk membuatnya menangkap apa yang dimaksudkan. Tentu saja dengan menggunakan strategi komunikasi yang baik untuk mencapai pemahaman yang sama dalam komunikasi tersebut. Interaksi setiap anggota dan pengurus komunitas Pejuang Mahar ini tentu dapat mempengaruhi *internalisasi* dakwah yang dilakukan oleh komunitas Pejuang Mahar tersebut.

Penelitian yang akan dilakukan ini pada dasarnya akan mencoba menjelaskan dan memaparkan *internalisasi* dakwah komunitas Pejuang Mahar di Bandung. Berdasarkan fokus penelitian pada penelitian ini, maka pada landasan pemikiran ini akan membahas tentang *internalisasi* dakwah yang dilakukan oleh komunitas Pejuang Mahar.

Dakwah bukan hanya sekedar kegiatan semata, akan tetapi lebih dari itu ia merupakan sebuah teori, suatu konsep yang termasuk salah satu prinsip dalam membina dan mengembangkan kesejahteraan umat yang sesuai dengan tuntunan syari'at Islam. Dakwah harus melibatkan tiga unsur, yaitu: penyampaian pesan, informasi yang disampaikan dan penerima pesan. Namun, dakwah lebih mengandung pengertian yang lebih luas, karena dakwah mengandung makna sebagai aktivitas dalam menyampaikan ajaran Islam, mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkarannya serta memberi peringatan dan kabar gembira bagi umat manusia.

Dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap Muslim sebagai bentuk dari pengabdian kepada Allah SWT dengan penuh ketaatan. Pengabdian tersebut sudah tentu telah menjadi tugas kita untuk memiliki kemampuan dalam menggerakkan dakwah. Perencanaan pesan dalam berdakwah menjadi hal yang wajib ketika kita menginginkan dakwah tersebut dapat diterima dan diamalkan oleh para *mad'u*. Dakwah perlu menggunakan cara yang sistematis, agar menghasilkan pesan yang menarik dan juga mudah untuk dipahami. Pesan merupakan bagian inti dari proses interaksi antara komunikator terhadap komunikan dalam hal ini yaitu antara *da'i* terhadap *mad'u*⁸.

Pesan yang baik yaitu pesan yang memiliki himbauan atau ajakan yang jelas, setiap pesan yang diberikan harus sesuai dengan tujuan pesan tersebut, agar tidak ada kesalahpahaman makna dari yang disampaikan. Beberapa himbauan yang dapat digunakan, misalnya imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan motivasional, imbauan harapan, dan imbauan takut. Menggunakan imbauan tersebut pesan yang disampaikan dapat efektif dan diterima dengan baik oleh *mad'u*.

Tujuan dari sebuah dakwah yang matang adalah harapan terjadinya efek atau perubahan dalam diri komunikan atau *mad'u* sehingga dapat dikatakan efektif. Alquran surah An-Nahl 125 yang artinya:

“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik” memberi indikasi pada dua hal: pertama perintah

⁸*Ibid*, h. 50.

untuk mengajak ke jalan Allah baik secara individu maupun kelompok, kedua tentang strategi atau metode dalam berdakwah tersebut⁹ yang terpenting dari kandungan ayat tersebut adalah bahwa Allah memerintahkan manusia untuk berdakwah dengan cara yang baik.

Komunitas merupakan bagian dari kelompok yaitu kumpulan orang-orang yang memiliki satu misi dan satu tujuan. Memiliki kegiatan bersama untuk mewujudkan tujuan itu bersama-sama. Begitu pula dengan komunitas Pejuang Mahar ini, yang merupakan sekelompok orang yang memiliki tujuan dan misi yang sama, yaitu berdakwah. Sebuah komunitas harus memastikan bahwa terjadi komunikasi yang baik antar anggota, karna itu yang dapat menguatkan pencapaian komunitas terhadap tujuan dibuatnya komunitas tersebut. Pencapaian tujuan komunikasi yang efektif tersebut tentu membutuhkan cara yang tepat dan memiliki model komunikasi yang baik.

Dakwah merupakan suatu proses komunikasi yang khas dan dapat dibedakan dari bentuk komunikasi yang lainnya dari beberapa segi yaitu: siapa pelakunya(komunikator), apa pesan-pesannya(*message*), bagaimanakah caranya(*approach*), apa yang menjadi tujuannya(*destination*) dan siapa yang menerimanya(komunikan).¹⁰

Komunitas Pejuang Mahar ini juga mengalami proses komunikasi dengan kelengkapan sebagai berikut: komunitas Pejuang Mahar (sebagai komunikator), memotivasi *mad'u* untuk segera hijrah dan mendekatkan diri

⁹ Riady. F (2014). *Pola Dakwah Muhammadiyah di Kota Banjarmasin*. *Jurnal Al-Misheah Banjarmasin*, 10(1), 47-68. h. 50

¹⁰ Syamsul. M, 2009. *Ilmu Dakwah*. Sinar Grafika Offset. Jakarta, h.145

kepada Allah kemudian menikah dengan jalan yang diridhoi Allah (isi pesannya), mengadakan berbagai kajian menarik terkait hijrah, pendekatan kepada Allah dan pernikahan melalui jalan *ta'aruf* dengan menghadirkan pemateri-pemateri yang menarik (caranya), menghapus budaya pacaran, mengajak lebih dekat dengan Allah dan mencari pasangan halal (tujuannya), masyarakat khususnya para pemuda (komunikasikan atau sasaran dakwahnya).

Memahami konsep teori yang digunakan dalam menganalisis tentang *Internalisasi* dakwah suatu komunitas, perlu beberapa yang menjadi dasar sebuah penelitian, diantaranya teori *Internalisasi* yang diambil dari teori konstruksi sosial dan didukung dengan teori komunikasi persuasif serta teori dakwah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini kemudian dibahas dan diuraikan sesuai dengan objek yang menjadi kajian yaitu komunitas dakwah.

Teori konstruksi realitas sosial dikembangkan oleh Peter Berger, yang mengembangkan model teoritis lain mengenai bagaimana dunia sosial terbentuk. Berger dan Luckman berpendapat bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan lalu diubah melalui tindakan dan interaksi manusia, meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat begitu nyata secara obyektif, namun sebenarnya semua itu terbentuk melalui pandangan subjektif hasil dari proses interaksi.¹¹ Pada tingkat generalitas yang tertinggi manusia menciptakan dunianya dalam bentuk simbolis yang universal, yaitu sebuah pandangan hidup yang secara menyeluruh, mengatur bentuk-bentuk sosial, juga memberi makna terhadap berbagai pandangan kehidupan.

¹¹ Sulasman dan Setia Gumilar, *Teori-Teori Kebudayaan*, (CV. Pustaka Setia, Bandung, 2013), h. 290

Pusat perhatian konstruksi sosial adalah membangun sesuatu, memiliki sesuatu, atau menciptakan sesuatu menjadi ada dari yang sebelumnya tidak ada. Dengan melihat relasi manusia dan masyarakat secara dialektis, Berger memberikan alternatif terhadap determinisme yang menganggap individu semata-mata dibentuk oleh struktur sosial dan tidak mempunyai peran dalam pembentukan struktur sosial. Dengan pandangannya ini, Berger ingin memperlihatkan bahwa manusia dapat mengubah struktur sosial. Namun manusia pun akan selalu dipengaruhi bahkan dibentuk oleh institusi sosialnya.¹²

Berger memandang bahwa konstruksi sosial merupakan sebuah proses dialektika tiga tahap, yaitu *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *Internalisasi*.¹³ *Pertama*, tahap *eksternalisasi*, yaitu penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia. *Kedua*, tahap *objektivasi* yaitu interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. *Ketiga*, tahap *internlisasi* yaitu sebagai proses individu mengdentivikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial tempat individu menjadi anggotanya. Ketiga proses tersebut saling berdialektika secara terus menerus pada diri individu dalam rangka pemahaman tentang realitas.

Eksternalisasi adalah suatu bentuk pencurahan diri manusia secara terus menerus ke dalam dunia baik aktivitas fisik maupun mentalnya kedirian

¹² M. Sastrapratedja, pengantar dalam Peter L. Berger, *Kabar Angin Dari Langit: Makna Teologi dalam Masyarakat Modern (A Rumor of Angels: Modern Society and The Rediscovery of The Supranatural)*, alih bahasa J. B. Sudarmanto, (Jakarta: LP3ES, 1991). XV

¹³ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES. Terjemah dari Peter L. Berger. 1980. *Sociology Reinterpreted: An Essay on Method and Vocation*. New York: Ancor Books. h. 185

manusia bagaimanapun tidak bisa tetap tinggal diam di dalam dirinya sendiri, dalam suatu lingkup tertentu dan kemudian dia bergerak keluar untuk mengekspresikan diri dalam dunia sekelilingnya.¹⁴ Melalui *eksternalisasi* manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya. Melalui eksternalisasi ini masyarakat menjadi kenyataan buatan manusia. Kenyataan ini menjadi realitas objektif, yaitu suatu kenyataan yang terpisah dari manusia dan berhadapan dengan manusia.

Manusia cenderung mengulangi aktivitas yang pernah dilakukannya, terbiasa dengan tindakan-tindakannya. Atau dalam terminologi yang dipakai Berger, *habitualisasi* adalah pengulangan tindakan atau aktivitas oleh manusia, melakukan suatu aktivitas di masa depan dengan cara yang kurang lebih sama seperti yang dilakukan pada masa sekarang dan masa lampau, yang menimbulkan kesan pada kesadaran manusia bahwa itulah hukum yang tetap. Pada tahapan ini, tindakan-tindakan yang dijalankan manusia tersebut mengalami obyektifikasi dalam kesadaran mereka yang mempersepsikannya.¹⁵ Pada momentum inilah, sebuah institusi berdiri sebagai realitas yang obyektif di dalam kesadaran manusia dan juga di luarnya.

Obyektivasi menandai munculnya struktur sebagai sesuatu yang obyektif sebagai standar untuk bertindak sekaligus sesuatu yang subyektif pada waktu yang sama.¹⁶ *Obyektivasi* adalah disandangnya produk-produk

¹⁴ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015) h.122

¹⁵ Geger Riyanto, Peter L Berger *Persektif Metateori Pemikiran*, I (JAKARTA: LP3ES, 2009). h. 10

¹⁶ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015) h.122

aktivitas itu (baik fisik maupun mental), suatu realitas yang berhadapan dengan para produsennya semula, dalam bentuk suatu kefaktaan (faktisitas) yang eksternal terhadap, dan lain dari, para produser itu sendiri,¹⁷ artinya ia memanasifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur-unsur dari dunia bersama. *Obyektivasi* merupakan isyarat-isyarat yang sedikit banyaknya tahan lama dari proses-proses produsennya, sehingga memungkinkan obyektivasi itu dapat dipakai sampai melampaui situasi tatap muka di mana mereka dapat dipahami secara langsung.

Proses *obyektivasi* merupakan momen interaksi antar dua realitas terpisah satu sama lain. Kedua entitas yang seolah terpisah ini kemudian membentuk jaringan interaksi intersubjektif. Ini merupakan hasil dari kenyataan eksternalisasi yang kemudian mengejawantah sebagai suatu kenyataan objektif yang sui generis, unik.

Internalisasi merupakan pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna; artinya sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subyektif orang lain yang demikian bermakna subyektif bagi saya sendiri.¹⁸ *Internalisasi* dapat diartikan sebagai proses manusia mencerap dunia yang sudah dihuni oleh sesamanya. Namun, *internalisasi* tidak berarti menghilangkan kedudukan objektif dunia tersebut

¹⁷ Peter L. Berger, Langit Suci, *Agama sebagai Realitas Sosial*. h. 5

¹⁸ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), h.122

(maksudnya, institusionalisasi secara keseluruhan) dan menjadi persepsi individu berkuasa atas realitas sosial.

Internalisasi hanya menyangkut penerjemah realitas objektif menjadi pengetahuan yang hadir dan bertahan dalam kesadaran individu, atau menerjemahkan realitas objektif menjadi realitas subjektif. *Internalisasi* berlangsung seumur hidup manusia baik ketika ia mengalami sosialisasi primer maupun ketika ia mengalami sosialisasi sekunder.¹⁹

Ketiga proses dialektika yang disebutkan dalam teori konstruksi sosial tersebut menunjukkan bahwa, proses *internalisasi* merupakan yang paling tepat untuk membahas dakwah yang dilakukan oleh komunitas Pejuang Mahar ini.

Teori komunikasi persuasive dianggap cocok untuk mendukung teori *internalisasi* dalam penelitian terhadap komunitas Pejuang Mahar ini karena, kedua teori ini memiliki kesinambungan. Menurut Olson dan Zanna Persuasi mereka definisikan sebagai suatu perubahan sikap akibat berbagai paparan informasi dari orang lain.²⁰ Ada pula yang mendefinisikan bahwa Persuasi merupakan kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sifat, sikap dan perilaku seseorang bahan orang yang banyak, mempengaruhi pendapat, sifat, sikap dan perilaku dapat dilakukan pula dengan beberapa cara mulai boikot, terror, penyipuan, pemerasan dan sebagainya dapat pula

¹⁹ Hannamen Sammuell, Peter L. *Berger Sebuah Pengantar Ringkas* (Depok, Kepik 2012), h. 35

²⁰ Werner J severin, James W tankard,Jr, *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*,(Jakarta : Kencana Prenada Media Group,Cetakan ke-4 Februari 2009),177.

memaksa orang lain berperilaku atau bersikap seperti yang di harapkan namun, persuasi tidak menggunakan cara yang demikian guna mencapai tujuan yang di harapkan, melainkan dengan menggunakan cara komunikasi (pernyataan antar manusia) yang berdasar pada argumentasi dan alasan-alasan psikologis.²¹

Melalui teori ini kedudukan komunitas Pejuang Mahar menjadi penting dalam masyarakat, teori ini dipandang tepat karena dalam penelitian ini akan menguraikan makna dari perilaku keagamaan masyarakat untuk dijadikan obyek dakwah dan untuk menentukan dawah yang sesuai dengan masalah keagamaan yang terjadi di dalam masyarakat tersebut serta interaksi *mad'u* dalam menerima program dakwah yang dibuat oleh komunitas Pejuang Mahar di kota Bandung.

Bentuk persuasifitas komunikasi dakwah lebih mengarah pada sejauh mana pesan-pesan dan aktifitas dakwah mampu mempengaruhi serta meyakinkan *mad'u*. kekuatan dari persuasi ini berkaitan antara satu dan lainnya dari komponen dalam komunikasi dakwah. Dakwah juga memberikan bukti atas apa yang telah disampaikan oleh komunikator dalam dakwah.²²

Komponen-Komponen yang meliputi persuasi terdiri dari bentuk proses komunikasi yang dapat menimbulkan sebuah perubahan, baik itu dilakukan secara sadar maupun tidak sadar, dan dilakukan secara verbal ataupun nonverbal. Factor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam persuasi

²¹ Herdian Maulana, Gumgum gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta : Akademia Permata 2013),9.

²² Bambang S Maarif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, Rosdakarya Bandung: 2010. h.64

yaitu meliputi kejelasan dari tujuan, memikirkan secara cermat *mad'u* yang akan dihadapi, juga memilih strategi yang tepat. Adapun ruang lingkup dalam kajian ilmu komunikasi persuasif meliputi beberapa unsur penting yaitu sumber, pesan, sarana/media, penerima, efek, umpan balik, serta konteks situasional.²³

Seluruh unsure penting dalam ruang lingkup kajian ilmu komunikasi persuasive tersebut harus dipenuhi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, mulai dari sumber, pesan, sarana/media, penerima, efek, umpan balik serta konteks situasional, seluruh komponen tersebut memiliki kepentingannya masing-masing dalam turut andil untuk keberhasilan dalam tujuan yang diharapkan.

Menurut Onong Uchyana Effendi yang dikutip Mohammad Soelhi, pendekatan praktek persuasi terbagi menjadi dua tahap yaitu perencanaan dan penahapan komunikasi persuasif²⁴;

1. Perencanaan Komunikasi Persuasif

Membuat komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasaran memerlukan perencanaan yang matang. Adapun perencanaannya dilakukan berdasarkan dari komponen-komponen komunikasi, yang meliputi komunikator, pesan, media, serta komunikan. Bagi seorang da'i pesan yang akan disampaikan hendaklah sudah sesuai formulasi dan isinya dengan yang dibutuhkan oleh *mad'u* namun, masih ada

²³ Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosda Karya Bandung: 1991, h. 105

²⁴ M. Soelhi, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*, Remaja Rosdakarya Bandung: 2012, h. 82

yang akan dijadikan pemikiran yaitu cara mengelola pesan yang akan disampaikan, karena sebuah pesan harus sesuai dengan tingkat berfikir para pendengarnya.

2. Penahapan Komunikasi Persuasif

Tahapan komunikasi perlu dilaksanakan secara sistematis. Dalam hal ini formula AIDDA dapat dijadikan sebagai landasan konsep dari tahapan komunikasi persuasif. Formula tersebut merupakan kasingkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasi, yaitu sebagai berikut:

A: (Attensi) artinya perhatian

I : (Interest) artinya minat

D : (Desire) artinya hasrat

D : (Decision) artinya keputusan

A : (Action) artinya Kegiatan

Formula di atas sering pula dinamakan *A-A Procedure* sebagai singkatan dari *Attaention-Action Procedure*, yang artinya komunikator yang akan melakukan kegiatan atau menyampaikan pesan-pesannya harus leih dahulu berusaha membangkitkan perhatian yang akan diakhiri dengan lahirnya kerelaan lawan dialog atau komunikan dapat menerima gagasan atau pikirannya dengan senang hati.

