

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah di Indonesia telah menjadi satu kegiatan yang banyak dilakukan oleh umat beragama Islam sebagai agenda penting dalam menyampaikan pesan-pesan Islamiyah yang bersumber dari Al-Quran dan Al-Hadits. Pentingnya dakwah bagi umat Islam merupakan suatu keharusan yang wajib dilakukan. Karena Allah SWT telah memerintahkan dengan tegas agar umat Islam mampu menjalankan “*amar ma'ruf nahyi munkar*” di muka bumi ini. Perintah tersebut secara gamblang dan populer tertuang dalam Al-Quran Surah Ali-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”. (Departemen Kementerian Agama Republik Indonesia, 2008).

Perkembangan jaman yang terus berkembang telah membawa paradigma baru terhadap dakwah itu sendiri. Bukan lagi dakwah yang terbatas oleh ruang, waktu, dan tempat, saat ini dakwah dapat dilakukan dengan luwes, bebas, aktif, lebih ekspresif juga efektif. Bisa dimana saja, kapan saja bahkan

oleh siapa saja umat Muslim jika yang diserukanya itu nilai-nilai kebajikan. Dakwah tidak lagi hanya bisa kita temukan di majelis-majelis pengajian masjid, tetapi lebih luas saat ini, dakwah berpeluang besar dapat kita lakukan dan kita terima pada setiap aspek kehidupan. Setiap nilai-nilai kebajikan atau ajaran-ajaran Islam yang disampaikan melalui dakwah merupakan usaha untuk memotivasi, mendorong serta mengajak setiap manusia ke jalan yang benar.

Komunikasi menjadi salah satu cara utama terjadinya interaksi antar individu yang mengharapkan respon positif dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Hampir sama prosesnya dengan komunikasi. Komunikasi dakwah dilakukan karena adanya pengharapan atas perubahan atau pembentukan sikap juga tingkah laku sesuai dengan ajaran Islam. (Ariyanto, Firosyurahman, Mangkarto, Barkah, & Fatoni, 2019) Atas dasar tersebut, dapat dikatakan bahwa dakwah merupakan suatu proses komunikasi, tetapi tidak semua komunikasi merupakan proses dakwah. Komunikasi dakwah menjadi komunikasi yang khas, yang dapat kita bedakan dari pelaku (*komunikator*), pesan yang disampaikan (*message*), cara dakwah (*approach*) dan tujuan dakwah (*destination*). (Tasmara, 1997, p. 39).

Keberhasilan kegiatan dakwah atau komunikasi dakwah banyak ditentukan oleh metode penyampaian pesan dakwah itu sendiri. Seorang muballigh sebagai komunikator tidak hanya cukup menyampaikan pesan-pesan dakwahnya saja, tetapi dia juga harus memastikan bahwa komunikan telah benar-benar mendapatkan rangsangan serta dorongan untuk melakukan apa yang diharapkan komunikator. Seorang muballigh (komunikator) sebagai

pemimpin, adalah sosok sentral dalam sebuah kelompok yang menjadi panutan atau acuan para pengikutnya. Oleh karena itu, untuk menunjang kepemimpinan seorang muballigh pada sebuah kelompok, haruslah memiliki kemampuan mengontrol diri (*selfcontrol*) atau *emotional stability*, memiliki rasa ingin tahu (*curiosity*) serta mampu bekerja sama dan memberikan pelayanan (*service and cooperation*). (Tasmara, 1997, p. 85) Muballigh sebagai pemimpin dituntut mampu mendayagunakan pengikutnya, memberikan bimbingan (*guidance*), sekaligus pandai memberikan arahan dan nasehat (*counseling*).

Berangkat dari seorang muballigh, Ustadz Yusuf Mansur yang telah lama berkisah dalam dunia dakwah, kini juga menjabat sebagai Direktur Utama (*President Director*) dan *Chief Executive Officer*, pada sebuah perusahaan yang memasarkan “*Lisensi*” penggunaan Aplikasi/*Software*/Perangkat Lunak/Teknologi bernama “*PayTren*” PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung. Satu sisi beliau adalah seorang pendakwah, dan sisi lain beliau adalah seorang pemimpin. Hadirnya beliau sebagai muballigh sekaligus pemimpin telah mampu memberikan pengaruh kepada tingkah laku juga kebiasaan para karyawan di PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung. Ustadz Yusuf Mansur merealisasikan ilmu agama yang dimilikinya untuk menjalankan perusahaannya agar tidak terlepas dari Sang Pencipta. Hal tersebut beliau tuangkan dalam aturan kerja perusahaan. Tidak hanya mementingkan kebutuhan finansial anggotanya, Ustadz Yusuf Mansur juga sangat mengutamakan kebutuhan spiritual seluruh karyawannya.

Para karyawan di PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung ini memiliki etos kerja yang baik dan kebiasaan kerja yang patut dicontoh oleh karyawan Muslim pada perusahaan lainnya. Kebiasaan tersebut adalah sikap serta perilaku yang menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan dan semangat ibadah ditengah-tengah kesibukan pekerjaan yang mereka lakukan. Rutinitas baik itu mereka lakukan dimulai dari pagi hari sebelum memulai oprasional kerja. Dimulai dari sholat dhuha, kemudian membaca yasin bersama, berdo'a bersama untuk kesuksesan perusahaan hingga sholat berjama'ah disetiap sholat fardhu. Adapun ibadah yang merek lakukan diwaktu-waktu tertentu. Seperti, dalam seminggu, para karyawan wajib mengikuti pelatihan membaca al-quran yang disesuaikan dengan kemampuan masing-masing karyawan. Misalnya, bagi karyawan yang belum bisa membaca Al-Quran dimasukan kedalam kelas 1, bagi karyawan yang sudah bisa membaca Al-Quran tetapi tidak fasih tajwid dan sebagainya, dimasukan ke kelas 2 dan untuk karawan yang sudah mampu keduanya dimasukan ke kelas 3 ditambah hafalan. Selain itu, sehari dalam seminggu selalu diadakan kajian bagi karyawan PT. Veritra Sentosa Internasional dengan ustadz yang berbeda-beda disetiap pertemuannya. Melaksanakan puasa Senin-Kamis juga telah menjadi kebiasaan para karyawannya. Hal tersebut dilakukan bukan semata-mata pembiasaan biasa. Tetapi sebuah pengharapan dari seorang pemimpin (Ustadz Yusuf Manur) terhadap karyawannya agar tidak terlalu sibuk memikirkan urusan dunia dan tidak lupa akan urusan yang menjadi bekal diakhirat nanti. Ada pula kajian bulanan yang diadakan di masjid Al-Mansur Bandung yang

masih berada disekitaran PT. Verita Sentosa Internasional. Kajian tersebut biasanya dilakukan satu bulan sekali untuk umum dan dihadiri langsung oleh Ustadz Yusuf Mansur.

Melihat respon positif para karyawan PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung terhadap aturan kerja yang mereka terima, penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam terhadap strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur di PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung. Oleh karena itu, penulis mengambil judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH *BIL-HAL* USTADZ YUSUF MANSUR DALAM MENINGKATKAN IBADAH KARYAWAN” (Penelitian di PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung Jawa Barat).**

B. Fokus Penelitian

Untuk mempertegas rumusan masalah sebagai batasan penelitian tentang strategi komunikasi dakwah Ustaz Yusuf Mansur, penulis telah mengajukan beberapa pertanyaan untuk penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimana Ustadz Yusuf Mansur memotivasi para karyawan agar dakwah *bil hal* terlaksana?
2. Apa media yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur agar strategi komunikasi dakwah tersebut terlaksana?
3. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi oleh Ustadz Yusuf Mansur dalam mengimplementasikan strategi komunikasi dakwah tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data kualitatif melalui studi deskriptif pada penelitian tentang “**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH *BIL-HAL* USTADZ YUSUF MANSUR DALAM MENINGKATKAN IBADAH KARYAWAN**” (Penelitian di PT. **Veritra Sentosa Internasional Bandung**). Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk dakwah bil-hal Ustadz Yusuf Mansur dalam meningkatkan ibadah para karyawan
2. Untuk mengetahui apa media yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur agar strategi komunikasi dakwah tersebut terlaksana
3. Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi oleh Yusuf Mansur dalam menerapkan strategi komunikasi tersebut

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Akademis

Secara akademis, penelitian ini bukan hanya sebagai sebuah karya tulis untuk pemenuhan kebutuhan syarat akademis saja, tetapi hasil dari penelitian ini merupakan salah satu bentuk sumbangsih untuk memperbanyak kajian tentang strategi komunikasi dakwah. Dalam prosesnya, penelitian ini juga memberikan manfaat kepada penulis, karena dapat mempelajari materi-materi yang pernah dipelajari selama proses kuliah.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu berguna dalam pengembangan wawasan dan keilmuan khususnya tentang komunikasi dakwah serta dapat dijadikan rujukan untuk pemahaman yang lebih mengenai strategi komunikasi dakwah.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis, penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk para pemimpin di perusahaan lain mengenai strategi untuk meningkatkan ibadah para karyawannya. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan ilmu yang lebih luas untuk perkembangan dakwah

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Jika ditinjau dari hasil penelitian sebelumnya, penelitian yang saling terkait membahas mengenai pesan dakwah sudah banyak dilakukan. Peneliti mengkaji ulang penelitian-penelitian tersebut untuk menghindari adanya persamaan. Diantara penelitian sebelumnya itu adalah sebagai berikut:

a. Hasil Penelitian Ambar Ayu Safitri (2017)

Penelitian Ambar Ayu Safitri (2017), berjudul "*Teknik Komunikasi Da'i PT. Sarana Bakar Dikdaya*". Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai fenomena teknik komunikasi da'i yang dilakukan oleh PT. Sarana Bakar Dikdaya Wong Solo dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Objek yang diteliti hanya

berpacu pada satu kegiatan dakwah yaitu pengajian. Berdasarkan penelitiannya, dapat disimpulkan bahwa teknik komunikasi yang diterapkan oleh para Da'i dalam meningkatkan ibadah dan etos kerja karyawan PT. Sarana Bakar Dikdaya Wongsolo Medan sangatlah bervariasi tetapi teknik yang sering diterapkan dalam pengajian yakni teknik informative, dan teknik persuasif.

Persamaan pada penelitian yang dibahas dengan penelitian di atas adalah metode dan tujuan penelitiannya. Sedangkan perbedaannya, adalah dalam mengumpulkan data dan objek yang diteliti. Penelitian terdahulu di atas, hanya melakukan observasi pada satu kegiatan dakwah saja. Sementara penelitian yang sedang peneliti bahas mengumpulkan data dari beragam kegiatan yang dilakukan oleh sang Da'i dan sumber tertulis lainnya. Objek yang diteliti pada penelitian terdahulu yaitu tidak terkhususkan pada satu orang, sedangkan pada penelitian ini objeknya terfokus pada satu orang saja.

b. Hasil Penelitian Wahyu Oktaviana (2020)

Penelitian Wahyu Oktaviana (2020), berjudul "*Dakwah Bil Hal Sebagai Metode Dakwah Pada Masyarakat Srikaton Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah*". Penelitiannya menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yaitu untuk mengetahui bentuk kegiatan dari metode dakwah bil hal yang dilakukan di Desa Srikaton Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah. Wahyu Oktaviana juga meneliti strategi dakwah bil hal yang ada pada masyarakat Srikaton Seputih

Surabaya. Sama dengan penelitian yang sedang dibahas, objek penelitiannya mengenai strategi dakwah bil hal. Hanya saja perbedaannya pada da'i dan tempat dilakukannya penelitian.

2. Landasan Teoritis

Untuk melakukan penelitian ini, penulis memerlukan sebuah teori yang akan membantu memandu menemukan fakta dan data tentang penelitian terkait. Penulis memilih teori psikologi komunikasi, yaitu teori *behaviorisme*. Teori *behaviorisme* mengemukakan bahwa perilaku manusia sangat dipengaruhi (dikendalikan) oleh alam/ lingkungannya *behaviorisme* hanya menganalisa perilaku yang tampak saja, yang dapat diukur dan diramalkan. Menurut teori ini, pengalaman merupakan satu-satunya jalan kepemilikan pengetahuan. Teori ini disebut juga sebagai teori belajar, karena menurut teori ini, seluruh perilaku manusia (kecuali insting) merupakan hasil belajar. Dimana belajar didefinisikan sebagai perubahan perilaku akibat pengaruh lingkungan.

Kemudian, pada dasarnya teori ini lebih sering menganalisa perilaku yang tampak, dapat diukur, dan diramalkan. Oleh karena itu teori ini dinamakan teori belajar. Hal ini dikarenakan seluruh perilaku manusia merupakan hasil belajar. Dalam hal ini, belajar dinilai sebagai bahan perilaku organisasi yang mempengaruhi lingkungan. Kebanyakan dari penganut teori ini tidak memperdulikan apakah perilaku individu tersebut baik atau tidak, rasional ataupun emosional. Karena pada dasarnya, *behaviourisme* hanya ingin mengetahui bagaimana suatu perilaku dikendalikan oleh keberadaan

lingkungan sekitar. Selain itu, ciri dari teori ini adalah dimana unsur-unsur dan bagian kecil yang bersifat mekanistik, dan memiliki peran dalam lingkungan, serta pembentukan reaksi atau respon menjadi ciri utama dari teori ini. Penulis pilih pada penelitian ini karena, metode dakwah bil-hal yang diterapkan pada karyawannya merupakan sebuah pembiasaan perilaku baik yang disampaikan oleh seorang pemimpin yang juga sebagai seorang pendakwah.

3. Kerangka Konseptual

Dakwah merupakan bentuk masdar dari kata *yad'u* (*fi'il mudhari'*) dan *da'a* (*fi'il madli*) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*). Selain kata “dakwah”, Al-Qur'an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan “dakwah”, yakni kata “*tabligh*” yang berarti penyampaian, dan “*bayan*” yang berarti penjelasan. (Pimay, 2006: 2) (htt).

Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Jadi dari segi proses komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. (Catatan Sinine, 2015).

Komunikasi kepemimpinan adalah proses komunikasi yang dilakukan pemimpin (sebagai komunikator) kepada bawahan organisasinya (sebagai komunikan). Dalam penerapannya, pemimpin dapat menggunakan berbagai macam jenis komunikasi kepemimpinan sesuai dengan gaya masing masing yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Jenis komunikasi kepemimpinan atau gaya komunikasi kepemimpinan wajib dimiliki oleh seorang pemimpin. Gaya komunikasi kepemimpinan ini harus digunakan pemimpin untuk mempengaruhi bawahannya untuk mencapai target organisasi *Invalid Source Specified.*

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Veritra Sentosa Internasional yang bertempat di The Suites Office Park, Blok E5 – E7 Jl Soekarno Hatta No 693 Bandung, Indonesia (40286). Perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang memasarkan lisensi penggunaan aplikasi/*software* bernama *Paytren* milik Ustadz Yusuf Mansur. Alasan penulis menjadikan strategi komunikasi dakwah ini sebagai objek penelitian antara lain sebagai berikut:

- a. Pemilik perusahaan yang berlatar belakang sebagai seorang penggiat dakwah.
- b. Adanya aktivitas yang memperlihatkan bahwa Ustadz Yusuf Mansur berpengaruh pada pola kerja karyawan PT tersebut.

- c. Adanya keterkaitan antara strategi komunikasi dakwah dengan kepemimpinan.
- d. Tidak hanya mementingkan urusan bisnis, namun memperhatikan nilai-nilai spiritual.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Dimana penulis ingin mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi dakwah Ustadz Yusuf Mansur di PT. Veritra Sentosa Internasional. Hasil dari penelitian ini akan berupa tulisan yang dideskripsikan.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan secara kualitatif deskriptif. Yaitu penelitian kualitatif yang berusaha menggambarkan suatu gejala sosial yang tengah berlangsung dan diteliti. Peneliti akan mendeskripsikan suatu gejala sosial atau kasus secara lebih spesifik.

Segala informasi atau data yang dibutuhkan oleh penulis akan didapatkan melalui observasi langsung pada perusahaan serta melakukan wawancara kepada Ustad Yusuf Mansur dan para karyawan PT. Veritra Sentosa Internasional. Selain itu, penulis akan mengamati aktivitas kerja para karyawannya.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

- b. Jenis data yang dipakai pada penulisan penelitian ini adalah data kualitatif. Yaitu, data deskriptif yang dituangkan secara deskripsi hasil dari pengamatan objek baik tulisan maupun ucapan.

c. Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini, terklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Data Primer. Data ini akan penulis dapatkan langsung dari objek dan kondisi lingkungan objek secara langsung.
2. Data Sekunder. Yaitu data tambahan yang bersumber dari pustaka, kesusastraan berupa buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, dokumen perusahaan terkait, dll.

5. Unit Penelitian

a. Informasi dan Unit Analisis

Seluruh informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini akan penulis dapatkan setelah melakukan observasi langsung, wawancara dan melihat dokumen-dokumen yang berkaitan dengan perusahaan juga kebutuhan penelitian. Sedangkan untuk unit analisis penelitian ini menggunakan pendekatan psikologi komunikasi dengan menggunakan teori *behaviorisme* menurut John yang dihubungkan dengan metode komunikasi dakwah Ustadz Yusuf Mansur.

b. Teknik Penentuan Observasi

Teknik pengumpulan informasi pada penelitian ini ialah dengan menghimpun seluruh data atau informasi dari hasil observasi, kemudian wawancara, hasil dokumentasi serta data dokumen-dokumen penting. Hal itu seluruhnya dilakukan dengan menggunakan alatindra dan alat bantu lainnya untuk *me-record*.

6. Teknik Pengumpulan Data**a. Observasi**

Teknik pertama yang penulis gunakan adalah teknik observasi. Yaitu mengamati secara langsung bagaimana strategi komunikasi dakwah Ust. Yusuf Mansur kepada karyawan di PT. Veritra Sentosa Internasional.

b. Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara langsung kepada informan yang berkaitan atau berhubungan dengan penelitian ini. Informan yang peneliti berhasil wawancara adalah Direktur HRD dan Legal Bapak Ardian Asmar serta seorang karyawan bagian Video Editor Bapak Budhi Kurniawan.

c. Pengumpulan Dokumen dan Dokumentasi

Yaitu peneliti akan mengumpulkan data melalui dokumen yang ada pada PT. Veritra Sentosa Internasional Bandung salah satunya pada buku SOP (Standar Operasional Prosedur) kerja perusahaan tersebut. Selain itu, peneliti akan mengambil data dari berupa foto-foto dan video

yang menjadi dokumentasi perusahaan contohnya Youtube dan Instagram.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada penelitian ini, penulis mengolah data dari hasil pengamatan langsung, hasil wawancara dengan informan terkait serta data dokumen dan dokumentasi yang data nya dapat dipertanggungjawabkan.

8. Teknik Analisis Data

Informasi-informasi berupa data yang telah didapatkan melalui proses observasi, wawancara, dokumen perusahaan dan dokumentasi kemudian akumulatifkan dan lanjut di analisis kembali dengan dikelompok-kelompokan guna untuk menentukan data-data dari setiap penemuan agar lebih tersusun dan terarah sesuai dengan yang diinginkan. Beberapa cara yang dilakukan yaitu:

1. Menggabungkan semua informasi yang didapatkan dari proses observasi, wawancara, dokumen perusahaan dan dokumentasi.
2. Menganalisis kembali data dengan cermat dan melakukan penyaringan data ulang.
3. Memeriksa data yang sesuai dengan tujuan dari penelitian itu sendiri, melalui penelaahan serta pemahaman pesan.
4. Mengartikan serta meringkas data, dalam proses ini dapat dilakukan dengan cara mengatur kembali kata per katanya agar bisa menjadi suatu tulisan yang bersifat lebih luas.