

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Dakwah

Strategi Dakwah adalah metode, siasat, taktik, yang harus digunakan dalam aktivitas dakwah.¹ Strategi dakwah juga merupakan perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi dakwah perlu menunjukkan cara-cara operasional yang dapat dilakukan secara teknis atau taktik, karena strategi tersebut dapat berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Dalam konteks ini, terdapat dua hal yang harus dipertimbangkan, yakni : Strategi adalah suatu rencana aksi (serangkaian kegiatan dakwah) yang mencakup penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya serta kekuatan. Strategi adalah proses pengaturan perencanaan kerja.

Oleh karena itu, strategi dakwah adalah cara atau langkah yang digunakan untuk menyampaikan, menyeru, mengajak dan memanggil dalam suatu kebaikan, dengan tujuan mencapai keberhasilan yang telah direncanakan atau diatur. Strategi dakwah juga perencanaan dan penyerahan kegiatan dakwah yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan. Apabila kita memperhatikan Al-Qur'an dan As-Sunnah maka kita akan mengetahui, sesungguhnya

¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 32.

dakwah menduduki posisi dan tempat utama, strategis dan menentukan keindahan serta kesesuaian Islam dengan perkembangan zaman, baik dalam sejarah maupun praktiknya, sangat ditentukan oleh kegiatan dakwah yang dilakukan umatnya.

Dalam melakukan dakwah, strategi yang digunakan perlu memperhitungkan beberapa asas dakwah, agar pesan yang disampaikan dapat efektif dan diterima oleh masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Beberapa asas yang perlu diperhatikan.² :

1. Asas filosofi membicarakan topik-topik yang terkait dengan tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan dakwah, yaitu merencanakan proses dakwah itu sendiri.
2. Asas psikologi membicarakan tentang keterkaitan dengan aspek psikis manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupula dengan target dakwahnya, yang juga manusia dan memiliki karakteristik psikologis yang unik, yang pastinya beragam antara satu dengan lainnya.
3. Asas sosiologi membahas masalah yang terkait dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Seperti, politik lokal atau masyarakat setempat, mayoritas agama di daerah setempat, serta faktor sosio kultural lainnya. Semuanya ini bertujuan untuk memperkuat persaudaraan, sehingga tidak ada hambatan diantara elemen dakwah, baik kepada objek (*mad'u*) maupun kepada sesama subjek (*da'i*).
4. Asas kemampuan dan keahlian membahas kemampuan dan profesionalisme da'i sebagai obyek dakwah.

² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), h. 32.

5. Asas efektifitas dan efisiensi menekankan pentingnya usaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam menghadapi perubahan masyarakat di era globalisasi, diperlukan pengembangan strategi dakwah islam seperti berikut ini :

Pertama, menegaskan konsep tauhid sebagai basis utama dalam dakwah. Esensi dakwah adalah upaya menyebarkan ajaran tentang keesaan Allah yang mengedepankan nilai-nilai universal kemanusiaan. Dakwah bertujuan untuk membentuk kecenderungan alami manusia, agar dapat memahami makna kehidupan yang berasal dari Allah dan kembali kepada-Nya. Dengan mengembangkan potensi dan kodrat manusia, dakwah menjadi proses untuk meningkatkan martabat manusia. Oleh karena itu, tauhid menjadi landasan utama dalam strategi dakwah untuk memperkuatnya.

Kedua, perubahan dalam masyarakat seringkali mempengaruhi cara kita memahami agama dan dakwah sebagai upaya untuk mengubah sosial yang juga sering menghadapi tantangan dalam hal pemahaman agama. Pemahaman agama yang terlalu eksoteris dalam menerima gejala-gejala kehidupan dapat menghambat pemecahan masalah sosial yang dihadapi oleh juru dakwah itu sendiri, oleh karena itu diperlukan pemikiran inovatif yang dapat mengubah pemahaman agama dari pemahaman yang tertutup menuju pemahaman keagamaan yang terbuka.

Ketiga, strategi yang imperatif dalam dakwah. Dakwah Islam berorientasi pada amar ma'ruf nahi munkar. Dalam hal ini,

dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium, lebih dari itu esensi dakwah sebetulnya adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsur amar ma'ruf nahi munkar.

Adapun macam-macam strategi dakwah menurut beberapa jumur ulama antara lain:

a) *Strategi Tilawah* (Strategi Komunikasi)

Strategi penyampaian pesan-pesan Al-Qur'an kepada umat memiliki konsekuensi terpeliharanya hubungan insani secara sehat dan bersahaja, sehingga dakwah dapat tetap memberikan fungsi maksimal bagi kepentingan hidup dalam kehidupan. Dalam konteks lain, strategi ini dapat dijelaskan sebagai interaksi komunikasi antara pendakwah dan pendengarnya. Dengan mempergunakan strategi tilawah, pendengar diajak untuk mengikuti pesan-pesan dakwah yang telah disusun oleh pendakwah dengan cara membacanya sendiri.

Strategi tilawah lebih mefokuskan pada bidang pemikiran da'i serta perpindahan pesan-pesan dakwah melalui indra penglihatan dan pendengaran dan ditambah akal yang sehat. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah pada surat Al Mulq ayat 23:

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya : “Katakanlah, “Dialah yang menciptakan kamu dan menjadikan pendengaran, penglihatan, dan hati nurani bagi kamu (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur”. (Qs. Al-Mulk 67 : 23)³

b) *Strategi Ta’lim* (Strategi Pendidikan)

Strategi Ta’lim yang merupakan bagian dari strategi pendidikan, bertujuan untuk membebaskan individu dari ketidaktahuan yang sering menghambat kreativitas dan kebebasan. Pendidikan dianggap sebagai proses pencerahan untuk menghindari jebakan kehidupan dalam pola kebodohan yang merugikan terutama untuk masa depan umat manusia. Meskipun strategi ta’lim dan strategi tilawah memiliki kesamaan dalam mentransformasikan pesan dakwah, strategi ta’lim lebih terfokus dilakukan secara resmi dan terstruktur, yang hanya dapat diterapkan pada rekan dakwah yang telah ditetapkan dengan kurikulum yang telah disusun dan dilaksanakan secara bertahap dengan tujuan dari target yang jelas.

c) *Strategi Tazkiyah* (Strategi Pembersihan Sikap dan Perilaku)

Strategi Tazkiyah yang dikenal sebagai pembersihan sikap dan perilaku, merujuk pada pendekatan dakwah yang fokus pada perbaikan sikap dan perilaku melalui proses pembersihan. Tujuan dari proses ini adalah untuk menciptakan perubahan dalam individu dan masyarakat agar

³ Muhammad Shohib, *Syaamil Qur’an the Miracle*, (Bogor: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 1123.

sesuai dengan prinsip-prinsip islam sebagai agama yang mengemban misi kemanusiaan dan memelihara integritas islam sebagai agama rahmat bagi seluruh alam.

2. Lingkungan Industri

Kebanyakan orang beranggapan bahwa industri merupakan kegiatan ekonomi manusia yang mengolah bahan mentah / bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau jadi. Meskipun pengertian industri sangat luas, proses industri ini mencakup semua kegiatan manusia dalam bidang tertentu yang bersifat produktif dan komersial. Kata industri berasal dari kata Perancis Kuno "*industria*" yang berarti aktivitas, tetapi kata tersebut berasal dari kata Latin "*Industria*" yang berarti kerajinan dan aktivitas.

Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Selain itu industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal. Industri juga merupakan salah satu pembangunan yang mengarah pada proses perubahan perekonomian dari yang sebagian besar berupa pedesaan dan pertanian menjadi perkotaan, industri dan jasa-jasa kompetisinya. Pembangunan ekonomi ini pada akhirnya menyebabkan terjadinya transformasi struktural, yaitu pergeseran pertumbuhan sektor produksi dari yang semula mengandalkan sektor primer (pertanian) menuju sektor sekunder (industri).

Industri dapat diartikan juga sebagai suatu sektor atau kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pengolahan / produksi bahan baku di suatu pabrik yang menggunakan keterampilan dan

tenaga kerja atau pembuatan barang jadi dalam bahasa Inggris *industrial* dan penggunaan alat-alat di bidang pengolahan hasil pertanian dan pendistribusiannya sebagai kegiatan utama. Jadi industri umumnya dikenal sebagai mata rantai berikutnya dalam bisnis setelah pertanian, perkebunan dan pertambangan, yang erat kaitannya dengan tanah, yang memenuhi kebutuhan tanah (ekonomi). Industri merupakan bagian dari proses produksi dan kegiatan proses produksi industri disebut perindustrian.

Industri identik dengan tempat berlangsungnya industri yaitu pabrik, dalam arti yang lebih luas pabrik adalah tempat manusia, mesin atau teknologi, material, energi, modal dan sumber daya yang dikelola dalam suatu kesatuan sistem produksi yang menghasilkan produk dan jasa yang efektif, efisien dan aman yang siap digunakan untuk umum atau yang dapat diproses lebih lanjut untuk membuat jenis produk lain. Pabrik identik dengan mengolah bahan mentah dan membuat produk jadi berupa barang.

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian, bahwa pembangunan industri bertujuan untuk⁴ :

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara bertahap, mengubah struktur perekonomian ke arah yang lebih baik, maju, sehat dan lebih seimbang sebagai upaya untuk mewujudkan dasar yang lebih kuat bagi pertumbuhan ekonomi pada umumnya, serta memberikan nilai tambah bagi pertumbuhan industri pada khususnya;

⁴ “Undang-Undang Republik Indonesia No 5 Pasal 3 Tahun 1984 Tentang Perindustrian,”.

2. Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara adil dan merata dengan memanfaatkan dana, sumber daya dan hasil budi daya serta dengan memperhatikan keseimbangan dan kelestarian lingkungan hidup;
3. Meningkatkan keikutsertaan masyarakat dan kemampuan golongan ekonomi lemah, termasuk pengrajin agar berperan secara aktif dalam pembangunan industri;
4. Memperluas dan meratakan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta meningkatkan peranan koperasi industri;
5. Mengembangkan pusat – pusat pertumbuhan industri yang menunjang pembangunan daerah dalam rangka perwujudan Wawasan Nusantara;
6. Meningkatkan kemampuan dan penguasaan serta mendorong terciptanya teknologi yang tepat guna dan menumbuhkan kepercayaan terhadap kemampuan dunia usaha Nasional.

Dari uraian di atas dapat di simpulkan bahwa tujuan dari adanya industri adalah segala usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam memanfaatkan sumber daya mengenai pengolahan bahan baku atau bahan mentah menjadi bahan setengah jadi atau bahan jadi untuk memenuhi kebutuhan manusia, dimana barang yang dihasilkan industri menjadi nilai yang lebih tinggi dan bermanfaat untuk penggunaannya dan juga sangat berpengaruh penting bagi masyarakat dan negara.

1. Dakwah dan Industri

1. Dakwah

Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab yaitu dari kata دعا (*da'a*) – يدعو (*yad'uw*) – دعوة (*da'watan*) kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil dan mengajak. Secara harfiah dakwah merupakan masdar dari fi'il (kata kerja), *da'a* dengan arti ajakan, seruan, panggilan dan undangan. Sedangkan dalam konteks terminologi, dakwah di artikan upaya aktivitas individu untuk mengajak orang lain agar meyakini dan mengamalkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah juga mencakup seruan atau ajakan kepada islam dengan melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar, sebagai prinsip untuk mengajak kepada kebaikan sesuai ajaran islam dan menolak kejahatan yang tidak sesuai dengan ajakan tersebut. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Al-Imron ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Qs. Al-Imron 03 : 104)⁵

⁵ Muhammad Shohib, *Syaamil Qur'an the Miracle*, (Bogor: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 123.

Tujuan dakwah adalah mencapai masyarakat yang adil dan makmur serta mendapatkan ridho dari Allah Swt. Menurut Asmuni Syukir tujuan dakwah terbagi atas :

1. Tujuan umum dakwah adalah mengajak orang untuk mengikuti jalan yang benar sesuai kehendak Allah SWT, sehingga mereka bisa meraih kebahagiaan dan keselamatan didunia dan akhirat.
2. Tujuan khusus dakwah
 - a) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah Swt artinya mereka diharapkan agar senantiasa mengerjakan perintah Allah dan selalu mencegah atau meninggalkan larangan-Nya
 - b) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Allah).

Dalam proses dakwah, terdapat unsur-unsur dakwah yang harus diperhatikan, agar kegiatan dakwah berhasil. Karena semua unsur ini saling terkait dan tidak boleh diabaikan. Unsur-unsur dakwah yang dimaksud adalah :

- 1) Pendakwah (*Da'i*)

Pendakwah atau *Dai'i* adalah kata yang berasal dari bahasa Arab, mengacu pada bentuk kata kerja yang menunjukkan pelaku, dari kata dasar dakwah yang berarti orang yang melakukan dakwah. Dalam pengertian khusus, da'i merujuk kepada setiap individu muslim yang berakal dan dewasa yang memiliki

kewajiban untuk melakukan dakwah. Dengan demikian, da'i adalah seseorang yang aktif dalam melakukan dakwah atau mengkomunikasikan pesan dakwah kepada orang lain.⁶

Secara umum, peran utama seorang da'i adalah melanjutkan misi Nabi Muhammad SAW dengan menyampaikan pesan-pesan Allah SWT sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist. Dengan tegas tugas seorang da'i adalah mengamalkan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah dalam kehidupan masyarakat, menjadikannya sebagai prinsip dan panduan hidup. Ini melibatkan mengarahkan masyarakat, agar tidak mengikuti ajaran diluar Al-Qur'an dan Sunnah, serta menghindari praktik-praktik animisme, dinamisme dan ajaran lain yang bertentangan dengan ajaran Islam.

2) Sasaran Dakwah (*Mad'u*)

Sasaran dakwah (*mad'u*) adalah individu atau kelompok yang menerima pesan dakwah dari pendakwah. Sasaran dakwah ini dapat berupa baik laki-laki ataupun perempuan.

Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan yaitu⁷ :

⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 5.

⁷ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 20.

- a) Seseorang intelektual yang cerdas, menghargai kebenaran dan memiliki kemampuan untuk berpikir secara kritis, serta responsif terhadap masalah dengan cepat.
- b) Orang-orang yang awam, yang mayoritasnya belum memiliki kemampuan untuk berpikir secara kritis dan mendalam serta kesulitan dalam memahami konsep-konsep yang kompleks.
- c) Kelompok yang berbeda dari dua kategori sebelumnya, yang tertarik untuk berdiskusi tentang topik tertentu, namun terbatas dalam pemahaman mendalam dan kemampuan untuk meneliti dengan benar.

3) Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah, juga dikenal sebagai isi pesan dakwah, merujuk pada pesan-pesan yang berkaitan dengan ajaran islam yang harus disampaikan dari subjek kepada objek dakwah. Ini mencakup semua prinsip islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Isi pesan dakwah ini mengandung prinsip-prinsip ajaran islam yang utuh, yang secara dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal, yang pada dasarnya ketiganya bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Tiga hal itu adalah⁸ :

- a. Masalah keimanan (aqidah). Aqidah dalam Islam bersifat i'tiqad bathiniyah atau mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Akidah yang juga dikenal sebagai keyakinan dalam islam adalah prinsip utama kepercayaan dalam agama tersebut. Tauhid, yang merupakan inti dari akidah adalah keyakinan dalam keesaan Tuhan Yang Maha Esa. Dalam bidang akidah pembahasan tauhid tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, materi dakwah juga mencakup masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan Allah SWT), ingkar dengan adanya Allah SWT dan sebagainya.
- b. Masalah keislaman (syari'ah). Dalam Islam, permasalahan syari'ah erat kaitannya dengan perbuatan nyata dalam mentaati semua peraturan atau hukum Allah untuk mengatur hubungan antara manusia dengan tuhanNya serta mengatur pergaulan hidup antar sesama manusia.
- c. Masalah budi pekerti (akhlaqul karimah), dianggap sebagai materi dakwah yang memberi

⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), h. 60.

pelengkap bagi keimanan dan keislaman individu. Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa peran akhlak tidak boleh diabaikan, karena kesempurnaan iman dan islam seseorang dipengaruhi oleh bagaimana akhlakul karimah tersebut diwujudkan.

Segala pengajaran yang disampaikan dalam materi dakwah tidak hanya berkaitan dengan keberadaan dan sifat Allah Swt, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran yang mendalam, sehingga individu mampu menerapkan keyakinan, hukum syariat dan perilaku yang baik dalam perkataan, pemikiran dan tindakan sehari-hari

4) Media Dakwah (*Wasilah*)

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jama' yaitu *wasail* yang berarti alat atau perantara. Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Jadi, media dakwah adalah peralatan yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah.

Media dakwah dapat dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu⁹ :

- a) Media Lisan, yang menggunakan suara dari lidah, seperti pidato, ceramah dan bimbingan.

⁹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 403.

- b) Media Tulisan, media berupa tulisan seperti : buku, majalah, surat menyurat dan spanduk.
- c) Media Lukisan, yang meliputi gambar dan karikatur.
- d) Media Audio Visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang pendengaran dan penglihatan, seperti televisi dan internet.

5) Metode Dakwah

Metode dalam dakwah adalah langkah yang dipilih oleh da'i untuk menyampaikan pesan-pesan Allah kepada sasaran dakwah (masyarakat) untuk mencapai suatu tujuan berlandaskan pada tuntunan dakwah yang Allah berikan di dalam Al-Qur'an, yaitu hikmah dan kasih sayang. Menurut Sa'id bin Ali bin Wahj Al-Qahthani, metode dakwah adalah ilmu tentang cara menyampaikan dakwah dan cara menghilangkan halangan-halangan yang merintanginya sampainya tujuan dakwah.¹⁰

Metode dakwah memiliki hubungan yang kuat dengan materi dakwah, karena metode dakwah adalah cara yang digunakan oleh juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwah. Penggunaan metode yang tepat sangat penting dalam menyampaikan pesan dakwah, karena walaupun pesan itu baik, jika disampaikan dengan metode yang kurang tepat, bisa

¹⁰ Wahyu Ilahi dan Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 48.

saja ditolak oleh penerima pesan. Oleh karena itu, kebijaksanaan dan ketelitian dalam memilih metode dakwah sangat mempengaruhi efektivitas dan keberhasilan dakwah.

Dalam Qs. An-Nahl ayat 125 bahwa metode dakwah terbagi menjadi tiga, yaitu :

1) Metode yang pertama *Al-Hikmah*.

Hikmah secara bahasa memiliki beberapa arti : *al-'adl, al-ilm, al-Hilm, al-Nubuawah, al-Qur'an, al-injil, al-Sunnah* dan lain sebagainya. *Hikmah* juga diartikan al-kalam atau ungkapan singkat yang padat isinya. Dengan kata lain *bi al-hikmah* merupakan pendekatan komunikasi yang persuasif didasarkan pada hikmah. Ibnu katsir menafsirkan kata "*hakim*", sebagai seseorang yang bijaksana dalam tindakan dan perkataannya, yang mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dengan demikian, metode ini mencakup berbagai teknik dakwah yang diharapkan umat Islam, agar pesan dakwah dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan berhasil dengan baik.

2) Metode yang kedua *Al-Mau'idzah Al-Hasanah*.

Secara etimologis, *mauidzah* merupakan bentukan dari kata *wa'adza - ya'idzu - iwa'dzan dan 'idzata*, yang mengandung makna "memberi

nasihat dan mengingatkan konsekuensi dari suatu tindakan”, juga bermakna “memerintah untuk taat dan memberikan wasiat untuk patuh”. *Al hasanah* (kebaikan) merupakan lawan dari *sayyiat*, maka dapat dipahami bahwa *mauidzah* dapat berupa nasihat yang baik maupun buruk, tergantung oleh seseorang dalam memberikan nasihat dan anjuran.

Menurut pendapat dari Tanthawy Jauhari, yang dikutip Faruq Nasution mengatakan bahwa *Mauidzah Al Hasanah* merupakan bentuk dakwah ilahi yang mencakup segala usaha untuk mengajak manusia ke arah kebaikan dengan cara membangkitkan rasa cinta (*raghbah*) dan rasa waspada (*rahbah*).¹¹

Memberikan contoh atau nasihat yang baik pada orang lain hendaknya dengan cara yang baik yang dapat mengubah hati, enak didengar, menyentuh perasaan, menghindari sikap kasar dan tidak mencaci atau menyebut kesalahan Mad'u, sehingga mad'u dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak da'i, tanpa memaksa kehendak orang lain.

¹¹ Faruq Nasution, *Aplikasi Dakwah Dalam Studi Kemasyarakatan*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), h. 1–2.

3) Metode yang ketiga Mujadalah *Billati Hiya Ahsan*

Al-Qur'an menyuruh umat islam untuk berdebat dengan ahli kitab dengan cara yang sopan santun dan lemah lembut, kecuali kalau pihak mereka memperlihatkan keangkuhan dan kezaliman.¹² Berdebat dalam konteks ini, mengacu pada bertukar argumen dengan tujuan mencapai pemahaman bersama.

Beberapa metode dakwah lainnya adalah sebagai berikut¹³:

- 1) Ceramah adalah salah satu metode dakwah yang diterapkan oleh para da'i untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian dan penjelasan tentang islam kepada masyarakat secara lisan.
- 2) Diskusi adalah salah satu metode dakwah yang dapat memberikan peluang kepada peserta diskusi untuk ikut memberikan sumbangsih pemikiran terhadap suatu masalah terkait materi dakwah, karena seluruh peserta diskusi diberi hak untuk saling bertanya dan saling menjawab atau melengkapi jawaban orang lain yang diduga belum lengkap.

¹² A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), h. 112.

¹³ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 101–104.

- 3) Suri tauladan (uswatun hasanah), proses dakwah dengan menggunakan metode suri tauladan adalah sebuah cara yang ditempuh oleh da'i untuk menyajikan dakwah dengan memberikan contoh perilaku yang baik secara langsung, sehingga masyarakat sebagai mad'u akan tertarik untuk mengikuti apa yang telah dicontohkan oleh da'i sebagai penyeru kebaikan.
- 4) Drama adalah metode dakwah yang ditempuh oleh da'i untuk menyampaikan materi dakwah dengan mempertunjukkan dan mempertontonkan kepada mad'u, agar dakwah dapat tercapai sesuai yang ditargetkan, contohnya wayang didaerah jawa.

Ada beberapa metode yang di gunakan oleh Rasulullah SAW, yaitu:

- a) Metode *Da'wah bi al-Lisan* (verbal).
Dakwah *bi al-lisan* dilakukan Nabi saw yaitu dengan menyampaikan ajaran Islam kepada orang-orang di sekitarnya secara langsung atau berceramah. Di era globalisasi sekarang ini dakwah model ini masih tetap diperlukan dan kenyataannya masih tetap eksis. Hal ini berarti bahwa dakwah Nabi dengan menggunakan metode seperti itu masih dapat diterima dan tidak tersingkirkan oleh globalisasi.

- b) Metode *Da'wah bi al-Qalam* (tertulis). Pada era globalisasi dan informasi, masyarakat global cenderung banyak menghabiskan waktunya bekerja dengan menggunakan teknologi informasi. Mereka duduk hingga berjam-jam mencari dan membaca informasi dunia global di depan media seperti internet, padahal dalam dunia internet banyak disuguhkan hal-hal yang berbau maksiat, seperti adanya situs-situs berita hoax dan berbagai macam informasi lainnya yang dapat merusak kualitas iman seseorang. Dengan demikian tantangan dakwah adalah berkompetisi dalam mengisi situs-situs dengan memberikan informasi yang lebih konstruktif bagi kehidupan masyarakat dan sesuai dengan nilai-nilai ajaran agama islam.
- c) Metode *Da'wah bi al-hal* (dengan perilaku atau perbuatan). Salah satu rahasia keberhasilan dakwah Rasulullah adalah karena ia memiliki akhlak yang mulia mampu tampil di tengah-tengah umat manusia sebagai suri teladan. Akhlak Rasulullah yang demikian memikat dan senantiasa didasarkan pada Al-Quran. Hal ini senada dengan sebuah

riwayat dari Aisyah bahwa perilaku Rasulullah adalah Al-Quran. Perilaku Rasulullah adalah salah satu bentuk dakwah yang sangat efektif.

2. Industri

Industri menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.¹⁴

Menurut Amir Machmud yang dimaksud dengan industri adalah suatu sektor ekonomi yang melakukan kegiatan produktif untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi atau sering disebut sebagai industri pembangunan.¹⁵

Menurut Sadono Sukirno, industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum dimana industri diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi dibidang kegiatan ekonomi yang tergolong kedalam sektor sekunder. Sedangkan yang selanjutnya adalah pengertian dalam teori ekonomi, dimana industri diartikan sebagai kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang sama

¹⁴ “Undang-Undang Republik Indonesia No 5 Pasal 1 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.”

¹⁵ Amir Machmud, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2016), h. 198.

dalam suatu pasar. Industri itu juga dibagi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier.¹⁶

Menurut Henry Fratt sebagaimana dikutip oleh Nurcholish Madjid, industrialisasi adalah proses kemajuan teknologi melalui penerapan ilmu pengetahuan, yang dicirikan oleh pertumbuhan yang besar dengan menggunakan mesin untuk memproduksi barang-barang yang ditujukan untuk pasar luas, baik sebagai barang produksi maupun konsumsi. Proses ini melibatkan tenaga kerja yang terampil dengan pembagian tugas yang jelas dan seringkali disertai dengan peningkatan urbanisasi.¹⁷

Menurut Abdurachmat dan Maryani jenis industri berdasarkan sifat bahan mentah dan sifat produksinya, jenis industri diklasifikasikan menjadi dua, yaitu¹⁸ :

- a) Industri Primer adalah suatu industri yang mengolah bahan mentah hasil produksi sektor primer baik dari pertanian, perikanan, peternakan, kehutanan, maupun pertambangan. Industri ini pada umumnya lebih berorientasi untuk mengolah bahan mentah.
- b) Industri Sekunder adalah jenis industri yang melakukan tahap pengolahan lanjutan terhadap produk-produk industri lain yang berasal dari bahan mentah. Bahan baku untuk proses ini biasanya merupakan produk jadi

¹⁶ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 188.

¹⁷ Nurcholish Madjid, *Islam Kemodernan Dan Keindonesiaan*, (Bandung: Mizan, 1987), h. 140.

¹⁸ Abdurachmat dan Maryani, "Geografi Ekonomi," *Bandung : Jurusan Pendidikan Geografi* (1997), h.55.

atau setengah jadi yang dihasilkan oleh industri lain. Biasanya industri sekunder ditempatkan dekat dengan industri yang memproduksi bahan baku tersebut.

Industri memang dibutuhkan, karena dapat meningkatkan taraf kehidupan, terutama dalam aspek kebutuhan-kebutuhan materi seperti sandang, pangan, bahan dan alat. Karena keberadaan industri dapat memberikan pengaruh yang sangat signifikan pada karyawan industri. Tetapi sayangnya industri dapat mengubah perilaku sosial. Perubahan sosial yang terjadi akibat industri bersifat kompleks, sehingga dapat menimbulkan dampak yang berbeda-beda bagi karyawan industri.

Perubahan sosial yang terjadi di kalangan karyawan industri merupakan sebuah kenyataan. Namun amat disayangkan karena tidak semua dampak perubahan sosial itu positif, karena masih ada juga dampak negatifnya, terutama dalam perilaku keagamaan pada diri karyawan industri. Hal ini di sebabkan oleh efek dari perubahan zaman yang disebut dengan era globalisasi, karena di zaman ini masih banyak manusia yang awam dalam pemahaman keagamaan, masih amat sedikit yang menyadari bahwa agama itu sangat dibutuhkan, sedangkan kita tidak akan selamanya hidup di dunia, namun juga akan merasakan kehidupan di akhirat atau hari pembalasan.

Keberadaan dakwah semakin dibutuhkan di dalam dunia perindustrian. Dengan kata lain, dakwah mempunyai peran penting untuk mengarahkan setiap individu karyawan terhadap

jalan keluar dari setiap kesulitan yang dihadapi saat menjalani kehidupan, demi mendapatkan ketenangan batin. Kehadiran dakwah juga berguna untuk membantu manusia agar menyadari bahwa dirinya harus selalu berbuat kebajikan, seperti berkata jujur, disiplin dan enggan merugikan orang lain, karena menyadari bahwa Allah selalu mengawasi. Artinya dengan adanya dakwah akan memberikan dampak positif untuk manusia baik secara langsung maupun secara tidak langsung, walaupun manusia tersebut awalnya sempat berbuat salah, namun akhirnya akan kembali ke jalan yang Allah ridhoi, lalu manusia tersebut akan merasakan kebahagiaan dunia dan akhirat. Begitupula di lingkungan perindustrian, hadirnya dakwah akan dapat mengarahkan para karyawan di perusahaan untuk meningkatkan mutu dan kualitas kepribadian, yang otomatis juga akan mendorong peningkatan mutu dan kualitas kerja dari para karyawan di suatu perusahaan yang telah mengizinkan hadirnya dakwah di lingkungan perusahaan mereka.

B. Teori Konstruksi Sosial atas Realitas (*Social Construction of Reality Theory*) yang di kemukakan oleh Berger dan Luckman pada tahun 1966

1. Sejarah Teori Konstruksi Sosial atas Realitas (*Social Construction of Reality Theory*)

Pada penelitian ini, teori yang digunakan ialah teori *Social Construction of Reality Theory* yang di kemukakan oleh Berger dan Luckman pada tahun 1966. Peter Ludwig Berger lahir pada tanggal

17 Maret 1929. Ia adalah seorang sosiolog yang produktif. Karya Berger yaitu “*The Social Construction of Reality*”¹⁹ yang ditulis bersama Thomas Luckman adalah salah satu karya paling penting dalam sosiologi *interpretative*. Bukunya yang berjudul *Invitation of Sociology* tahun 1963 juga merupakan karya yang berpengaruh secara luas sebagai pengantar sosiologi untuk para akademisi ilmu sosial. Karya Berger meliputi teori sosial, sosiologi pengetahuan, sosiologi agama dan kajian tentang modernisasi serta perubahan sosial yang menggabungkan masalah teologis dengan politik praktis. Sementara Thomas Luckman lahir pada tahun 1927. Ia adalah Professor sosiologi dari Universitas Constance Jerman. Selain menulis bersama Berger, Thomas Luckman juga pernah menulis bersama Alfred Schutz pada tahun 1982 dengan judul “*Structures of The Life World*”. Thomas Luckman adalah teoritis yang tertarik pada sosiologi pengetahuan, sosiologi agama, sosiologi komunikasi dan filsafat ilmu.

Berger dan Luckman adalah pemikir yang tertarik pada sosiologi pengetahuan dan sosiologi agama. Perpaduan di antara dua pemikir tersebut pada akhirnya mencetuskan konsepsi sosiologi pengetahuan yang harus menekuni segala sesuatu yang dianggap sebagai pengetahuan oleh masyarakat. Salah satu penyebab lahirnya teori konstruksi sosial adalah pertanyaan Berger mengenai apa itu kenyataan. Pertanyaan tersebut muncul akibat dominasi dua paradigma filsafat; empirisme dan rasionalisme.

¹⁹ Peter L. Berger and Thomas Luckman, *The Social Construction of Reality* (England: Penguin Group, 1966).

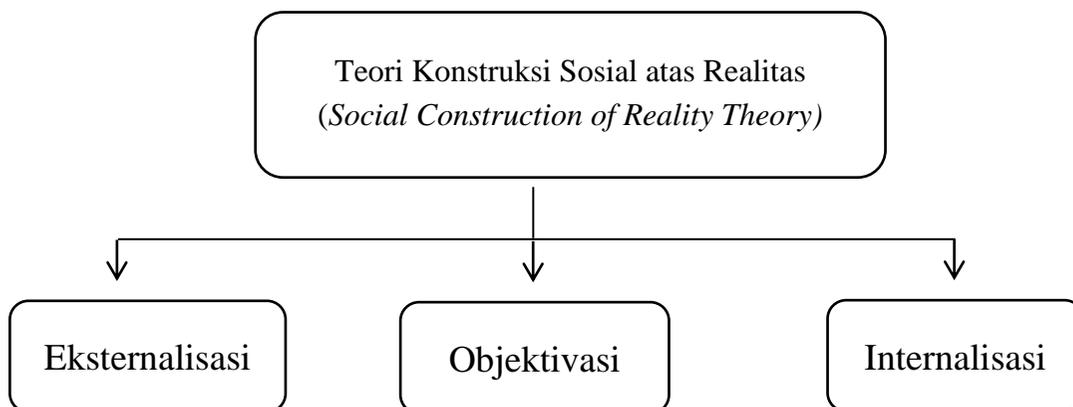
Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckman teori Konstruksi Sosial atas Realitas (*The Social Construction of Reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya.

Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Dan mereka juga berpendapat bahwa masyarakat diciptakan oleh manusia dan interaksi manusia, yang mereka sebut pembiasaan. Menurut konsep pembiasaan, “setiap tindakan yang sering diulang akan menjadi suatu pola, yang kemudian dapat dilakukan lagi di masa depan dengan cara yang sama dan dengan usaha ekonomis yang sama”.

Konstruksi sosial atas realitas merupakan teori yang mengemukakan bahwa manusia menciptakan pemahamannya sendiri terhadap realitas, melalui interaksi dan komunikasinya dengan orang lain. Hal ini mencakup cara kita melihat dan menafsirkan dunia di sekitar kita, serta cara kita berinteraksi dengan orang lain.

2. Model Teori Konstruksi Sosial atas Realitas (*Social Construction of Reality Theory*)

Teori *The Social Construction of Reality* menyatakan bahwa masyarakat secara empirik berproses secara dialektik fundamental melalui tiga momentum atau langkah yaitu *eksternalisasi*, *objektivasi* dan *internalisasi*.²⁰



Bagan 2.1 Model Teori Konstruksi Sosial atas Realitas

3. Konsep Teori Konstruksi Sosial atas Realitas (*Social Construction of Reality Theory*)

Ketiga momentum tersebut di paparkan oleh Berger dan Luckman yang intinya sebagai berikut²¹ ;

Pertama, *Eksternalisasi* adalah suatu pencurahan kedirian manusia secara terus menerus ke dalam dunia sekelilingnya baik dalam aktivitas fisik maupun mentalnya. Manusia tidak bisa tinggal diam atau menutup diri, karena itu kemudian bergerak keluar untuk

²⁰ Hamidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, Cet 1. (Malang: UMM Press, 2010), h. 19.

²¹ *Ibid*, h. 20-21.

mengekspresikan diri dalam dunia sekelilingnya. Dengan demikian masyarakat dengan budayanya yang terus berkembang dan tidak stabil itu merupakan produk manusia, ketika manusia berpotensi melakukan *eksternalisasi*. Karena potensi *eksternalisasi* manusia itulah, maka berkembang berbagai interaksi. *Eksternalisasi* juga dapat diartikan sebagai proses dimana individu berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungannya, dalam momen adaptasi tersebut sarana yang digunakan bisa berupa bahasa maupun tindakan yang disesuaikan dengan dunia sosio-kulturalnya. *Eksternalisasi* merupakan suatu usaha ekspresi diri pada manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Lingkungan yang ada di sekitar manusia, juga akan mempengaruhi *eksternalisasi*. Pada momen ini, terkadang dijumpai individu yang mampu beradaptasi dan juga mereka yang tidak mampu beradaptasi. *Eksternalisasi* juga adalah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia. “*Society is a human product*”.

Kedua, Objektivasi adalah disandangnya produk aktivitas *eksternalisasi* tersebut *objektivasi* (fisik dan mental), yakni suatu realitas baik material maupun non material, yang bisa berhadapan dengan para produsennya semula, dalam suatu bentuk kefaktaan (*faktisitas*) yang eksternal “yang berada di luar sana”, sekaligus bisa merupakan sesuatu yang lain terhadap dan dari produsernya itu sendiri titik momentum ini membentuk masyarakat menjadi suatu realitas suigeneris, realitas objektif, unik. Manusia lalu tenggelam dalam karyanya sendiri, yang secara subjektif bisa bersifat memaksa dan bahkan mampu menentang kehendak produsernya, misalnya dengan kontrol sosialnya. *Objektivikasi* juga adalah proses dimana individu berusaha untuk berinteraksi dengan dunia sosio-

kulturalnya. Didalam *objektivikasi*, realitas sosial tersebut seakan-akan berada di luar diri manusia. Ia menjadi realitas objektif, sehingga dirasakan ada dua realitas yakni realitas diri yang subjektif dan realitas yang berada diluar diri yang objektif. Dua realitas tersebut membentuk jaringan intersubjektif melalui proses pelebagaan atau institusional. Pelebagaan atau institusional yaitu proses untuk membangun kesadaran menjadi tindakan. Didalam proses pelebagaan tersebut, nilai-nilai yang menjadi pedoman didalam melakukan interpretasi terhadap tindakan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan sehingga apa yang disadari adalah apa yang dilakukan. Objektivitas juga interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. "*Society is an objective reality*".

Ketiga, Internalisasi adalah peresapan kembali realitas objektif atau dunia yang terobjektivasi oleh manusia. Warga masyarakat mentransformasikan sekali lagi dari struktur-struktur dunia objektif tersebut ke dalam struktur-struktur kesadaran subjektif. Proses pengalihan makna-makna ini bisa disebut sebagai proses sosialisasi, proses belajar, menerima tugas-tugas dan peran-peran. Melalui *internalisasi*, maka manusia merupakan produk budaya masyarakatnya. *Internalisasi* juga dapat diartikan sebagai proses individu melakukan identifikasi diri didalam dunia sosio-kulturalnya. Melalui *internalisasi*, individu akan menyerap nilai-nilai yang ada dimasyarakat yang nantinya akan diserap kedalam diri individu. Proses *internalisasi* lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas

suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. *Internalisasi* diartikan juga sebagai individu yang mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. “*Man is a social product*”.

Kompleksitas dan kadar sifat-sifat manusia yang memang tidak mungkin sama, karena telah dipengaruhi oleh lingkungan kekuatan motivasi yang mendorong untuk berperilaku atau bertindak, tingkat rasa ingin tahu dan menambah pengetahuan, keyakinan dan mengembangkan harapan serta strategi yang dipilih dalam mencapai tujuan, sehingga dapat memicu terjadinya konflik dalam masyarakat atau karyawan PT Nikomas Gemilang. Dalam keadaan seperti itulah strategi dakwah yang rasional beserta nilai-nilai yang mendasarinya sangat diperlukan.

Agama sebagai realitas sosial yang dipaparkan dalam *Social Construction of Reality Theory* gagasan Berger dan Luckman seperti yang telah dipaparkan oleh Haralambos 1994 bahwa “agama merupakan alat yang penting sekali bagi manusia untuk memberi kategori dan makna terhadap dunia fisik dan sosial”. Bahkan menurut Berger dan Luckman konsep *Amar ma'ruf nahi munkar* misalnya tidak lain adalah produk eksternalisasi, yang sudah menjadi objektivasi yang kemudian digunakan oleh masyarakat

sebagai sesuatu yang diakui karena dapat diterima (*plausible structure*).²²

Dunia - makna membutuhkan “*legitimasi*” secara terus-menerus, yang memerlukan penguatan dan justifikasi secara konstan. Warga masyarakat harus diberitahu, diberi penjelasan bahwa dunia makna mereka adalah nyata ada (*real*), benar (*true*), baik (*correct*) dan terlejitimasi. Tanpa didukung oleh sifat dan keadaan seperti itu suatu *universe of meaning* bisa mengalami pengikisan, kehancuran, kehidupan menjadi tanpa makna dan stabilitas masyarakat menjadi terancam. Dalam keadaan seperti itu agama membantu untuk menegakkan, mempertahankan, memelihara dan melegitimasi *universe of meaning*.²³

Menurut berger dan Lukman strategi dakwah yang dibutuhkan seperti adanya forum-forum pengajian atau kajian, acara-acara hari besar Islam, aktivitas sembahyang berjamaah di langgar atau masjid dan beberapa forum pertemuan yang lain merupakan suatu aktivitas “*legitimasi*” dalam memelihara, mempertahankan, mengukuhkan dunia - makna yang ada. Dunia makna dibentuk oleh manusia sebagai warga masyarakat, kemudian dunia-makna tersebut membentuk manusia melalui momen-momen *eksternalisasi*, *objektivasi* dan *internalisasi*.²⁴ Sepanjang sejarah manusia, agama telah memainkan suatu peran yang menentukan sebagai bagian dalam membentuk dan memelihara dunia-makna, dengan melakukan dakwah dan strategi yang diperlukan.

²² Ibid, h. 22 -23.

²³ Ibid, h. 23.

²⁴ Ibid, h. 24.

Tindakan dakwah tersebut dilakukan oleh tokoh agama seperti seorang cendekiawan atau ulama atau lembaga-lembaga dakwah sebagai pelaku *eksternalisasi*, *objektivasi* dan *internalisasi* yang akan mengekspresikannya kepada masyarakat, agar mereka memiliki pemahaman terhadap objek sosial yang ada seperti dirinya, dalam bentuk melegitimasi secara sangat intens, sehingga efektif sebab agama menghubungkan realitas yang dialami masyarakat dengan suatu realitas hidup sesudah mati. Realitas yang pertama memiliki kondisi dan situasi yang melekat di dalamnya yakni adanya kerumitan, kesulitan dan risiko. Agama dapat memberikan jawaban yang bisa melegitimasi dan mendukung realitas sehari-hari dan institusi kemasyarakatan, yang sudah diterima atau tidak lagi dipermasalahkan oleh penganutnya.

Landasan teori ini menjadi pijakan yang kokoh bagi penelitian yang akan dilakukan, karena teori ini mencakup bagaimana strategi dakwah yang dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Landasan teori akan menjadi sebuah pondasi utama dan landasan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan disusun secara sistematis dengan teknik penulisan yang benar.