

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Ruang Lingkup Dakwah**

##### **1. Pengertian Dakwah**

Pengertian dakwah dapat ditinjau dari dua segi yakni Etimologi dan Terminologi. Secara Etimologi Kata dakwah berasal dari bahasa arab yakni da'aa, yad'u, du'aah/da'watan. Jadi kata du'aa atau dakwah adalah isim masdhar dari du'aa, yang keduanya mempunyai arti yang sama yaitu ajakan atau panggilan. Kesimpulannya, kata dakwah mempunyai arti ganda, tergantung kepada pemakaiannya dalam kalimat. Namun dalam hal ini yang dimaksud adalah dakwah dalam arti seruan, ajakan atau panggilan. Panggilan itu adalah panggilan kepada Allah SWT.<sup>1</sup>

Pengertian dakwah juga dibedakan dengan beberapa kata yang bersaudara yaitu ta'lim, tadzkir dan tashwir. Ta'lim artinya mengajar, tujuannya untuk menambah pengetahuan orang yang diajar. Tadzkir artinya mengingatkan, tujuannya untuk memperbaiki kelupaan orang kepada sesuatu yang harus selalu diingat. Sedangkan tashwir artinya melukiskan sesuatu pada alam

---

<sup>1</sup>Alwisral Imam Zaidallah, "*Strategi Dakwah Dalam Membentuk Dai Dan Khotib*", (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), P.1-4.

pikiran orang, tujuannya untuk membangkitkan pengertian akan sesuatu yang dilukiskan.<sup>2</sup>

Kedudukan hukum dakwah adalah fardhu'ain, dan fardhu kifayah yaitu kewajiban setiap individu muslim. Allah memerintahkan agar setiap muslim berusaha merubah kemungkaran yang diketahuinya. Dan kepada kaum muslim diperintahkan agar ada sekelompok muslim yang menekuni ajaran Islam secara khusus untuk disampaikan dan diajarkan kepada orang lain. (At-taubah 122, ali'imran 104)<sup>3</sup>

Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Kemajuan dan kemunduran umat Islam berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Semakin gencar dan tepat dakwah itu disampaikan, maka akan semakin baik pula hasilnya.

Ketepatan dan keberhasilan dakwah akan dapat terwujud dengan baik apabila unsur-unsur dakwah terpenuhi dengan baik apabila unsur-unsur dakwah terpenuhi dengan baik. Adapun unsur-unsur dakwah tersebut antara lain : subjek dakwah, materi dakwah, metode dakwah, media dakwah, objek dakwah.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Hasanuddin, "*Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*", (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), P.27.

<sup>3</sup>Miftah Faridl, "*Pokok-Pokok Ajaran Islam*", (Bandung: Pustaka, 2010), P.145.

<sup>4</sup>Siti Uswatun Khasanah, "*Berdakwah Dengan Jalan Debat Antara Muslim Dan Non Muslim*", (Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press, 2007), P.25-28.

Istilah dakwah berasal dari bahasa arab, yang berasal dari kata, (da'a, yad'u, da'watan) yang memiliki makna panggilan, seruan, ajakan, undangan. Menurut Jum'ah Amin Abdul Aziz, diantara makna dakwah secara bahasa adalah : An-Nida yang berarti memanggil atau mengundang. Ad-du'a (ila Syai'i) yaitu menyeru atau mendorong pada sesuatu. Walaupun secara bahasa makna da'wah (mengajak, menyeru) masih bersifat netral, namun secara istilah Da'wah selalu berkonotasi kepada seruan atau ajakan kepada hal-hal yang positif, yaitu mengajak kepada jalan (agama) Allah. Karena da'wah merupakan istilah yang sudah inheren dan menyatu dalam Islam, dan menjadi istilah yang maksudnya berarti da'wah Islamiyah.

Dakwah adalah aktivitas untuk mengajak manusia menuju suatu tujuan. Ia memerlukan kiat-kiat khusus agar dapat diterima secara efektif dan efisien. Ia juga memerlukan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan rencana yang diinginkan. Pandangan terhadap strategi da'wah ini dapat bertitik tolak dari beragam sudut pandang. Berupa kondisi sosial, status sosial, atau sistem sosial dan kondisi individual.<sup>5</sup>

Berdasarkan objek kajian formanya dakwah adalah "bagaimana memanggil manusia untuk taat menjalankan ajaran Islam" Yang terdiri dari Proses penyampaian agama Islam, hubungan antara unsur-unsur dakwah, proses keagamaan pada diri manusia. Dari objek material ilmu dakwah tersebutlah, yang

---

<sup>5</sup>Ridho Syabibi, "*Metodologi Ilmu Dakwah*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), P.135.

menunjukkan bahwa ilmu dakwah adalah satu rumpun dengan ilmu-ilmu keIslaman lainnya, karena objek yang sama juga dikaji oleh ilmu-ilmu keIslaman lainnya, seperti ilmu fiqih, ilmu kalam dan lain sebagainya. Ilmu dakwah itu menemukan sudut pandang yang berbedadengan ilmu-ilmu keIslaman itu pada objek formanya yaitu kegiatan mengajak pada umat manusia supaya kembali pada fitrahnya sebagai muslim dalam seluruh aspek kehidupannya.<sup>6</sup>

## 2. Tujuan Dakwah

Dakwah yang dilaksanakan harus mempunyai tujuan tertentu. Tujuan ini dapat dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang hendak dicapai dalam proses dakwah. Tujuan adalah merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Dengan tujuan itulah dapat dirumuskan suatu landasan tindakan dalam pelaksanaan dakwah. Dari rumusan tujuan pelaksanaan dakwah ditarik kesimpulan, bahwa tujuan dakwah ada dua :

- a. Tujuan langsung, yakni ditujukan langsung kepada masyarakat agar melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya.
- b. Tujuan tidak langsung, yaitu dengan membentuk kader-kader da'i baik melalui jenjang pendidikan formal

---

<sup>6</sup>Wahyu Ilahi, “*Komunikasi Dakwah*”,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), P.30.

maupun non formal, sehingga mereka dapat diterjunkan ke dalam masyarakat.<sup>7</sup>

## B. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Tujuan dakwah dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan utama (umum) dan tujuan khusus (perantara). Tujuan utama merupakan garis pokok yang menjadi arah semua kegiatan dakwah, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan umum ini tidak bisa dicapai sekaligus karena mengubah sikap dan perilaku seseorang bukan pekerjaan sederhana. Oleh karena itu perlu tahap-tahap pencapaian. Tujuan pada setiap tahap itulah yang disebut tujuan perantara. Mitra dakwah yang telah memahami pesan dakwah tidak selalu segera diikuti dengan pengalamannya.

Strategi pendekatan dakwah, secara global disebutkan dalam Al-quran:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ  
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ  
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ [النحل: 125]

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah*

---

<sup>7</sup>Hasanuddin, “*Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*”, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), P.33-35.

*yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS.An-Nahl (16):125).*

Dalam ayat tersebut jelas ada 3 (tiga) strategi yang dilakukan untuk melaksanakan dakwah, yaitu :

1. Hikmah (dengan kebijaksanaan)

Yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya baik berupa ucapan maupun perbuatan selama tidak melanggar hukum Allah SWT.

2. Mau'izhah hasanah (nasihat-nasihat yang baik)

Yaitu memberi nasehat yang dapat diterima orang lain dalam mengajak manusia untuk melaksanakan dinul Islam.

3. Mujadalah bil lati hiya ahsan (diskusi dengan cara yang baik).<sup>8</sup>

Yaitu bertukar pikiran dengan menggunakan dalil atau alasan yang sesuai dengan kemampuan berpikirnya.

Dari aspek kognitif menuju psikomotorik sering kali melalui liku-liku kehidupan dan waktu yang panjang. Suatu contoh, seseorang membaca buku tentang shalat. Ia paham tentang kewajiban itu, akan tetapi ia tidak melakukan shalat sama sekali. Dua tahun kemudian, ia terkena diabet dan harus diamputasi. Pada saat itulah ia membuka buku yang telah dibaca sebelumnya untuk belajar shalat dan melakukannya. Karenanya, tujuan yang menjadi ukuran adalah tujuan khusus. Tujuan khusus

---

<sup>8</sup>Samsul Munir Amin, *“Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam”*, (Jakarta: Amzah, 2008), P.178.

harus realistis, konkret, jelas, dan bisa diukur. Selain itu, tujuan khusus juga berisi beberapa tahapan. Tujuan utama dakwah itulah yang dijadikan dasar penyusunan strategi dakwah dengan memerhatikan masing-masing tujuan khususnya.<sup>9</sup>

Dalam era globalisasi dan era informasi seperti sekarang ini, diperlukan penerapan dakwah yang bisa menjangkau dan mengimbangi kemajuan-kemajuan tersebut. Dengan demikian dakwah harus dikembangkan melalui berbagai strategi pendekatan. Bahwa tugas dakwah adalah tugas suci yang terpuji dan ini harus dikembangkan oleh setiap kita yang mengaku dirinya sebagai seorang muslim. Firman Allah :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ  
إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ (۳۳)

*“Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (QS. Fushshilat (41):33).<sup>10</sup>*

Secara garis besar ada dua strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan dakwah Islam: pertama, strategi dakwah dilihat dari tujuan yang hendak dicapai. Kedua, strategi dakwah dilihat dari sisi pendekatan dakwah. Kedua strategi tersebut dalam aplikasinya tidak harus berjalan secara linear dan strict,

---

<sup>9</sup>Ali Aziz, *“Ilmu Dakwah”*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), P.349-351.

<sup>10</sup>Samsul Munir Amin, *“Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam”*, (Jakarta: Amzah, 2008), P.181.

melainkan saling memperkuat atau bersifat komplementer. Pendekatan Struktural Yaitu pengembangan dakwah dapat melalui jalur struktural formal misalnya melalui pemerintahan. Hal ini yang pernah ditempuh oleh Prof. Dr. H Amien Rais, dengan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), Pendekatan Kultural Yaitu pengembangan dakwah melalui jalur kultural nonformal, misalnya melalui pengembangan masyarakat, kebudayaan, sosial, dan bentuk nonformal lainnya. Hal ini pernah dikembangkan oleh KH. Abdurrahman Wahid dengan Nahdhatul Ulama (NU).

Jika dilihat dari tujuan dakwah, ada dua strategi yang dikembangkan dalam penyebaran dakwah Islam yaitu strategi tawsi'ah (penambahan jumlah umat Islam) dan tarqiyah (peningkatan kualitas umat Islam). Strategi tawsi'ah dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah umat Islam. Dalam hal ini dakwah dilakukan kepada orang-orang yang belum memeluk agama Islam. Sedangkan strategi tarqiyah diarahkan untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan orang yang telah memeluk Islam.<sup>11</sup>

Pentingnya strategi dakwah adalah untuk mencapai tujuan, sedangkan pentingnya suatu tujuan adalah untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Fokus perhatian dari ahli dakwah memang penting untuk ditujukan kepada strategi dakwah, karena berhasil tidaknya kegiatan dakwah secara efektif

---

<sup>11</sup>Abdul Basit, "*Filsafat Dakwah*", (jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), P.165-177.



banyak ditentukan oleh strategi dakwah itu sendiri. Dengan demikian strategi dakwah, baik secara makro maupun mikro mempunyai fungsi ganda, yaitu : menyebarluaskan pesan-pesan dakwah yang bersifat informative, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.<sup>12</sup>

Strategi dakwah yang digunakan dalam usaha dakwah haruslah memperhatikan beberapa asas dakwah, agar proses dakwah dapat mengenai sasaran dan mudah diterima oleh masyarakat objek dakwah. Beberapa asas dakwah yang harus diperhatikan diantaranya sebagai berikut.

1. Asas filosofis: asas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah.
2. Asas kemampuan dan keahlian da'i (achievement and profesionalis): asas ini menyangkut pembahasan mengenai kemampuan dan profesionalisme da'i sebagai subjek dakwah.
3. Asas sosiologis: asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di suatu daerah, filosofis sasaran dakwah, sosiokultural sasaran dakwah, dan sebagainya.

---

<sup>12</sup>Mahmuddin, Strategi Dakwah Masyarakat Agraris, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, NO. 1, Juni 2013 : 101.

4. Asas psikologis: asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kewajiban manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Pertimbangan-pertimbangan masalah psikologis harus diperhatikan dalam proses pelaksanaan dakwah.
5. Asas efektifitas dan efisiensi: asas ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus diusahakan keseimbangan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. Sehingga hasilnya bisa maksimal.

Dengan mempertimbangkan asas-asas sebagaimana tersebut diatas, seorang da'i tinggal memformulasikan dan menerapkan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi mad'u sebagai objek dakwah.<sup>13</sup>

### **C. Unsur-unsur Dakwah**

#### **1. Da'i**

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah, baik dengan lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, atau melalui organisasi/lembaga. Da'i sering juga disebut dengan mubaligh, yakni orang yang menyampaikan ajaran Islam. Namun sebutan mubaligh ini konotasinya sangat

---

<sup>13</sup>Samsul Munir Amin, "*Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*", (Jakarta: Amzah, 2008), P. 176-177.

sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah, khatib dan sebagainya.

Seorang da'i dituntut untuk mengetahui segala unsur yang tercakup dalam pelaksanaan dakwah : isi dakwah, unsur manusia yang dihadapi, unsur kondisi (ruang dan waktu), unsur bentuk dan cara dakwah yang sesuai.

Seorang da'i harus pula memiliki tiga faktor yang melekat pada dirinya. Pertama, imannya harus kuat dan mantap supaya orang lain tidak ragu-ragu menerima dakwahnya. Kedua, pribadi da'i harus bisa menjadi contoh. Ketiga, da'i harus peka terhadap alam sekitar, disamping harus terampil dalam menilai situasi medan, dan trampil pula dalam memilih atau menampilkan dakwahnya sesuai dengan tempat, waktu dan massa.<sup>14</sup>

## 2. Mad'u

Mad'u dalam isin maf'ul dari da'a, berarti orang yang diajak, atau dikenakan perbuatan dakwah. Mad'u adalah obyek dan sekaligus subyek dalam dakwah yaitu seluruh manusia tanpa terkecuali. Siapapun mereka, laki-laki maupun perempuan, tua maupun muda, seorang bayi yang baru lahir ataupun orangtua menjelang ajalnya, semua adalah mad'u dalam dakwah Islam. Dakwah tidak hanya ditunjukkan kepada orang Islam, tetapi

---

<sup>14</sup>Rubiyana Dan Ade Masturi, "*Pengantar Ilmu Dakwah*", (Ciputat: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), P.71-73.

orang-orang diluar Islam, baik mereka itu atheis, penganut aliran kepercayaan, pemeluk agama lain, semua adalah mad'u.

Hal ini disebabkan oleh karena misi kedatangan Islam adalah sebagai rahmat bagi alam semesta. Islam tidak akan terealisasi sebagai rahmat bagi semesta alam apabila dakwah dibatasi hanya pada kalangan tertentu saja. Allah Ta'ala telah berfirman :

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

*“Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.” ( Al-Anbiya 21 : 107 ).<sup>15</sup>*

Mad'u ialah orang yang menerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, yang beragama Islam (muslim) atau non muslim. Dakwah yang ditujukan kepada non muslim (yang belum beragama Islam), bertujuan untuk mengajak mereka agar mengikuti agama Islam; sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam , dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan. Dengan demikian, yang menjadi sasaran dakwah (mad'u), yaitu manusia secara keseluruhan. Sasaran dan obyek dakwah (mad'u) harus mendapat prioritas pertama dalam pelaksanaan dakwah, sebab untuk menentukan materi maupun

---

<sup>15</sup>Cahyadi Takariawan, *“Prinsip-Prinsip Dakwah”*, (Yogyakarta: Izzan pustaka, 2005), P.25.

metode apa yang tepat dan kondusif, seorang da'i diharuskan terlebih dahulu mengetahui kondisi obyek dan sasaran dakwah.

Para dai sebelum melaksanakan tugas, hendaknya mengenal situasi medan terlebih dahulu. dengan mengenal situasi medan, diharapkan da'i dapat memperoleh gambaran bagaimana situasi medan yang harus dihadapi. Tugas seorang da'i tidak hanya menyuntik semata, tetapi bagaimana memilih jenis obat yang tepat dan menentukan dosis yang sesuai dengan diagnosa. Yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana menentukan teknik serta cara pendekatan sesuai dengan situasi dan kondisi.<sup>16</sup>

### 3. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa jerman *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa yunani, metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa disebut *thariq*. Metode yaitu cara yang telah teratur dan terpikir baik-baik untuk mencapai sesuatu maksud (dalam ilmu pengetahuan dan sebagainya).<sup>17</sup>

Metode dakwah dari segi jumlah audien, ada dua macam :

- a. Dakwah perorangan, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap orang secara langsung.

---

<sup>16</sup>Rubiyannah Dan Ade Masturi, "*Pengantar Ilmu Dakwah*", (Ciputat: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), P.78.

<sup>17</sup>Hasanuddin, "*Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*", (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), P.35.

- b. Dakwah kelompok, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap kelompok tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya.<sup>18</sup>

#### 4. Media Dakwah

Pengertian media dakwah, arti istilah media bila dilihat dari asal katanya (etimologi), berasal dari bahasa Latin yaitu “median”, yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak dari pada kata median tersebut. Pengertian semantiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan demikian media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.<sup>19</sup>

Media juga merupakan hasil perkembangan ilmu dan teknologi, sebagai bentuk penguasaan manusia terhadap sunnatullah yang menguasai alam. Eksistensinya dalam kehidupan manusia memiliki implikasi sosial, yang juga berkaitan dengan sunnatullah yang menguasai kehidupan manusia sebagai makhluk sosial.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>Hasanuddin, “*Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*”, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), P.39.

<sup>19</sup>Asmuni Syukir, “*Dasar-Dasar Strategi dakwah Islam*”, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), P.163.

<sup>20</sup>Anwar Arifin, “*Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), P.88.

Seorang da'i atau juru dakwah, dalam menyampaikan ajaran (Islam) kepada umat manusia tidak akan lepas dari sarana atau media. Karena di era modern ini dakwah tidak hanya cukup disampaikan melalui lisan tanpa melalui bantuan alat-alat komunikasi modern, seperti contoh : radio, televisi, film, VCD, percetakan dan lain-lain. Kata-kata yang diucapkan seorang da'i sangatlah terbatas oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, kepandaian untuk memilih media atau sarana yang tepat merupakan salah satu unsur keberhasilan dakwah.<sup>21</sup>

Dibawah ini dijelaskan mengenai karakteristik jenis-jenis media massa yang digunakan oleh Syekh Ali Jaber yaitu:

a. Televisi

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif. Media dakwah dengan televisi ini sangat banyak memperoleh kehebatan dibanding dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatannya antara lain televisi dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.

---

<sup>21</sup>Siti Uswatun Khasanah, "*Berdakwah Dengan Jalan Debat Antara Muslim Dan Non Muslim*", (Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press, 2007), P.36-37.

b. Radio

Radio sebagai media dakwah memiliki beberapa keutamaan salah satunya yaitu mudah dijangkau oleh masyarakat. Artinya audien/ pendengar cukup di rumah. Radio juga merupakan bagian dari budaya masyarakat. Pesawat mudah dibawa kemana-mana. Sedangkan kelemahannya yaitu siaran hanya sekali didengar (tidak dapat diulang), kecuali memang dari pusat pemancarnya. Dan juga terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis.

c. Surat Kabar dan Majalah

Surat kabar dan majalah merupakan media dakwah yang bersifat tulisan. Media ini memiliki keunggulan yang lain dibanding dengan media massa lainnya. Keunggulannya antara lain mudah dijangkau oleh masyarakat, karena harganya relatif murah dibanding dengan media massa yang lain. Selain daripada itu sesuai dengan sifat/karakteristik media massa itu dapat dijadikan publikasi yang beraneka ragam, misalnya dengan rubrik khusus mimbar agama, karikatur, artikel biasa yang bernafaskan dakwah dan sebagainya, yang khas ciri surat kabar dan majalah sebagai media dakwah adalah media



itu dapat dibaca berulang kali, sehingga dapat dipahami atau dihafal sampai mendetail.<sup>22</sup>

#### **D. Dasar Pendidikan, Sosial, Keagamaan dan Ekonomi**

##### **1. Pendidikan**

Definisi pendidikan dalam arti sempit yaitu, pendidikan sebagai bimbingan yang sadar oleh seseorang (pendidik) kepada orang lain (anak didik) agar ia menjadi orang yang lebih baik.

Dalam pengertian luas ialah pengembangan pribadi dalam semua aspeknya, dengan penjelasan bahwa yang dimaksud pengembangan pribadi ialah yang mencakup pendidikan oleh diri sendiri, pendidikan oleh lingkungan, dan pendidikan oleh orang lain (guru). Seluruh aspek mencakup jasmani, akal, dan hati. Sekarang jelaslah bahwa pendidikan adalah bimbingan yang diberikan kepada seseorang agar ia berkembang secara maksimal.<sup>23</sup>

##### **2. Sosial**

Sosial berkaitan yaitu dengan kehidupan masyarakat. Manusia pun disebut sebagai makhluk sosial karena tidak bisa hidup sendiri dan membutuhkan interaksi sosial dengan orang lain.

---

<sup>22</sup>Asmuni Syukir, "*Dasar-Dasar Strategi dakwah Islam*", (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), P.176-178.

<sup>23</sup>DR. Ahmad Tafsir, "*Ilmu Pendidikan Dalam Perspektif Islam*", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), P.26-27.

Ada beberapa ciri-ciri sosial dan unsur-unsur sosial yang menjadi karakteristik sosial itu sendiri. Berikut merupakan beberapa unsur-unsur sosial yaitu, kelompok sosial, kebudayaan, lembaga sosial, stratifikasi sosial dan kekuasaan dan kewenangan.<sup>24</sup>

### 3. Keagamaan

Agama merupakan bagian penting dalam kehidupan. Berkaitan dengan kepercayaan-kepercayaan, keyakinan-keyakinan terhadap Tuhan dan alam gaib. Tahap terakhir pergulatan manusia dengan agama ketika manusia berusaha mencari ukuran dan kriteria segala sesuatu termasuk didalamnya tentang Tuhan.

Tahap-tahap pergumulan manusia dengan kepercayaan-kepercayaan tentang Tuhan itu melalui usaha-usaha sesuai dengan tingkat kemampuan mereka memnunjukkan bahwa agama bagi manusia merupakan kebutuhan yang tidak bisa diabaikan sepanjang sejarahnya. Hal ini menunjukkan bahwa agama merupakan bagian yang inherent dalam diri manusia atau disebut juga fitrah manusia.<sup>25</sup>

### 4. Ekonomi

Ekonomi didefinisikan dengan pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan,

---

<sup>24</sup>Harus Pintar, *“Pengertian Sosial”*, <https://www.haruspintar.com/pengertian-sosial/> (diakses pada 6 Juli 2018).

<sup>25</sup>Drs. A. Toto Suryana Af. M.Pd., dan Drs. Cecep Alba, MA, *“Pendidikan Agama Islam”*, (Bandung: Tiga Mutiara, 1997), P.26.

mendistribusikan, dan mengonsumsinya. Ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produksi yang langka untuk di produksi dan di konsumsi.

Jadi ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia yang berhubungan dengan kebutuhan dan sumber daya yang terbatas.<sup>26</sup>

Dengan demikian, ekonomi merupakan suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan pengalokasian dengan sumber daya masyarakat (rumah tangga dan pembisnis/perusahaan) yang terbatas diantara berbagai anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>DR. Rozalinda, M.Ag, “*Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), P.2).

<sup>27</sup> Prof. Dr. Damsar, “*Sosiologi Ekonomi*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), P.17.