

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS “JAGA SESAMA” DI MASJID AR-ROCHMAN MANAHAN SOLO SEBAGAI BENTUK PENDIDIKAN MASYARAKAT MARJINAL

Oleh:

SETYA ADHY WICAKSANA dan JOKO SUTARSO

Setyaadhi@gmail.com dan jokosutarso1964@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Surakarta
ums.ac.id

Persoalan agama menjadi bagian dari persoalan yang begitu krusial bagi kehidupan masyarakat yang akan melahirkan beragam penilaian. Sebagian masyarakat memandang bahwa agama harus identik dengan kalangan yang latar belakangnya berkategori baik. Sementara sebagian lain berspekulasi bahwa agama dituntut harus bisa merangkul semua kalangan tanpa terkecuali dengan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam rangka menjaga kemurnian sebuah agama. Hal ini terkait erat dengan fenomena perubahan pola pemahaman keagamaan dan perilaku keberagamaan pemeluk agama (Islam). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah di Komunitas Dakwah Jaga Sesama terhadap kaum marjinal di Masjid Ar-Rachman Kelurahan Manahan, Kota Solo. Penelitian ini menerapkan teori Komunikasi Kelompok dan Teori Dakwah serta metode analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya menerapkan observasi partisipan lewat wawancara serta dalam penggunaan narasumber sendiri yakni Ketua Komunitas Jaga Sesama yang dahulunya juga merupakan bagian dari kaum marjinal itu sendiri lalu penggunaan teknik sampling yang diterapkan ialah *snowball sampling* yang kerap juga diistilahkan dengan *network sampling*. Validitas data yang dipakai ialah triangulasi sumber dan analisis datanya yaitu lewat model interaktif. Hasilnya membuktikan bahwa penggunaan komunikasi secara persuasif kepada kaum marjinal dapat menjadikan mereka lebih menerima materi dakwah tersebut dibandingkan penggunaan cara dakwah lain yang tidak semua segmentasi masyarakat belum tentu bisa memahaminya. Penelitian ini pun membuktikan bagaimana bila kita bisa bergaul dengan mereka secara persuasif dan menganggap mereka sebagai keluarga dalam penyampaian materi dakwah maka kaum marjinal yang biasa dianggap oleh masyarakat tidak pernah mengenal agama dan hidupnya serampangan malah bisa belajar agama lebih dari orang biasa yang hidupnya normal-normal saja. Prinsipnya penulis mengambil sikap di tengah (moderat). Artinya memakai kaca mata obyektif.

Kata Kunci: Dakwah, Komunikasi Kelompok, Marjinal, Agama Islam, Persuasif,

Abstract:

The issue of religion is one of the most crucial topics in society is one of the most crucial topics in society. While others consider related religions are demanded to embrace all groups without exception, with a number of things that must be discussed in a framework that entrusts the purity of religion This study aims at studying the *da'wah* communication strategy in the Community of Preachers Guard against the marginal in the Ar-Rachman Mosque of Manahan Village, Solo City. This study employed Group and *Da'wah* Theories as well as descriptive qualitative analysis methods with data collection techniques. Data collection utilized participatory observation using interviews and the source used was the Head of the Jaga Sesama Community. Snowball sampling (frequently called network sampling) was utilized as the sampling technique, and the validity of the data used is source triangulation. The data analysis applied consists of interactive models. This study proves on what if we can get along with them presumptively and consider them as families in the delivery of *da'wah* material. As a result, the marginal people who are usually questioned by the community have never known religion and are learning haphazardly can learn religion more than ordinary people who undertake normal course.

Keywords : Dakwah, Group Communication, Marginal, Islamic Religion, Presuasive

Latar Belakang Masalah

Komunikasi menjadi hal yang paling krusial dalam kehidupan manusia sejak Indonesia merdeka sampai saat ini.. Sebagai insan yang selalu membutuhkan orang lain dalam hidupnya, suatu interaksi antar sesama pastinya dibutuhkan, yakni mencakup proses komunikasi dimana hal ini berkenaan dengan kegiatan menyampaikan dan menerima pesan agar efektif. Perencanaan dan pengembangan pesan diperlukan agar pemeriksaan efektif.. Komunikasi sifatnya begitu esensial bagi suatu kelompok. Kelompok mengacu pada sejumlah orang yang memiliki persamaan tujuan dan mereka saling melakukan interaksi, saling mengenal, dan mempunyai pandangan bahwa mereka ialah bagian dari satu kelompok itu (Deddy Mulyana, 2005:18). Contoh kelompok ini yaitu keluarga, kelompok diskusi, kelompok penuntasan masalah, atau sebuah komite yang sedang menjalankan rapat agar suatu keputusan bisa ditetapkan. Komunikasi kelompok pun mencakup komunikasi antarpribadi. Oleh karenanya, sebagian besar teori komunikasi antarpribadi diperuntukkan pula bagi komunikasi kelompok, yakni komunikasi yang terjadi di antara sejumlah orang dalam sebuah kelompok kecil, contohnya dalam rapat, *meeting*, konversi, dll. (Anwar Arifin, 1984: 24). Komunikasi kelompok difungsikan sebagai interaksi secara berhadap-hadapan antara tiga orang atau lebih dengan tujuan yang sudah mereka ketahui. Contohnya yaitu pembagian informasi, penjagaan diri, penanggulangan masalah, di mana tiap anggotanya bisa mengingat ciri personal

anggota lainnya tanpa kekeliruan. Kedua pengertian komunikasi kelompok ini memiliki persamaan, di antaranya yaitu didapatinya komunikasi secara berhadapan-hadapan, partisipan komunikasi jumlahnya melebihi dua orang, dan mencakup penyusunan suatu rencana kerja agar tujuan kelompok bisa direalisasikan (Michael Burgoon) (Wiryanto, 2005: 52).

Kelompok mencakup suatu pola komunikasi yang menjadi penunjang komunikasi dalam kelompok itu. Pola ini di antaranya yaitu pola komunikasi dua arah dan multi arah. Pola komunikasi dua arah ialah pola komunikasi komunikator dan komunikan yang bertukar tugas dalam menjalankan fungsi mereka. Pada fase pertama, komunikator sebagai komunikan, sementara di fase kedua, ia berganti fungsi. Sementara itu, pola komunikasi multi arah ialah komunikasi yang ada pada satu kelompok yang lebih luas di mana didapati pertukaran pemikiran secara dialogis antara komunikator dan komunikan. Komunikasi kelompok terbagi menjadi dua. Berikut penjabarannya.

Sebuah komunikasi dipandang kelompok kecil jika situasinya bisa beralih menjadi komunikasi antar persona dengan tiap komunikan. Pada komunikasi kelompok kecil, pesan ditunjukkan komunikator kepada benak komunikan. Contohnya yaitu kuliah, diskusi, seminar, dan rapat. Prosesnya terjadi secara dialogis dan sirkuler; komunikan pada kelompok kecil ini sifatnya homogen.

Suatu situasi dipandang sebagai komunikasi kelompok besar bilamana didapati kesukaran dalam berkomunikasi antar persona. Peluang terjadinya konversasi di sini tergolong sedikit, sebagaimana komunikasi kelompok kecil. Pada keadaan ini, pesan yang komunikan terima dari komunikator sifatnya emosional, terlebih lagi bilamana komunikan sifatnya variatif perihal jenis pekerjaannya, tingkat pendidikannya, usianya, dan pengalaman yang dipunya. Pesan yang komunikator sampaikan di sini diperuntukkan kepada hati atau perasaan, contohnya kegiatan rapat raksasa. Komunikan di sini sifatnya heterogen.

Di dalam melakukan komunikasi tak hanya membutuhkan komunikan sebagai penerima pesan tetapi juga membutuhkan komunikator, Changara (1998) mengemukakan, komunikator ialah sejumlah pihak yang melakukan penyampaian pesan kepada seseorang ataupun khalayak. Selain itu, fungsi komunikator sendiri dalam suatu komunikasi ialah sebagai pihak yang berinisiatif mengawali pembicaraan. Untuk menjadi komunikator yang efektif. Dalam bukunya berjudul *Interpersonal Communication and Human Relationships* (2000), Mark L Knapp dan Anita L. Vangelisti beralasan Jika komunikator mempunyai basis pengetahuan. Pengetahuan terbagi pada pengetahuan isi (*content knowledge*). Pengetahuan ini bisa didapat dari buku-buku, dosen dan pengalaman lainnya. Lalu, pengetahuan prosedural (*procedural knowledge*) yang sangat berguna menentukan bagaimana menjadi komunikator yang efektif. Dalam banyak interaksi manusia dengan lainnya, basis pendidikan yang intensif dan ekstensif membantu kita dalam membangun pengetahuan mengenai perilaku orang-orang, lingkungan sekitar, perilaku kelompok, norma budaya, sejarah dan seni. Dalam hubungan yang lebih dekat, kita mesti lebih dalam lagi mengetahui mengenai lawan hubungan kita, bagaimana respons

terhadap situasi tertentu, asumsi mereka tentang hubungan, sejarah keluarga mereka dan lain-lainnya. Tanpa keintiman ini, pengetahuan individual, maka kita sebenarnya belum memiliki hubungan yang lebih intim. Tapi, dengan kemampuan ini, kita mempunyai kemampuan lebih untuk memberi respon dan beradaptasi dengan keseharian partner kita dalam hubungan yang lebih dekat.

KBBI memaknai masyarakat sebagai beberapa orang dalam suatu kelompok yang memunculkan perikehidupan yang mempunyai budaya. Sementara masyarakat kota ialah masyarakat yang tinggalnya di area yang berdekatan dengan pusat pemerintahan dan mencakup keberagaman suku dan mayoritasnya ialah pendatang.

Weber (1993:18) mengemukakan bahwa sebuah tempat dianggap sebagai kota jika penghuni lokalnya bisa melakukan pemenuhan kebutuhannya di pasar lokal. Oleh karenanya, kota dicirikan oleh terdapatnya pasar dan sistem hukum dan lainnya yang sifatnya kosmopolitan. Dengan kata lain pasar adalah infrastruktur yang penting munculnya masyarakat perkotaan.

Ada sejumlah ciri yang tampak pada masyarakat kota, di antaranya: a. Kehidupan religiusnya mengalami penurunan. Adakalanya mereka tidak memikirkannya sebab tendensi kehidupannya bersifat duniawi. b. Penduduk kota lazimnya bisa mengurus diri mereka tanpa menggantungkan pada orang lain. c. Pembagian kerja antarwarga kota pun lebih memiliki ketegasan dan limitasinya juga real. d. Warga kota berpeluang besar dalam mendapat pekerjaan. e. kehidupan yang pesat di perkotaan memicu betapa krusialnya faktor waktu yang akhirnya kecermatan dalam membagi waktu sifatnya begitu krusial agar kebutuhan individu bisa terkejar. f. Sejumlah perubahan terlihat konkret di perkotaan dikarenakan keterbukaannya dalam menerima pengaruh dari luar.

Ciri-ciri masyarakat kota dipaparkan sebagai berikut. a. **Individual**, Warga kota lazimnya mempunyai sifat individual. Tendensinya yaitu mereka sebatas mengurus urusan mereka sendiri dan tidak ingin mengintervensi urusan orang lain. Pergaulan di antara mereka pun hanya terbatas pada kelompoknya sendiri. b. **Heterogen**. Penduduk kota mempunyai keberagaman suku yang berhimpun dengan tujuan yang variatif, yakni contohnya untuk bekerja, kuliah, mengikuti kerabat, dsb. Keberagaman ini menjadikan masyarakatnya tampak unik sebab barangkali didapati pelbagai suku, contohnya Bugis, Makassar, Mandar, Jawa, dll., termasuk didapatinya banyak tataran, contohnya tingkat pendidikan, kedudukan sosial, agama, dan karakter. c. **Daya saing tinggi**, Lazimnya, individu melakukan urbanisasi, yakni berpindahnya warga desa secara berduyun-duyun menuju kota agar taraf hidupnya dinaikkan. Oleh karenanya, tingkat rivalitas di perkotaan makin kompetitif, tidak peduli apa pun bidang yang mereka geluti. Terlebih lagi, ada sejumlah orang yang adakalanya menjalankan segala cara, entah halal atau tidak, agar suatu rivalitas bisa ia menangkan. d. **Materialistik**. Mayoritas warga kota berkategori materialistik. Hal ini terpengaruhi oleh tingginya tingkat rivalitas dan intensi dalam meraih sesuatu yang mereka ekspektasikan, serta dibutuhkannya dedikasi yang tinggi

agar apa yang diinginkan bisa terealisasi. e. **Profesi beragam**, Di perkotaan, didapati profesi yang variatif dan pastinya senada dengan kompetensi yang individu miliki, contohnya karyawan, PNS, buruh, dll. Sedari dulu hingga kini, masih didapati masyarakat marjinal. Contohnya yaitu tunawisma dan anak jalanan. Mereka akan selalu ada di jalanan selagi mereka tidak mengerahkan segenap upayanya agar bisa membuat dirinya beralih menjadi sosok yang hidupnya sejahtera. Hal yang menstimulus keberadaan mereka sebagai lambang masyarakat marjinal di antaranya ialah paham teologi yang mereka anut dan sifatnya Jabbariyyah, yakni mereka berpandangan bahwa presensi mereka ialah suatu takdir yang Tuhan berikan, atau suatu kepercayaan bahwa hadirnya mereka ialah warisan dari orang tuanya yang statusnya pun sebagai masyarakat marjinal. *Mindset* ini seyogianya dibetulkan.

Dewasa ini, banyak kalangan yang membutuhkan kebutuhan rohani, termasuk kaum marjinal yang asalnya dari masyarakat kota. Marjinal asalnya dari bahasa Inggris yakni "*marginal*" yang maknanya ialah jumlah atau pengaruh yang begitu sedikit. Singkatnya, marjinal ialah sebuah kelompok yang anggotanya terbilang sedikit, atau dimaknai pula sebagai kelompok prasejahtera. Marjinal pun identik dengan kaum yang dipinggirkan.

1.1 Kriteria dan Indikator Marjinal

Sejatinya, tidak didapati pengertian khusus dari kelompok marginal, namun masih didapati sejumlah kriteria atau barometer yang bisa memberi kejelasannya. (Ahmad Asmuni, 2017:8) menyebutkan kriteria tersebut yang didasarkan pada subjeknya, di antaranya dijabarkan berikut.

- a. **Secara Sosiologis:** Yang berkategori kelompok marginal di antaranya ialah buruh, seorang/warga yang tidak diperlakukan secara adil (diskriminasi) hanya dikarenakan masalah gender, atau mereka yang tertimpa dampak dari peminggiran sosial, atau juga mereka yang HAM-nya dilanggar.
- b. **Secara Infrastruktur :** Ada banyak dari individu ataupun kelompok yang asalnya dari mana-mana dengan keberagaman budaya. Mereka akan dikategorikan dalam kelompok marginal jika mereka berhimpun di suatu tempat, lalu mereka mendapati kendala dalam mengakses air bersih, jarak transportasi yang sukar dijangkau, sulitnya akses bank dan komunikasi, termasuk sulitnya mendapat sumber energi. Mereka lazimnya terisolasi dari masyarakat pada umumnya.
- c. **Secara Kesehatan:** Kelompok marginal pun bisa mengacu pada mereka yang mempunyai harapan hidup yang tipis, tingkat mortalitasnya pada bayi berkategori tinggi, dan menderita malnutrisi.
- d. **Secara Pendidikan:** Suatu kelompok masyarakat yang tingkat buta aksaranya berkategori tinggi dan tidak mengenyam bangku sekolah menjadi sebutan bagi kelompok marginal. Kaum marginal ialah mereka yang kelas sosialnya tergolong rendah dan dipinggirkan. Contohnya yaitu pengemis, pemulung, buruh, petani, dan mereka yang penghasilannya tidak mencukupi untuk kesehariannya.

- e. Secara Politik:** Individu atau kelompok masyarakat yang tekendala atau tidak diberi peluang untuk andil dalam pemilu berkategori kelompok marginal secara politik, termasuk mereka yang tidak mendapat rasa nyaman dan kerap diberi ancaman perihal konflik keamanan dan kekerasan. Di konteks ini, pastinya ada penanggulangan yang tidak sama. Contohnya: andil dalam pemilu, indeks korupsi, status keamanan, kriminal atau kekerasan.
- f. Secara Ekonomi:** Kelompok marginal pun merujuk pada suatu kelompok masyarakat ataupun individu yang pendapatan perkapitanya berkategori rendah, yang akhirnya ia dikategorikan "miskin". Dalam hal ini, limitasi terbawah pada pendapatan perkapita sifatnya variatif antara yang lazimnya pemerintah tetapkan ataupun lembaga internasional. Tunakarya pun berkategori kelompok marginal. Contohnya: rendahnya pendapatan domestik perkapita, tingginya tingkat pengangguran, dsb.
- g. Secara Ekologis:** Kelompok marginal di sini mengacu pada golongan masyarakat yang SDA-nya mengalami kerusakan, dieksploitasi, yang akhirnya mereka tidak bisa mengambil kemanfaatannya lagi bagi penunjang kehidupannya. Contoh: pencemaran lingkungan, rusaknya SDA yang tidak bisa dipulihkan lagi.
- h. Secara Indeks Pembangunan:** Yang berkategori kelompok marginal yaitu kelompok masyarakat yang pembangunannya rendah, yakni mencakup rendahnya pertumbuhan ekonomi, tidak meratanya dan timpangnya pemerataan ekonomi, rendahnya harapan hidup dan melek huruf, termasuk nihilnya kesetaraan gender di ruang publik. Contoh: indeks pembangunan manusia, indeks pembangunan yang ada keterkaitannya dengan gender, dan indeks kemiskinan manusia. Robert Chamber (1987) memaparkan, masyarakat marjinal sendiri ialah apa yang diistilahkan dengan *deprivation trap* (perangkap kemiskinan) yang rinciannya mencakup lima kategori berikut; Kemiskinan itu sendiri, kelemahan fisik, keterasingan (kadar isolasi), kerentanan, dan ketidakberdayaan

1.2 Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah ialah seluruh wujud komunikasi yang isinya yaitu pesan imbauan atau seruan untuk menuju jalan Tuhan atau seruan agar berkenan untuk menjalankan kebaikan dan menjauhi hal-hal yang mendosakan (Asep Syamsul M. Romli, 2013:6). Menurut literatur Islam, komunikasi dakwah diinterpretasi sebagai seruan bagi tiap insan agar mereka menuju ke jalan Tuhan. Sebuah ayat dalam Al-quran menyebutkan, "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*" (QS. An-Nahl:125). Secara harfiah dakwah dapat diartikan panggilan maupun undangan, dakwah mengacu pada giatan yang bertujuan dalam memperkuat dan memperdalam iman umat islam dan membantu dalam kehidupan sehari - hari mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam

(Meuleman.J, 236:279). Komunikasi dakwah tersusun atas dua kata, yakni komunikasi dan dakwah. Komunikasi ialah pengungkapan pesan. Sementara dakwah ialah seruan menuju jalan Tuhan. Komunikasi dakwah bisa dimaknai sebagai proses dalam kegiatan menyampaikan informasi perihal Islam agar komunikan (objek dakwah, *mad'u*) bisa terpengaruh, yakni memunculkan keimanan, mendapat ilmu, melakukan pengamalan, penyebaran, dan pembelaan kebenaran perihal apa yang Islam ajarkan. Komunikasi dakwah pun bisa diinterpretasi sebagai komunikasi yang ada keterlibatannya dengan pesan dakwah termasuk aktor dakwah ataupun yang berkenaan dengan ajaran Islam, serta penerapannya dalam kehidupan.

Lazimnya, tujuan komunikasi yaitu mengekspektasikan keikutsertaan komunikan atas gagasan atau pesan yang komunikator sampaikan yang akhirnya muncullah perubahan perilaku yang diekspektasikan. Sementara itu, tujuan komunikasi dakwah ialah mengekspektasikan munculnya perubahan sikap yang selaras dengan apa yang Islam ajarkan.

Harold D. Lasswell pernah mengemukakan sebuah pertanyaan perihal pemenuhan komunikasi lewat kata-kata bersayab, yaitu, "*Who says what to whom in what channel with what effect.*". Bila pertanyaan di atas bisa terjawab, maka komunikasi pun bisa terjawab. Berikut dipaparkan kriteria komunikasi dakwah.

- a) *Who* : tiap pribadi muslim manusia pada umumnya (pada penelitian ini mengacu pada komunitas dakwah Jaga Sesama)
- b) *Says what* : isinya perihal kebaikan, kebenaran, dan jalan dakwah.
- c) *In what Channel* : mengaplikasikan media atau saluran dakwah apa pun yang dianggap sah secara hukum. Pada penelitian ini, media yang diaplikasikan Komunitas Dakwah Jaga Sesama.
- d) *With what Effect* : munculnya perubahan dalam pengetahuan pemahaman dan sikap, atau tindakan (amal shaleh) yang selaras dengan pesan yang tersampaikan dalam komunikasi.

Pendeknya, unsur-unsur dan proses komunikasi dakwah hampir sejajar dengan unsur dan proses komunikasi secara umum.

Bila diambil suatu analogi dengan definisi dasar komunikasi politik, yakni komunikasi yang isinya pesan atau pembicaraan perihal politik (Dan Nimmo, 1989), maka komunikasi dakwah bisa ditafsirkan sebagai komunikasi yang memuat pesan Islam perihal keislaman.

Selaras dengan definisi "retorika dakwah" yang diutarakan Yusuf Al-Qaradhawi (2004), yakni membicarakan perihal ajaran Islam, maka Al-Qaradhawi mengemukakan sejumlah prinsip retorika Islam di antaranya:

- a. Dakwah Islam menjadi hal wajib bagi tiap muslim;
- b. Dakwah Rabbaniyah ke jalan Allah;
- c. Menyerukan tiap-tiap insan lewat cara hikmah dan pelajaran yang bermakna;
- d. Hikmah berbicara kepada seseorang disesuaikan dengan bahasannya, mempunyai keramahan, memberi atensi pada tataran pekerjaan dan status, termasuk gerakan berjenjang.

Berlangsungnya proses komunikasi dakwah ialah sama halnya dengan proses komunikasi secara umum, yakni diawali dari komunikator (da'i) s.d. respons komunikan (objek dakwah). Kegiatan dakwah diawali dari adanya komunikator. Menurut pandangan Islam, muslim ialah komunikator dakwah sebab dakwah menjadi hal wajib bagi individu. Menurut pandangan komunikasi, dakwah berkategori komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang memersuasi, mengimbau, atau memengaruhi yang searti dengan interpretasi dasar dakwah, yaitu melakukan ajakan dan seruan. Komunikasi persuasif ialah perilaku komunikasi yang ditujukan agar bisa memunculkan perubahan dan respons dari penerimanya (R. Bostrom).

Sementara "dakwah" ialah istilah keagamaan yang sudah populer, khususnya bagi umat muslim di Indonesia. Bila ditinjau dari segi bahasa Arab, "dakwah" atau "yud'u" maknanya ialah panggilan, ajakan, maupun seruan untuk kembali pada kebenaran Islam. Senada dengan komunikasi dalam hal terkait kepercayaan juga memiliki komunikasi dakwah yang secara umum memang tafsirannya sepadan dengan komunikasi kelompok pada umumnya, namun perbedaannya ialah dalam komunikasi dakwah lebih condong pada penyiaran agama.

Kendati ada sejumlah penafsiran dakwah yang penyampaianya variatif, setidaknya didapati 3 unsur inti yang menjadi tumpuan makna dakwah, di antaranya yaitu proses penyampaian (syiar) agama Islam dari individu kepada orang lain. Contohnya yaitu seruan untuk menjalankan kebaikan dan menjauhkan diri dari hal-hal mungkar. Upaya ini dilaksanakan dengan kesadaran yang tujuannya ialah mencetak individu yang punya ketaatan dan melakukan amalan seoptimal mungkin sesuai apa yang Islam ajarkan. Pada tulisan ini, komunikasi dakwah mengacu pada bagaimana penulis mempelajari pola komunikasi dalam menyampaikan dakwah pada kaum marjinal yang tergabung dalam komunitas jaga sesama. Penulis ingin memahami bagaimana pola ajakan yang diimplentasikan agar mereka berkenan mengaji dan bagaimana mereka mengajari kaum marjinal yang biasanya hidup bebas tanpa aturan di lingkungan kaum agamis. Ada suatu teori komunikasi kelompok yang dikemukakan Homans (Golberg dan Larson :2006) di mana disebutkan 3 unsur dalam struktur kelompok kecil. Berikut penjabarannya.

- 1) Kegiatan, yakni mencakup tindakan yang anggota kelompok lakukan dan ada keterkaitannya dengan tugas yang diemban, serta hal ini akan memunculkan interaksi.
- 2) Interaksi, yakni mereka yang menunjukkan pergantungan satu sama lain dan saling memberi respons dalam berperilaku. Kendati aspek komunikasi tidak tercakup pada unsur ini, namun kebanyakan interaksinya mencakup komunikasi antar pribadi.
- 3) Perasaan di sini sama halnya dengan konsep Heider perihal "suka dan

tidak suka" yang cakupannya ialah perasaan negatif dan positif yang anggota kelompok rasakan terhadap anggota lainnya. Unsur perasaan ialah suatu hal yang memunculkan ketertarikan sebagaimana konsep Heider, dan hal ini bisa disangkutkan dengan komunikasi intra-pribadi.

Interpretasinya, cakupan ini merujuk pada cara yang anggota kelompok lakukan dalam melakukan komunikasi dengan dirinya sendiri perihal anggota kelompok lainnya. Unsur interaksi lebih mempunyai keterkaitan langsung dengan kepentingan ahli komunikasi kelompok sebab Homans mengedepankan makna interaksi komunikasi antar pribadi. Oleh karenanya, dua unsur yang dipaparkan Homans setidaknya memberi atensi pada proses komunikasi kelompok. Teori Homans telah menjanjikan kepada para peneliti komunikasi kelompok. Sejumlah hipotesis bisa diuji dan ada keterkaitannya dengan hal-hal seperti pengaruh interaksi terhadap perasaan serta telah mendukung lebih lanjut perbedaan (yang kerap dilakukan para sarjana dan pengajar komunikasi) antara tugas komunikasi (sistem eksternal) dengan proses komunikasi (sistem internal).

Sementara komunikasi kelompok sendiri ialah sebuah bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak mengedepankan atensinya pada proses kelompok secara umum, namun pada perilaku individu dalam diskusi pelbagai aspek tingkah laku kelompok. Oleh karenanya, komunikasi kelompok sekadar memprioritaskan proses komunikasi kelompok kecil. Michael Burgoon memaknai komunikasi kelompok sebagai interaksi secara berhadapan-hadapan antara 3 orang atau lebih yang tujuannya sudah diketahui. Contohnya yaitu perihal informasi ilmu, pen jagaan diri, penuntasan masalah, di mana para anggotanya bisa mengingat ciri personal anggotanya secara akurat. Pada kelompok sendiri pun tidak didapati kejelasan susunan secara resmi. Mayoritas komunitas dakwah anak muda pada saat ini diisi dengan orang-orang alim dan rekat dengan ketentuan Islami. Di samping itu, sejumlah komunitas menjadikan salah seorang ustad sebagai guru utama dalam penyebarluasan dakwah Islamnya.

Kersten, C. (2009) menjelaskan setelah berada di bawah rezim Orde Baru selama 32 tahun lamanya, Kejadian reformasi 1998 menjadi suatu titik balik dimana sebelumnya beberapa wacana dikekang termasuk dalam dunia Islam. Polarisasi berbagai kelompok aktivis muslim mulai berani kembali tumbuh dan terlihat. Kelompok aktivis muslim pun mulai tumbuh diberbagai kota di Indonesia tak terkecuali juga di kota Surakarta seperti Komunitas anak muda muslim yang berada di Kota Bengawan ini yang didominasi anak muda *mbeling* yang memiliki riwayat kehidupan yang kelam seperti kalangan mantan preman, anak punk, mantan pengguna narkoba, seniman, olahragawan, pekerja dan masyarakat luas yang ingin belajar mengaji .

Kendati demikian, mereka tetap mengedepankan amalan Islam

sebagai tiang ketakwaan pada dirinya. Komunitas yang terbentuk sejak 26 Januari 2016 tersebut sebelumnya juga sudah mengadakan pengajian, namun resmi terbentuk pada tanggal tersebut. Nama itu muncul karena pertama kali melakukan pengajian pada Selasa malam sehingga kepanjangannya ialah Belajar Ngaji Selasa Malam (Jaga Sesama) dan jumlah anggotanya sekitar 200 orang. Kelompok Jaga Sesama menjadi penampung bagi para anak muda yang mempunyai intensi untuk hijrah dan mendekatkan dirinya pada Allah SWT. Kegiatan yang secara kontinu dijalankan ialah mengkaji sejumlah tema yang mengesankan tiap minggunya (3 kali per pekan). Mereka pun mengkreasikan poster-poster yang pastinya desainnya unik yang kerap mereka unggah di Instagram yang akhirnya memunculkan rasa penasaran bagi yang melihatnya. Komunitas Jaga Sesama juga sudah menciptakan sejumlah cabang dakwah di bidang lain. Komunikasi secara persisten mengalami perputaran dalam organisasi ini agar nilai-nilai religius bisa dikembangkan dan memberi kemanfaatan nah tiap-tiap anggotanya. Nilai religius menjadi nilai kerohanian tertinggi, sifatnya absolut dan langgeng, serta sumbernya ialah pada keyakinan pada diri insan. Nilai religius ini mengacu pada sejumlah ajaran Islam yang tertera di Al-quran yang fungsinya yaitu sebagai pedoman, termasuk hadis-hadis Nabi Muhammad SAW yang tertanam dan tersalurkan di kehidupan sehari-hari. Di samping itu, nilai-nilai sosial mereka pun dikembangkan sehingga perspektif mereka perihal lingkungan sekitar bisa diubah. Mereka pun sudah mengembangkan cabang, contohnya pada komunitas kendaraan bermotor dan lainnya. Terlebih lagi, mereka menjalankan promosi lewat cara yang milenial, contohnya lewat pembuatan pamflet yang disebarluaskan di media sosial. Harper W. Boyd, JR (2000:25) memaknai promosi sebagai upaya dalam memersuasi orang agar memunculkan minat mereka pada produk, konsepsi, dan ide yang ditawarkan. Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana proses pola komunikasi dakwah di Komunitas Pengajian Jaga Sesama di Masjid Ar-Rochman Manahan Solo dan meneliti bagaimana pola komunikasi di kelompok tersebut kepada santri dan santriwatinya yang rata rata berasal dari kaum marjinal.

1. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengaplikasikan metode deskriptif kualitatif yang ditujukan untuk memberi penggambaran hasil penelitian secara mendalam dan objektif sebagaimana kondisi yang sesungguhnya ada di lapangan. Penelitian ini pun berjenis deskripsi (dijabarkan dalam kata atau kalimat) yang penyusunannya secara terstruktur. Prof. Burhan Bungin (dalam Ibrahim 2015) mengemukakan, pendekatan kualitatif ialah proses kerja riset yang mempunyai limitasi pada target yang diteliti, tetapi tidak ada limitasi pada kedalaman datanya. Makin bermutu datanya, maka makin bermutu juga hasil penelitiannya. Teknik

pengumpulan data yang diterapkan ialah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara menurut Denzin dan Lincoln (dalam Ibrahim, 2015) ialah seni bertanya dan mendengar dalam konversasi yang bukan berkategori perangkat netral dalam memunculkan realitas. Secara singkatnya, wawancara ialah perangkat yang ditujukan agar pemahaman situasional bisa dimunculkan.

Menurut Kaelan (dalam Ibrahim, 2015), observasi ialah pengamatan secara cermat yang menjadi kunci esensial dalam menghimpun data penelitian. Sementara dokumentasi ialah teknik pengumpulan data lewat analisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau yang asalnya dari luar yang bisa berupa catatan, koran, transkrip, notulen ataupun majalah (Ibrahim, 2015) samplingnya mengaplikasikan *snowball sampling* yang kerap diistilahkan dengan *network sampling*. Teknik sampling ini mengambil informasi dari satu jaringan ke jaringan lainnya yang masih ada keterkaitannya bila dikira masih dibutuhkan tambahan informasi. Lebih mudahnya yaitu dianalogikan sebagai bola salju di mana informasi yang didapatkan bisa semakin banyak seiring dengan jumlah narasumber yang juga bertambah.

Narasumber yang digunakan ialah Pendiri komunitas dakwah Jaga Sesama karena beliau satu – satunya orang lebih mengetahui secara keseluruhan sistem pengorganisasian di komunitas Jaga Sesama dari awal berdiri hingga sekarang. Validitas data yang dipakai adalah triangulasi sumber dimana menurut Cresswell (dalam Zamili, 2018) digunakan untuk membangun data dari sumber-sumber terkait. Di triangulasi sumber ini berusaha menghadirkan tema dari sumber-sumber data yang ada atau sudut pandang dari partisipan untuk menambahkan fakta dan memperkuat validitas riset. Namun tidak semua fakta adalah data maka dari itu hal tersebut perlu diseleksi untuk mengurangi kesalahan yang ada dan agar membuat kumpulan data tersebut lebih masuk akal. Triangulasi ini diterapkan untuk menghindari bias data yang mungkin bisa terjadi. Analisis data dengan model interaktif yaitu teknik analisis data yang kerap dikaitkan dengan konsep milik Miles dan Hobberman (dalam Ibrahim 2015) yang terdiri dari tiga komponen, pertama reduksi data yaitu hasil telaah dari data yang telah dikumpulkan. Kedua penyajian data yaitu bagaimana kita menampilkan hasil data yang telah kita reduksi. Yang terakhir adalah verifikasi data dan penarikan kesimpulan, di sini kita memastikan kebenaran data-data yang telah kita dapatkan kemudian menarik kesimpulan dari data tersebut.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi dakwah adalah cara yang tepat dalam melakukan pendekatan dalam membuat kaum marginal kembali menuju jalan yang benar melalui cara agamis. Pendekatan melalui cara-cara persuasif tanpa melalui kekerasan ialah jalan yang dibutuhkan ketika menghadapi kaum marginal yang terbiasa menjalani kehidupan yang keras. Berikut ialah hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai bagaimana strategi dakwah di Komunitas Jaga Sesama di Masjid Ar-Rachman Manahan Solo sehingga mampu membina kaum marginal yang ingin menuju ke jalan taubat.

3.1 Perekrutan

Perekrutan ialah proses untuk menarik sejumlah orang pada waktu yang tepat, jumlahnya mencukupi, dan syaratnya memadai, yang ditujukan untuk pengisian suatu organisasi (R.Wayne Mondy, 2008:132). Perekrutan sendiri ialah cara yang dilakukan sebuah organisasi untuk tetap bertahan dan memiliki regenerasi untuk menjalankan organisasi di roda kepemimpinan di tahun tahun kedepan, berbagai jenis perekrutan dilakukan oleh organisasi demi menarik masa yang mempunyai minat dan visi sejalan dengan organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pendiri Komunitas Jaga Sesama, yakni Dimas Rahmad Darmawan, di dapati bahwa Komunitas Jaga sesama menerapkan dua jenis cara untuk melakukan rekrutmen. Ia mengungkapkan:

"Yang kita lakukan dari awal hingga kini selain memasang pamflet di Instagram untuk mengajak mereka mengaji kami juga menggunakan cara kekeluargaan, contohnya karena anggota kita kebanyakan anak muda maka kami melakukan dengan cara nongkrong bersama seperti ketika ada teman atau ada teman dari teman kita kesepian maupun butuh curhat kita hubungi kita ajak nongkrong di angkringan maupun tempat lain yang sekiranya enak untuk dibuat kumpul bersama sharing pengalaman hidup dan temukan pemecahan masalah bersama. Dan tak lupa kita selalu membantu jika mereka membutuhkan bantuan dari kita."

Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa dua cara tersebut yakni memasang pamflet di media sosial Instagram serta melakukan pendekatan secara kekeluargaan di antara orang sekitar anggota yang telah bergabung, Cara-cara persuasif agamis ala milenial tersebutlah yang dapat meluluhkan hati kaum marginal untuk turut bergabung secara sukarela di Komunitas Jaga Sesama. Karena sesuai pernyataan diatas inti yang dapat diambil dalam hubungan yang lebih dekat, kita mesti lebih dalam lagi mengetahui mengenai lawan hubungan kita, bagaimana respons terhadap situasi tertentu, asumsi mereka tentang hubungan, sejarah keluarga mereka dan lain-lainnya

3.2 Seleksi Komunikator

Pemilihan komunikator dalam berdakwah seperti ustad maupun kyai adalah hal yang sangat vital, Adalah seperti yang diungkapkan oleh Abdullah Muhammad Zein (1995:8-10) menganggap bahwa dalam menjalankan dakwah haruslah berkualitas *ulul albab* dan media yang digunakan haruslah perlu disepadukan karena apa yang disampaikan bisa berdampak sangat besar kepada para pendengarnya. Apalagi jika para pendengar dari ceramah tersebut ialah orang yang memiliki ilmu agama yang minim, mualaf, maupun orang yang baru berusaha bertaubat. Untuk menjadi komunikator yang tepat. Dalam bukunya berjudul *Interpersonal Communication and Human Relationships* (2000), Mark L

Knapp dan Anita L. Vangelisti beralasan Jika seorang yang menjadi komunikator harus mempunyai basis pengetahuan. Pengetahuan tersebut terbagi pada pengetahuan isi (*content knowledge*). Pengetahuan ini bisa didapat dari buku-buku, dosen dan pengalaman lainnya. Lalu, pengetahuan prosedural (*procedural knowledge*) yang sangat berguna menentukan bagaimana menjadi komunikator yang efektif. Di Komunitas Jaga Sesama pun, Pengurus disana melakukan hal serupa yakni memilih komunikator yang tepat. Hal tersebut diungkapkan didalam wawancara.

"Untuk pemilihan pemateri sendiri, diawal kami mengundang ustad terlebih dahulu kemudian kami mulai memberanikan diri mengundang habib serta guru guru besar yang memahami persoalan agama, kami bisa mengundang mereka berkat relasi dari teman teman sekitar, semisal si A dulu ialah murid dari salah satu guru jadi kami mendapatkan materi dari bermacam-macam tak hanya dari satu guru. Seperti kemaren alhamdulillah Kajian Fikih sudah mulai berjalan, awalnya kami risau karena dari jamaah bingung jika jaga sesama hanya menjadi wadah pengajian saja tidak ada pembahasan terkait hal lain seperti ilmu yang ada kurang meskipun kawan kawan sebetulnya sudah cukup memiliki banyak ilmu, namun tetap kita bingung seperti pembenaran bacaan, hadist, fikih, dari kebingungan yang kami rasakan kemudian Allah datangkan Habib ali bin alwi asef, beliau didatangkan oleh Allah melalui relasi kita dan Alhamdulillah kita juga dengan ini ketambahan kelas baru yang telah saya singgung yang sedang berjalan yakni Fikih yang diadakan setiap hari Rabu."

Dari Hasil wawancara yang diungkapkan terbukti bahwa hasil dari pemilihan komunikator / guru yang pas dapat menyebarkan ilmu berbagai prespektif sudut aliran, jadi tidak hanya dari satu aliran saja. Selain itu dengan didatangkan nya komunikator yang pas dapat membuka kelas pembelajaran baru seperti kelas ilmu Fiqih yang sebelumnya belum ada kini diadakan setiap hari Rabu.

3.3 Cara mengorgansir dan mengorganisasi kegiatan dakwah

Perorganisasian dalam sebuah organisasi menjadi hal absolut dan krusial dalam mengimplementasikan roda organisasi. Lubis dan Husein (1987) dalam teori tersebut Lubis memaknai organisasi sebagai ilmu pengetahuan yang berkiprah tentang langkah kerja sama antara dua orang atau lebih secara terstruktur agar tujuan yang sudah ditetapkan bisa direalisasikan. Lazimnya, para teroretis klasik mengilustrasikan organisasi sebagai tempat yang begitu tersentralisasi dan tugas-tugasnya pun spesifik, serta memberi petunjuk mekanistik struktural yang kaku dan tidak memuat hal-hal yang sifatnya kreatif. Tetapi, sebagaimana pada hakikatnya di mana asas kekeluargaan menjadi anutannya, komunitas Jaga Sesama pun menjalankan musyawarah dalam pembuatan keputusan. Tak hanya kepada para pengurus namun juga pada anggota, seperti yang disampaikan dalam wawancara.

"Kami memiliki jadwal pengajian yakni pada hari Senin, Rabu, serta

Jumat malam. Pertama seperti pada umumnya suatu organisasi untuk manajemen organisasi kita memiliki grup whatsapp yang memiliki sekitar anggota aktif 20-30 + Jamaah Putri namun jika di grup secara total memiliki anggota lebih dari 100 anggota, jika ada info kami akan mengshare informasi tersebut ke grup Jaga Sesama, sebelum ada kegiatan kami pun membuka usulan dari para jamaah kemudian usulan tersebut kami musyawarahkan, jadi ada kegiatan apa kami musyawarahkan ke dalam grup kami tawarkan dan pertimbangkan dengan tak lupa menerima usulan, kritik serta masukan yang ada."

Kutipan wawancara tersebut mengindikasikan musyawarah adalah jalan utama yang digunakan untuk pengambilan suatu keputusan di komunitas dakwah tersebut. Hal-hal sekecil itu bisa memberikan dampak besar membuat para anggota merasa bahwa suara mereka yang rata-rata berasal dari kaum marginal yang dimasyarakat terkadang tidak dihargai dan dikesampingkan namun justru di Komunitas Jaga Sesama dihargai dan diperlakukan layaknya saudara dianggap penting dalam pengambilan suatu keputusan. Hal tersebut yang membuat anggota menjadi loyal.

3.4 Strategi dakwah yang diterapkan

Dakwah sendiri sejatinya ialah seluruh bentuk komunikasi yang isinya perihal seruan untuk menuju ke jalan Tuhan atau menjalankan kebaikan dan menghindari hal-hal yang mendosakan (Asep Syamsul M. Romli, 2013:6). Dakwah dalam literatur Islam tersebut dipahami sebagai "mengajak manusia kepada jalan Tuhan". Dalam strategi dakwah yang diterapkan Komunitas Jaga sesama meniru kisah Nabi Muhammad yakni dimana dahulu diceritakan bahwa para sahabat dahulu suka minum-minum serta judi namun Rasulullah tidak melarang mereka namun secara perlahan digantikan dan dikenalkan kegiatan positif dan mereka para sahabat perlahan menyukai hal yang dikenalkan oleh Rasulullah.

Seperti yang diungkapkan:

"Kita mengakui bahwa kita belum expert di bidang dakwah untuk kaum marginal, namun sejauh ini seperti tadi yang diungkapkan kami selalu menerapkan sistem komunikasi kekeluargaan caranya kita dekati mereka perlahan namun kita ganti hobinya yang dahulu buruk kita giring perlahan/secara persuasif kita kenalkan bahwa ada hobi baru yang lebih asyik tapi tidak menimbulkan kemuharatan, namun rata rata mereka memang ketika datang kemari sudah sadar sendiri. Jadi kami memang terinspirasi dari kisah Nabi Muhammad yakni dimana para sahabat dahulu suka minum-minum serta judi namun Rasulullah tidak melarang mereka namun secara perlahan digantikan dan dikenalkan kegiatan positif dan mereka para sahabat perlahan menyukai hal yang dikenalkan oleh Rasulullah. Karena menurut pengalaman saya ketika kita tidak disibukan dengan hal yang penuh kebaikan kemungkinan malah kita melakukan hal

yang kurang baik, seperti yang diungkapkan tadi kita menggunakan angkringan pula untuk merangkul mereka namun kita menggunakan cara yang berbeda mungkin jika mereka diangkringan yang lama berkumpul dengan sahabat mereka yang dulu disambi dengan minum dan judi dan bahasanya kotor, tapi dijaga sesama selama ini jika kita berkumpul mereka sungkan untuk menggunakan bahasa kotor, dan pada akhirnya nanti akan ada seleksi alam dimana biasanya mereka yang bisa menerima apa yang sama sama pelajari bersama pasti akan bertahan di Komunitas Jaga Sesama dan mendapatkan manfaat ilmu yang didapatkan disini."

Dari kutipan data tersebut, strategi dakwah komunitas jaga sesama sendiri ialah dengan melakukan pendekatan secara kekeluargaan yang dimana, seiring dengan ajaran ajaran kebaikan yang mereka sampaikan kepada para anggota yang baru masuk secara persuasif. Lama kelamaan anggota yang sebelumnya kaum marginal yang terbiasa hidup dengan keras yang terbiasa dengan bahasa kotor maka lama kelamaan akan menjadikan mereka menuju ke arah yang lebih baik

3. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil wawancara yang sudah dijalankan mengindikasikan strategi komunikasi di komunitas Jaga Sesama sangat baik. Mereka berhasil mendekati para jamaahnya yang berasal dari kaum marjinal dengan cara persuasif (kekeluargaan) yang baik, tanpa perlu adanya paksaan untuk didekatkan sesuai cara agamis sehingga mereka secara sadar sendiri dan menerima untuk berhijrah ke jalan Tuhan.

- 4.1.1. Dalam cara melakukan *recruitment* anggota komunitas jaga sesama menggunakan 2 hal supaya anggota mau bergabung kedalam komunitas, yakni yang pertama menggunakan pamflet yang dishare melalui media sosial Instagram lalu yang kedua mereka melakukan pendekatan secara kekeluargaan di antara orang sekitar anggota yang telah bergabung baik kepada teman maupun keluarga, Cara seperti ini yang rata-rata dapat menarik perhatian jamaah yang kebanyakan dari kaum generasi milenial dan kaum marjinal yang biasanya hanya bisa akrab serta mau menurut bila telah melalui pendekatan yang didasari oleh kepercayaan dari hati ke hati.
- 4.1.2. Pemilihan komunikator dari berbagai pihak bisa dianggap sebagai suatu kelebihan sendiri, yakni ilmu yang diterima oleh jamaah Komunitas Jaga Sesama semakin beragam. Jadi ilmu yang ada tidaklah dikuasai oleh satu sudut pandang namun mereka mendapat dari berbagai sudut pandang. Dan efek lain mereka dapat mempelajari bahwa pembelajaran dalam Islam tidaklah satu ilmu saja namun ada Ilmu lain nya, seperti dibukanya kelas Fiqih di setiap hari Rabu malam.
- 4.1.3. Di Komunitas Jaga sesama mereka melakukan organisir berbagai hal melalui cara musyawarah, karena dalam sistem tersebut sangatlah tepat bila diterapkan kepada kaum marjinal yang mereka biasa hidup berkelompok. Dimana dengan cara tersebut mereka akan merasa dihargai dalam Komunitas Jaga Sesama dimana mereka akan merasa bahwa suara mereka juga sangat berperan dalam pengambilan keputusan di kelompok dakwah tersebut.
- 4.1.4. Strategi yang dilakukan Komunitas Jaga sesama yakni secara kekeluargaan berhasil menimbulkan rasa nyaman kepada kaum marjinal yang biasa hidup serampangan dan keras di jalanan menjadi luluh dan mau belajar agama dengan keikhlasan hati.

DAFTAR PUSTAKA :

- [1] Achmad Mubarak, Psikologi Dakwah, Membangun Cara Berpikir dan Merasa, Madani, Malang, hal.114.
- [2] Amrullah (2017). “ *Dakwah Presuasif (Sebuah Tinjauan dari Aspek Hakikat Rohaniah)*” (Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin).
- [3] Asmuni Syukir, *dasar-dasar strategi dakwah*, (Cet.I; Surabaya: Usaha offset printing, 1983).
- [4] Asmuni, Ahmad (2017). “ *Peran Ulama dalam Pemberdayaan Masyarakat Marjinal*” (Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Prodi dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon Jawa Barat).
- [5] Awang, Nor Nazihah dan Razaleigh Muhamat. (2020). “ *Approach of Dakwah through Usrah to Lesbians*” dalam jurnal Bitara Volume 3, Issue 2, 2020 (hlm. 091-096). Selangor: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- [6] Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [7] Cangara, Hafied. (Ed.). (1993). *Komunikasi Islam*. Program Pascasarjana IAIN Alauddin, Makassar.
- [8] DeVito, Joseph A. (2011). “ *Komunikasi Antar Manusia*”. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- [9] Dr. Abdullah Muhammad Zaid, *Islamic Da'wah (Mission): The Defination, Conception and Foundation*, Kuala Lumpur: Pustaka Antara, 1995.
- [10] Foster, Karen (2013). “ *Its just a social thing: Drug use, Friendship and borderwork among marginalized young people* ”. Dalam Jurnal International Journal of Drug Policy Volume 24, Issue 3, May 2013, (hal. 223-230).
- [11] Golberg, Alvin A. dan Carl E Larson. (2006) “ *Komunikasi Kelompok: Proses Diskusi dan Penerapannya*”, Yogyakarta: Penerbit Universitas Islam Indonesia.
- [12] Harry Hikmat. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung Humaniora., 2013.,
- [13] Hudah, Khoirul. 2018. *Komunikasi Dakwah Muhammadiyah (Studi Komunikasi Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Jombang)*. Publikasi Penelitian. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- [14] Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Kadir, Abdul. (1993). “ *Metode Diskusi dalam Dakwah*”, Surabaya: Al-Ikhlash.
- [16] Kersten, C. (2009). *Islam Cultural Hybridity and Cosmopolitanism: New Muslims Intellectuals on Globalization*. Journal of Global and Internasional Studies 1 (1).

- [17] Kuswara, Hadiati. (2011). *"Komunikasi Dakwah Wahdah Islamiyah di Sulawesi Selatan"* dalam Jurnal Komunikasi Islam Volume 06 (hlm. 28-61). Surabaya: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel - Asosiasi Profesi Dakwah Islam Indonesia .
- [18] Meuleman, J. (2011). Dakwah, competition for authority, and development. *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde*, 167(2), 236-269.
- [19] Mubasyaroh (2017). *" Strategi Dakwah Presuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat "* (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung Jawa Barat)
- [20] Mohamed, Nurjannati Siti. (2020). *" A Brief Analysis of the Impact of Dakwah to the Mualaf in Hulu Langat Selangor "* dalam Jurnal Bitara Volume 3, Issue 2, 2020 (hlm. 110-123). Selangor: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- [21] Mustofa, Bisri.(2018). *"Dakwah Presuasif Pada Masyarakat Marjinal Di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung"* (Skripsi Program Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- [22] Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- [23] Shiozakin Yuki. (2007). Formation Of Public Spheres And Islamists Movement In Malay Muslim Society Of Malaysia, *Journal of the Interdisciplinary Study of Monotheistic Religions* (3).
- [24] Suciati, N. S. (n.d.). Society Based Dakwah Communications: A case Study Of Gerakan Jamaah Dakwah Jamaah In Muhammadiyah (GJDJ), 1-14.
- [25] Suhandang, K. (2014). Strategi Dakwah; Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah, Bandung: REMAJA ROSDAKARYA.
- [26] Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [27] Sunarjo dan Djonaesih S.Sunarjo.1983. *Komunikasi Persuasif dan Retorika*. Yogyakarta : Liberty.
- [28] Sunarto. (2018). *" Model Dakwah Networking : Analisis Dakwah IDIAL-MUI dalam Penutupan Lokalisasi Prostitusi di Jawa Timur "* dalam Jurnal Komunikasi Islam Volume 08, Nomor 2, Desember 2018 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Asosiasi Profesi Dakwah Islam Indonesia .
- [29] Suprpto, B., & Zainuddin, D. H. (2014). Dakwah Communication and Social Concern. *New Media and Mass Communication*, 23, 38-46.
- [30] Syamaun, Syukri (2017). *" Pendekatan Dakwah Sentrifugalistik (Kajian Terhadap*

Kebebasan Mad'u dan objektivitas pesan) “. (Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

- [31] Syamsul, Asep.(2013). *“Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis”*. Bekasi: Sinar Abadi.
- [32] Theodore Peterson, *Media masyarakat Modern*, (Edisi II; Cet, III; Jakarta:
- [33] Utama Wahyu, Bangun. (2014). *Dakwah Melalui Musik Metal (Studi Analisis Etnografi Komunikasi Dakwah Band Purgatory)*. (Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [34] Wahdi , Bachtiar. (1997). *“Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah”*, Jakarta: logos.
- [35] Wahidun Akbar, Annovika. 2019. *STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MTA MELALUI RADIO MTA FM (STUDI KASUS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MAJLIS TAFSIR AL-QUR'AN DENGAN MENGGUNAKAN MTA FM)* .Publikasi Penelitian.Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [36] Wibowo, Amien. (2015). *Strategi Komunikasi Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Dzikir Dan Sholawat Jamuro Surakarta)*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.