

**AKTIVITAS DAKWAH SYEKHERMANIA PURWOKERTO TERHADAP
GENERASI MILENIAL**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

IAIN PURWOKERTO

Oleh :

**IQRO ALI SUBARCAH
NIM. 1423104016**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Iqro Ali Subarkah
NIM :1423104016
Jenjang :S1
Fakultas :Dakwah
Jurusan :Pengembangan Masyarakat
Program Studi :Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul “**AKTIVITAS DAKWAH SYEKHERMANIA TERHADAP GENERASI MILENIAL DI PURWOKERTO**” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 17 Februari 2020



IQRO ALI SUBARKAH
1423104016

PENGESAHAN


Skripsi Berjudul:


**AKTIVITAS DAKWAH SYEKHERMANIA PURWOKERTO TERHADAP
GENERASI MILENIAL**

yang disusun oleh Saudara: **Iqro Ali Subarkah**, NIM. **1423104016**, Program Studi **Manajemen Dakwah** Jurusan **Manajemen Dakwah**, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **20 Mei 2020**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Sekretaris Sidang/Penguji II,


Dr. H. M. Najib, M.Hum.
NIP 19570131 198603 1 002


Dra. Amirotnun Sholikhah, M.Si.
NIP 19651006 199303 2 002


Penguji Utama,

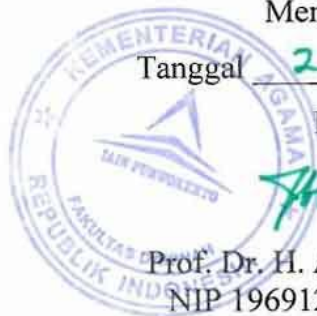

Muridan, M.Ag.
NIP 19740718 200501 1 006

Mengesahkan,

Tanggal 24-6-2020

Dekan,


Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP 19691219 199803 1 001



NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 23 Februari 2020

Hal : Pengajuan munaqosyah skripsi
Sdr. Iqro Ali Subarkah
Lamp. : 5 (Eksemplar)

Kepad Yth.
Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan bimbingan, koreksi dan perbaikan seperluanya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : IQRO ALI SUBARCAH

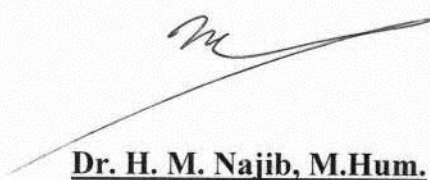
NIM : 1423104016

Judul : **AKTIVITAS DAKWAH SYEKHERMANIA PURWOKERTO
TERHADAP GENERASI MILENIAL**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut di atas dapat di munaqosyahkan. Demikian atas perhatian bapak kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing :


Dr. H. M. Najib, M.Hum.
NIP. 19570131 198603 1 002

AKTIVITAS DAKWAH SYEKHERMANIA PURWOKERTO TERHADAP GENERASI MILENIAL

Iqro Ali Subarkah
NIM: 1423104016

ABSTRAK

Aktivitas dakwah merupakan suatu upaya untuk mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari hal yang mungkar agar selalu dalam lindungan Allah SAW. Dalam melakukan aktivitas dakwah tentunya membutuhkan alat yang dapat membantu proses dakwah dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan yaitu strategi. Strategi merupakan suatu proses perencanaan dan penyerahan kegiatan dan operasi dakwah islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan. Tujuan pokok yang hendak dicapai oleh islam adalah restorasi dan rekonstruksi kemanusiaan secara individu dan kolektif untuk membawanya ketingkat yang lebih tinggi. Syekhhermania Purwokerto merupakan suatu oraganisasi sholawat yang dikelola oleh para pemuda dan pemudi di daerah Purwokerto. Didalam suatu organisasi menentukan suatu strategi merupakan hal yang harus dilakukan terutama dalam mencapai suatu tujuan yang sama terutama dalam melakukan dakwah terhadap generasi milenial.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) dengan studi kasus peneliatian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala obyektif yang terjadi di lokasi tersebut. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi dan wawancara kepada pengurus Syekhhermania Purwokerto sebagai pelaksana dakwah Da'i dan jama'ah (*Mad'u*).

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahawa aktivitas dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial meliputi lima macam dakwah yaitu: dakwah melalui media sosial, dakwah melalui sholawat, dakwah melalui majelis ta'lim, dan dakwah melalui figur Habib Haedar. Dan langkah-langkah dakwah yang dilakukan adalah: bil hikmah, mau'izatul khasanah dan mujudallah

Kata kunci: Dakwah, Strategi, Generasi Milenial.

MOTO

“You’ll Never Walk Alone”

(Gerry and The Pacemakers)



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Alloh SWT, yang telah memberikan cinta dan kasih saying-Nya kepada setiap makhluk serta menurunkan rahmat dan hidayah kepada kita semua. Shalawat dan salam senantiasa kita limpahkan kepada Rasulullah SAW penerima Al Quran dan pembawa as-sunnah yang berisi petunjuk, rahmat, serta kabar gembira seluruh kaumnya.

Alhamdulillah hanya atas petunjuk dan kemurahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Judul yang penulis ajukan adalah “Strategi Dakwah Syekhhermania Purwokerto Terhadap Generasi Muda Milenial di Purwokerto” Penulis menyadari banyak pihak yang terlibat dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. K.H. Moh Roqib, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Prof. Dr. K.H. Abdul Basit, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., selaku wakiil Dekan I Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusnul Khatimah, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si., selaku Wakil Dekan Dakwah III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Arsam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Pembimbing

8. Segenap Dosen dan staf administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
9. Habib Haedar Alwi Assegaf selaku pimpinan Syekhermania Purwokerto yang memberikan ijin riset.
10. Para pengurus Syekhermania Purwokerto
11. Kepada kedua orang tua saya, ibu saya (Ulis Setiowati) dan bapa saya (Khoeron Mubarak)
12. Kedua adik saya Vihan Bahari Nazzar dan Aisyah Yubaidah Assadiyah.
13. Semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tak ada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terimakasih, melainkan do'a semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang lebih dari Allah SWT.

Purwokerto, 24 Februari 2020


Iqro Ali Subarkah
1423104016

IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SAW, kupersembahkan karya kecil ini kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku Bapak Khoeron Mubarak yang telah memperjuangkan anakmu ini dalam menempuh pendidikan baik secara dahir maupun batin, dan ibuku Ulis Setiowati pelindungku yang memberiku bimbingan dan didikan kepada anakmu ini, terima kasih atas doa mu demi kesuksesan anakmu ini.
2. Kepada kedua adiku tersayang Vihan Bahari Nazzar dan Aisyah Yubaidah Assadiyah, yang menjadi penghiburku saat di rumah, semoga kalian menjadi anak yang soleh dan solehah.
3. Kepada kakek dan nenekku Suwito dan Siti Jurmiah telah memberikanku motivasi untuk terus menuntut ilmu.
4. Kepada seluruh keluarga besarku yang memberikan suport yang besar kepadaku untuk terus berjuang.
5. Kepada guru-guruku guru SDN 1 Besuki, Mts AL-IKHSAN BEJI, MA AL-IKHSAN BEJI terima kasih atas ilmu yang kalian beri.
6. Almamater tercinta IAIN Purwokerto.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	12
A. Latar Belakang Masalah.....	12
B. Definisi Operasional	17
C. Rumusan Masalah	20
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	20
E. Kajian Pustaka	20
F. Sistematika Pembahasan	21
BAB II KAJIAN TEORI	23
A. Pengertian Strategi	23
B. Pengertian Dakwah	25
C. Dasar Hukum Dakwah	30
D. Unsur-unsur Dakwah	33
E. Tujuan Dakwah	40
F. Pengertian Strategi Dakwah	41
G. Bentuk-bentuk Strategi Dakwah	44
H. Syekhhermania	52
I. Generasi Milenial	53

BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Metode Penelitian	56
B. Tempat dan Waktu Penelitian	57
C. Sumber dan Objek Penelitian	57
D. Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Teknik Analisis Data	60
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	62
A. Gambaran Umum Syekhhermania Purwokerto	62
B. Analisis SWOT Terhadap Aktivitas Dakwah Syekhhermania Purwokerto	66
C. Aktivitas Dakwah Syekhhermania Purwokerto Terhadap Generasi Milenial di Purwokerto	73
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran-saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah islamiyah adalah risalah terakhir yang diturunkan kepada Nabi Muhamad SAW. Sebagai wahyu dari Allah dalam bentuk kitab yang tidak ada kebatilannya padanya. Baik didepan maupun dibelakangnya, dengan kalamnya yang bernilai mu'jizat dan yang ditulis di dalam mushaf yang diriwayatkan dari Nabi Muhammad SAW dengan sanad yang mutawatir dan bernilai ibadah bagi yang membaca.¹

Secara integralistik dakwah merupakan suatu proses untuk mendorong orang lain untuk mendorong seseorang menjadi lebih baik dalam hal perilaku, ucapan, pikiran dan perbuatan. Menurut istilah dakwah adalah mendorong atau memotivasi umat manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintahkan mereka berbuat ma'ruf dan mencegahnya dari perbuatan yang mu'kar. Menurut M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan dan ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah dari situasi dari situasi yang lebih bagus dan baik bagi diri sendiri dan masyarakat². Seperti dalam hadits nabi yang artinya:

“barang siapa melihat kemungkarannya diantara kamu maka ubahlah dengan tanganmu, jika tidak mampu maka ubahlah dengan lidahmu, jika tidak mampu cukuplah dengan hatimu. Dan itu selemah-lemah iman” (HR Muslim).

Dakwah menjadi suatu kebutuhan pokok bagi umat muslim dalam sehari-harinya. Bagi umat muslim keberadaan dan peran dakwah dalam kehidupan sehari tidak bisa terlepas oleh kegiatan dakwah. Mereka membutuhkan dakwah tak lain untuk meningkatkan kualitas keimanan dan ketakwaannya kepada Allah SWT.³ modernisasi telah mengubah pandangan hidup manusia yang bersifat materialistik hedonistik, sekularistik dan

¹ Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Dakwah*, (Solo: Intermedia, 1998) hlm. 26

² Enung Asmaya, *Aa Gym Dai Sejuk dalam Masyarakat Majemuk*, (Jakarta: Hikmah, 2003) hlm. 28

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013). hlm. 93

memiliki pandangan bahawa antara dunia dan agama harus dipisahkan secara utuh. maka, akibatnya dari kehidupan tersebut manusia menjadi bebas berbuat tanpa landasan spiritual, moral dan agama. Dan akhirnya banyak sekali penyimpangan-penyimpangan sosial seperti penggunaan obat-obat terlarang, pergaulan bebas, perdagangan manusia, LGBT (lesbian, gay, be seksual , gay dan transender), korupsi, dan ekonomi yang kapitalistik. Hal tersebut karena tidak munculnya nilai-nilai spiritual pada dalam diri masyarakat modern yang lebih mementingkan hawa nafsunya sehingga tidak terkontrol dan merugikan banyak orang.

Akibat kurangnya nilai-nilai spiritual secara psilologis masyaakat modern juga didera berbagai problem yang berakibat munculnya rasa cemas, sepi, bosan dan perilaku yang menyimpang. Perasaan yang didera masyarakat milenial bersumber dari hilangnya makna hidup (*the meaning of life*), karena mereka tidak memiliki perinsip hidup yang jelas dan berakibat keputusasaan dan bunuh diri.

Oleh karena itu dakwah sebagai bentuk motivasi jiwa atau sebagai tuntunan jiwa manusia memberikan makna dan nilai hidup kepada manusia agar menjadi lebih baik dan tidak mudah menyimpang terhadap nilai-nilai social dan agama yang merugikan diri sendiri dan orang lain.

Aktivitas dakwah harus mengikuti arus perkembangan saat ini. perkembangan dan perubahan sosio-cultural yang terus berubah merupakan suatu tantangan bagi para dai bagaimana pendekatan yang dilakukan agar mad'u dapat mudah menerima dai dan pesan yang diberikan dapat sampai ke mad'u. Peran utama dalam keberhasilan aktivitas dakwah ialah keberadaan seorang dai. Seorang dai harus memahami bahwa sesungguhnya dakwah merupakan tugas yang mulia, mereka adalah utusan Allah kepada makhluknya yang disampaikan kepada manusia perintah tuhan dengan bashariah (petunjuk yang jelas) yang kemudin tugas ini diwariskan kepada para ulama dan aktisfis atau organisasi dakwah yang ikhlas mengemban amanat dan hanya mengharap *mardhotillah*.⁴

⁴ Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqih Dakwah*, (Solo: Intermedia, 1998) hlm

Maka yang perlu dipertimbangkan seorang dai dalam melaksanakan aktivitas dakwah ialah memahami karakter, pendidikan, pemahaman, kebutuhan rohani serta budaya masyarakat sekitar. Peradaban suatu masyarakat sangat erat hubungannya dengan socio-kultural (kebudayaan masyarakat). Oleh sebab itu agar dakwah tercapai sesuai dengan harapan, Salah satu pendekatan yang dilakukan dai ialah menggunakan komunikasi yang baik. Seorang dai perlu mempelajari terlebih dahulu siapa-siapa yang akan menjadi sasaran dakwah. Hal ini akan berhasil jika dai mengenal mad'u yang menjadi sasaran dakwah. Dengan mengenal mad'u, akan mengenal pula kebudayaannya, gaya hidupnya, norma kehidupan, kebiasaannya dan bahasa yang digunakan.⁵ Maka, seorang dai akan lebih mudah diterima dan pesan dakwah yang disampaikan akan lebih mudah dicerna oleh setiap mad'u,

Namun, Abdul Munir dalam menafsirkan subyek dakwah tidak hanya pada dai saja, melainkan juga pada perencanaan dan pengelolaan dakwah. Didalam sejarah, ilmu manajemen telah terpengaruhi oleh agama, tradisi, adat istiadat dan social budaya. Hal ini karena obyek utama manajemen adalah aspek social kemasyarakatan yang berbentuk organisasi.

Pada organisasi dakwah, dalam melakukan aktivitas dakwah sebuah tujuan dibutuhkan perencanaan yang baik dan strategi, agar seluruh kegiatan dakwah dapat terarah dan dapat diterima dengan baik. Manajemen dakwah Rasulullah pertama melakukan pendekatan secara persuasif pada orang-orang terdekat dan dilakukan secara *shir* (sembunyi-sembunyi). Rasulullah menggunakan cara tersebut untuk menghindari adanya penolakan dan perlawanan orang kafir secara langsung jika mengetahui dakwah rasulullah. Maka, Langkah awal Rasulullah terhadap para umatnya adalah membina dan menguatkan ketauhidan kepada Allah SWT. Setelah mendapatkan dukungan dan kekuatan Rasulullah pun memutuskan untuk melakukan dakwah secara *jahr* (terang-terangan).

Namun, dakwah Rasulullah pun mendapat penolakan dan perlawanan dari kaum kafir, hingga berujung pembunuhan bagi siapa yang memeluk

⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) hlm. 93

agama islam. Kemudian Rasulullah memutuskan untuk hijrah ke madinah. Di Madinah Rasulullah disambut baik oleh penduduk Madinah dan dakwah Rasulullah lebih mudah disana. Di Madinah barulah Rasulullah melakukan pembinaan masyarakat Islam. Setelah hijrah ke Madinah seiring umat muslim terus berkembang barulah Rasulullah membuat suatu terobosan yang diperuntukkan untuk memperkokoh kekuatan umat muslim. Antara lain: mendirikan masjid untuk umat muslim, memperkokoh *ukhwah islamiyah*, menghubungkan toleransi antara umat Islam dan pihak non-muslim dan menaklukan Makkah.

Dari kota madinah inilah kemudian dikembangkan prinsip-prinsip keteraturan, kedisiplinan dan kerapian. Rasulullah dengan sangat cermat memperhatikan kondisi sosialkultural dan geografis kota Madinah. Mempersaudarakan para sahabatnya sehingga persatuan dan kesatuan para sahabatnya semakin kokoh sehingga perselisihan dan sengketa dapat diantisipasi. Kondisi tersebut tentunya telah direncanakan secara cermat.⁶

Secara keseluruhan aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah sangat teratur dan sistematis dalam setiap strateginya. Maka, dapat disimpulkan bahwa sistem manajemen yang digunakan ialah bertahap dan persuasif. Namun, setelah kondisinya kondusif Rasulullah mulai menyebarkan dakwahnya secara terang-terangan dan membuat suatu terobosan dengan menjalin hubungan erat dengan kaum muslim yang telah bersatu, juga dengan kaum non-muslim untuk menjaga persaudaraan dan perdamaian. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan aktifitas dakwah memerlukan perencanaan dan strategi yang baik agar proses dakwah dapat teratur dan berhasil.

Dalam melakukan aktivitas dakwah pada kalangan anak muda sangat perlu diperhatikan. tingkat dan kondisi cara berpikir mereka. Bagaimana mereka nyaman terhadap keberadaan dai dan materi dakwah dapat sampai kepada mereka. Oleh karena itu, diperlukan sekali sarana dakwah baik

⁶M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hlm.

pemuatan materi yang ringan dan familiar di telinga remaja, juga metode maupun media informasi yang dapat mendukung kelancaran dakwah.

Fase remaja merupakan fase yang sangat penting. Di fase ini manusia akan mengalami perubahan tingkah laku yang sangat signifikan. Hal ini karena remaja mengalami peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa atau juga disebut dengan masa transisi. Perkembangan fisik dan psikologi pada diri remaja akan berimbas pada perilaku yang baru pada remaja.⁷ Kehidupan remaja sangat dipengaruhi oleh faktor pergaulan dan lingkungan sekitar. Fase remaja sangat sensitive terhadap apa yang mereka lihat dan apa yang mereka idolakan. Maka, di fase ini mereka akan mengikuti apa yang menurutnya trend untuk mendapat perhatian dari orang lain. Para remaja pada umumnya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, sehingga seringkali mereka mencoba-coba apa yang menarik perhatian mereka tanpa pikir panjang. Maka, seringkali para remaja akhirnya terjebak dan terjerumus pada jalan yang salah yaitu penyimpangan social.

Melihat kondisi kaum milenial minat terhadap suatu majelis ilmu sangatlah sulit. Syekhhermania Purwokerto adalah suatu organisasi pencinta sholawat yang berbasis di purwokerto. Gerakan dawah syekhhermania purwokerto kebanyakan ialah golongan Y atau biasa kita sebut generasi milenial (anak muda) para anggota dan pengurus semua ialah anak muda maka dari itu Syekhhermania purwokerto lebih mudah menarik perhatian pada kalangan muda dibandingkan pada kalangan orang dewasa. Karena disisi lain aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto menyesuaikan dengan minat serta gaya dakwah yang sesuai dengan anak muda walaupun pada umumnya Syekhhermania Purokerto tidak membatasi usia dalam mengikuti kegiatan setiap bulannya. Syekhhermania purwokerto diprakarsai oleh Habib Haedar sekligus sebagai penggerak sholawat bagi anak muda. Strategi dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto ialah

⁷ Muhammad Al-Zuhaili, *Menciptakan Remaja Dambaan Allah: Panduan Bagi Orang Tua Muslim*, (Bandung: Al-Bayan, 2004), hlm. 147

dengan sholawatan bareng-bareng dan kemudian diisi dengan tausiyah. Sholawatan menjadi suatu daya tarik pada saat ini.

Sholawat ialah suatu bentuk pujian atau suatu ungkapan kecintaan seorang muslim kepada Rasulullah SAW. Dengan sholawat terbentuk suatu ikaatan batin, hubungan antara umatnya dengan Rasulullah SAW. Disamping itu sholawat memberikan pantulan yang mendalam, bahwa diri kita mengharap syafa'at dari Rasulullah karena bagi mereka yang bershalawat akan mendapatkan syafa'at keagungan di yaumul qiamah.⁸

Di tahun 2018 lantuna sholawat cukup populer seiring berkembangnya zaman launtunan sholawat dapat dikolaborasikan dengan beberapa aransement atau genre music apa saja. Seperti solawat yang dibawakan oleh group Sabyan Gambus, kemunculan Sabyan Gambus di ranah music Nusantara menjadi warna baru di persaingan music tanah air. Namun, kemunculan Sabyan Gambus yang mengkolaborasikan antara music gambus dengan sholawat merubah pandangan bahwa musik raligi bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman.

Namun, pada umumnya jauh sebelum itu terlebih dahulu muncul sosok pelopor sholawat di Nusantara yaitu Habib Syekh Abdul Qodir As-Segaf. Pelopor sholawat dan dengan keberadaan Habib Syekh semakin banyak para anak muda yang mencintai sholawat. Maka, dibentuklah perkumpulan pecinta sholawat di purwokerto dengan nama Laskar Sholawat pada 2012 dan diganti menjadi Sykermania Purwokerto. Dakwah Syekhhermania Purwokerto juga meranah lewat media social seperti instagram, facebook, serta whatsapp yang sering digunakan para pemuda pada umumnya.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 7 oktober 2018, dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto dalam setiap kegiatan banyak dihadiri oleh para anak muda baik dari wilayah kabupaten banyumas maupun dari luar kabupaten. Hal ini yang menjadi

⁸ Toto Tasmara, *Dimensi Doa dan Zikir*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1999) hlm. 56

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Aktivitas Dakwah Syekhhermania Purwokerto Terhadap Generasi Milenial di Purwokerto*”.

B. Definisi Operasional

1. Strategi

Strategi berasal dari kata *stragos* atau *strategis* yang berasal dari bahasa Yunani. Dalam Yunani kuno kata strategi berarti jendral atau perwira. Secara istilah strategi ialah suatu rancangan atau rencana yang cermat mengenai suatu kegiatan untuk mencapai suatu sasaran yang khusus. Strategi digunakan untuk membidik atau menargetkan suatu sasaran yang akan dilakukan secara khusus dengan kiat dan ilmu didalam memanfaatkan segala sumber daya yang ada dalam bertindak untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan.

Istilah strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Strategi pada hakikatnya adalah manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

2. Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang artinya mengajak, menyeru, memanggil, dan memotivasi kepada jalan yang benar sesuai dengan ajaran Al-Qur'an. Ali Makhfud mengungkapkan, Dakwah ialah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mu'kar agar memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat,⁹

⁹ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hlm.

Dari uraian tersebut mengungkapkan bahwa dakwah merupakan suatu usaha atau proses peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap bathin dan perilaku umat yang baik dan sesuai dengan syariat Islam.

3. Syekhhermania

Syekhhermania adalah suatu komunitas para Pecinta dan Pengamal Sholawat kepada Nabi Muhammad SAW yang bersemangat penuh keikhlasan dalam bersholawat karena spirit dan dorongan dari sang motivator sholawat yaitu Habib Syekh bin Abdul Qadir Assegaf selaku Pengasuh Majelis Ta'lim dan Sholawat "Ahbaabul Musthofa" dari Solo Jawa Tengah. Syekhhermania diambil dari sebuah nama Ulama kharismatik yang bernama Habib Syekh bin Abdul Qadir Assegaf. Karena Habib Syekh selalu menggembleng kepada jiwa muda yang terlena oleh gemerlapnya kehidupan dunia untuk ingat Sholawat atas Nabi Muhammad SAW dengan melalui metode dakwah sholawat ala Habib Syekh juga atas dasar kebersamaan.

Syekhhermania merupakan suatu organisasi pecinta sholawat dan penggemar habib Syekh Alawi As-Segaf. Merupakan suatu perkumpulan yang dibentuk pada tahun 2009 di Solo. Syekhhermania Purwokerto berawal dari kecintaan para remaja terhadap sholawat pada tahun 2012 yang berawal bernama Laskar Sholawat dan berganti menjadi Syekher Ngapak pada 2013. Namun, setelah tahun 2014 akibat vakum beberapa lama maka dibentuk kembalilah dengan nama Syekhhermania Purwokerto.

4. Generasi Milenial

Generasi milenial adalah sebuah istilah yang populer menggantikan istilah generasi Y. Generasi Y adalah *cohort* (kelompok demografis) yang lahir setelah generasi X. Menurut para peneliti sosial, generasi Y atau kaum milenial ini lahir pada rentang tahun 1980 sampai

2000. Dengan kata lain, generasi milineal ialah anak-anak muda saat ini yang berusia antara 15 sampai 35 tahun¹⁰.

Maka, generasi milineal merupakan generasi muda saat ini yang berbeda dengan pemuda pada generasi X atau yang sering kita sebut dengan ABG generasi milenial berbeda dengan masa remaja dengan zaman dahulu, geperasi milenial sudah langsung berhadapan dengan lajunya teknologi, informasi dan media sosial. Maka, tak heran jika para kaum milenial dalam bersosialisasi sangat kurang, karena mereka lebih mementingkan smartphone mereka masing-masing untuk bersosialisasi di dunia maya.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana aktivitas dakwah syekhermania terhadap generasi muda milenial?
2. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan Syekhhermania Purwokerto dalam melakukan dakwah terhadap kaum milenial?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dan manfaat penulis ialah

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial
 - b. Mengetahui langkag-langkah aktivitas dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi muda milenial
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Teoritis

Secarra teoritis semoga hasil penelitian ini dapat menambahkan kontribusi dalam bidang dakwah dan menjadi rujukan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang

¹⁰ <https://www.jurnalcowok.com>

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran yang tepat bagaimana strategi yang tepat dalam melakukan dakwah kepada kaum muda. Dan sebagai motivasi penulis serta pembaca agar ikut bersumbangsih dalam dunia dakwah.

E. Kajian Pustaka

Telaah pustaka merupakan mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah-masalah yang diteliti. Dalam tinjauan pustaka ini akan dijelaskan mengenai sumber yang ada relevansinya dengan penelitian ini supaya penelitian ini memiliki dasar yang kokoh.

Penelitian yang dilakukan oleh Laela Nur Istiqomah fakultas dakwah IAIN Purwokerto yang berjudul “*Strategi Dakwah Pemuda GP Ansor Pimpinan Anak Cabang (PAC) Kembaran Kabupaten Banyumas*” mengungkapkan strategi dakwah yang dilakukan oleh GP Ansor kembaran ialah dengan dua cara yaitu dengan cara *Tausiyah* (peningkatan kualitas anggota) yaitu membuat agenda rutinan ngaji bareng setiap hari minggu dan *tarqiyah* (penambahan kuantitas anggota) yaitu dengan membuat tim sepak bola dan kegiatan yang dapat menarik para anak muda.

Skripsi yang ditulis oleh Rohmatinisah fakultas dakwah UIN Raden Intan Lampung yang berjudul “*Strategi Dakwah Barkor Risma Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlak Pada Remaja Di Bandar Lampung*”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh Barkor Risma dalam menanamkan nilai-nilai akhlak pada remaja adalah menggunakan strategi sentimental, strategi rasional dan strategi indawi. Yaitu dengan membuat suatu kegiatan pengajaran, praktek sholat dan pelatihan publik speaking untuk meningkatkan kualitas para remaja masjid

Skripsi yang disusun oleh Bukhoree Pohji Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “*Strategi Pengembangan Dakwah Pondok Pesantren Attarbiah Addiniah di Patani*”. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa strategi pengembangan dakwah

yang dilakukan oleh pondok pesantren tersebut dengan melalui pendidikan formal dan non formal yang meliputi pengajian agama dan pengajian umum.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang penulis sajikan diatas, belum ada yang secara khusus membahas mengenai *Ativitas Dakwah Syekhhermania Purwokerto Terhadap Generasi Muda Milenial*. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini merupakan murni penelitian yang dilakukan oleh penulis dan belum ada orang yang meneliti. Oleh karena itu, peneulis berkeyakinan bahwa penelitian ini sangat layak untuk dilakukan.

F. Sistematiaka Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk mempermudah dalam peroses penelitian, adapun susunan pembahasan tersebut sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahaan.

Bab kedua, sebagai landasan teori yang membahas tinjauan umum terkait konsep strategi, dakwah, syekhhermania dan kaum milenial

Bab ketiga, merupakan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

Bab keempat, merupakan bagian pokok dari analisis data penelitian. Pada bab ini disajikan profil Syekhhermania Purwokerto, data hasil penelitian dan analisis data hasil penelitian.

Bab kelima, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran hasil penelitian yang dilakukan penulis.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Setiap organisasi atau perusahaan tentunya memiliki tujuan atau arah yang dimiliki oleh organisasi tersebut. Tujuan yang akan dicapai merupakan suatu keadaan masa depan yang tentunya bernilai positif bagi organisasi atau perusahaan. Adapun proses pencapaian tujuan memerlukan suatu sistem perencanaan yang terarah, efektif dan efisien. Karena itu, dalam menggerakkan organisasi atau perusahaan diperlukan suatu alat atau sistem yang dapat mendukung kinerja organisasi salah satunya adalah strategi.

Secara epistemologi kata Strategi berasal dari bahasa Yunani: *Strategia* yang berarti kepemimpinan atau pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *Strategia* berasal dari kata *Strategos* yang berkembang dari kata *Stratos* (tentara) dan kata *Agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai pada dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat termasuk dalam bidang ilmu dakwah.¹¹ Pemakaian istilah strategi dikenal sejak Perang Dunia II, dimana pada saat itu istilah strategi dikenal dengan sebutan taktik. Namun, istilah taktik dan strategi memiliki pengertian yang berbeda walaupun memiliki kesamaan arti. *Webster's New Twentieth Century Dictionary* menyatakan bahwa taktik menunjukkan makna hanya pada kegiatan mekanik saat menggerakkan benda-benda, sedangkan strategi merupakan cara mengatur untuk melaksanakan taktik tersebut. Berikut istilah strategi menurut bahasa.

Secara terminologi menurut T. Hanis Handoko dalam bukunya *Manajemen* edisi kedua mengemukakan bahwa strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata program dalam definisi tersebut merupakan suatu peran aktif, sadar dan rasional yang dilakukan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi.

¹¹ T. Hanis Handoko, *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta: BPTE, 1984). Hlm. 91

Strategi memberikan pengarahan terpadu terhadap organisasi, dalam berbagai tujuan organisasi dan memberikan pedoman dan pemanfaatan sumber daya-sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan.¹²

Littlejohn mengemukakan strategi merupakan bagian dari perencanaan. Menurutnya strategi merupakan pengambilan keputusan untuk menata dan mengatur unsur-unsur yang bisa menunjang pelaksanaan kerja pencapaian tujuan. Adapun pemikiran yang digunakan merupakan proses persepsi terhadap unsur-unsur yang menunjang, serta situasi terhadap kondisi yang dihadapi dalam rangka mencapai suatu tujuan.¹³

Menurut Stoner dan Wankel, strategi adalah proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu. Serta penerapan metode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategi dilaksanakan. Atau secara singkatnya, perencanaan strategi adalah proses perencanaan jangka panjang yang formal untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi.¹⁴

Menurut George A. Steiner dan B Miner, mengungkapkan bahwa strategi adalah suatu proses bagaimana menghubungkan organisasi dengan lingkungan organisasi yang ada, merumuskan strategi dengan melihat lingkungan strategi dan bagaimana merumuskan strategi yang tepat dan memastikan bahwa implementasikan strategi dapat berjalan dengan lancar dan baik.

Dari uraian tersebut, kiranya bisa disimpulkan bahwa strategi merupakan rancangan atau desain kegiatan organisasi, dalam wujud penentuan dan pemanfaatan semua sumber daya yang ada dalam menunjang keberhasilan suatu tujuan yang telah ditentukan. Maka, dalam hal ini tujuan strategi adalah untuk mencari cara yang efektif dan efisien dalam melakukan tindakan serta dapat memperhitungkan kesempatan dan resiko yang akan datang. Hal itu

¹² T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta: BPTE, 1984). Hlm. 86

¹³ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014). Hlm. 83

¹⁴ H.B.Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015). Hlm. 48

berarti bahwa dalam suatu strategi terdapat beberapa hal berikut yang terkandung didalam strategi:

1. Suatu rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah maupun jangka panjang
2. Analisis terhadap lingkungan baik yang bersifat eksternal maupun internal, yang menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan dalam pencapaian tujuan
3. Keputusan pilihan sebagai pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam pencapaian yang telah ditentukan
4. Rencana guna menjamin ketetapan tercapainya suatu tujuan.¹⁵

Seiring dengan perkembangan zaman, setiap organisasi yang berorientasi dalam pengembangan aktivitas dakwah dituntut untuk merumuskan strategi yang digunakan dalam melakukan kegiatan dakwah. Di zaman yang milenial ini berdakwah menjadi tantangan bagi seluruh organisasi dakwah bagaimana cara menarik simpati para mad'u terutama para remaja dalam mengikuti aktivitas dakwah. Maka, dalam hal ini strategi dakwah sangat diutamakan sekali untuk mengfokuskan sasaran dalam melakukan aktifitas dakwah terutama dalam ranah remaja. Maka, dibutuhkan sekali penataan yang terarah, efektif dan efisien dalam mengajak mad'u.

B. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa kata "*Da'wah*" berasal dari bahasa Arab yang artinya panggilan, seruan atau ajakan. Kata dakwah dalam tata bahasa Arab merupakan bentuk dari masdar yang merupakan bentuk ketiga dari tasrif fi'liah yang menunjukkan arti kejadian. Sedangkan bentuk kata kerja atau fi'ilnya adalah *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya memanggil, menyeru, atau mengajak. Sedangkan orang yang berdakwah atau menyeru disebut *da'i* dan orang yang menerima dakwah disebut *mad'u*.¹⁶ Dalam praktek melakukan aktifitas dakwah harus mengandung tiga unsur yaitu: penyampai pesan (*da'i*),

¹⁵ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2014), hlm. 102

¹⁶ Wahidin Saputra, *pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012). Hlm. 10

informasi yang disampaikan (*maddah*) dan penerima pesan (*mad'u*). pengertian dakwah secara bahasa mungkin hanya bersifat penyampaian dan panggilan semata.¹⁷ Namun, secara istilah makna dakwah memiliki arti yang lebih luas lagi. Dalam pengertian dakwah, mencakup banyak unsur dan metode yang harus digunakan dalam menyampaikan pesan agar pesan yang disampaikan dapat ditererima dengan baik.

Pengertian dakwah secara terminologi dakwah adalah ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia dan akhirat. Sementara itu, para ulama memiliki definisi yang bervariasi.

Menurut Syekh Ali Makhfud, dalam kitabnya yang berjudul *Hidayatul Mursyidin* memdefinisikan bahwa dakwah islam adalah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk Allah, menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.¹⁸

Menurut Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik bagi diri sendiri dan orang lain.¹⁹

Hampir sama dengan pendapat para ulama diatas I'tiatut Thoifah menjelaskan bahwa dakwah adalah upaya mengajak seseorang atau sekelompok orang agar selalu mengimplementasikan kebaikan-kebaikan, kebenaran-kebenaran serta keindahan (fitrah) selaras dengan tuntunan ajaran islam baik dalam kerangka kehidupan pribadi, sosial maupun pembangunan bangsa. keberhasilan dakwah adalah bagaimana seseorang dapat mengimplementasikan ajaran-ajaran islam, nilai-nilai islam dan menjadi kepribadian yang lebih baik dari sebelumnya.²⁰

¹⁷ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). Hlm. 17

¹⁸ Ali Mahfuz, *Hidayat al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'zi wa al-Khitabath* (Beirut: Dar al-Ma'arif, tt.), hlm. 17. Lihat dalam M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). Hlm. 19

¹⁹ Wahidin Saputra, *pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012). Hlm. 1

²⁰ I'anatut Thoifah, *Manajemen Dakwah Sejarah dan Konsep*, (Malang: Madani Press, 2015). Hlm. 7

Menurut pakar ilmu komunikasi, Kustadi Suhendang mengemukakan bahwa dakwah merupakan suatu proses komunikasi dalam rangka mengembangkan ajaran islam, dalam arti mengajak orang untuk menganut agama islam. Dalam istilah tersebut sudah tentu terkandung makna mempengaruhi orang lain agar orang lain itu mau dan mampu mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku sesuai dengan ajaran islam²¹. Maka, proses dakwah merupakan proses komunikasi antara seorang dai dan mad'u dan saling berbagi pikiran satu sama lain.

Hampir sama dengan pendapat Kustadi Suhendang, Asep Saeful Muhtadi mengemukakan bahwa dakwah adalah suatu proses negosiasi antara seorang dai dan mad'u dalam menawarkan nilai-nilai serta ajaran islam. Dari proses negosiasi ini kemudian timbullah proses mempengaruhi satu sama lain. Maka, seorang dai harus mencari titik-titik potensial yang sama dengan mad'u, agar dapat diterima.²² maka diperlukan adanya media dakwah dalam menyampaikan dakwah, media tersebut sebagai pembantu atau penarik perhatian yang akan memudahkan seorang dai dalam menyampaikan pesan dakwah.

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu usaha untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang menyimpang yang dimurkai oleh Allah. Ada beberapa istilah yang diperkenalkan Al-Quran untuk memaknai kegiatan dakwah secara lebih terperinci.

Menurut Abdul Basit dalam bukunya yang berjudul Filsafat Dakwah menyebutkan ada lima istilah dakwah didalam Al-Quran, berikut beberapa istilah dakwah di dalam Al-Quran:

1. Tabligh

Tugas dan kewajiban menyampaikan kebenaran tersebut disebut dengan tabligh. Secara harfiah, kata tabligh bentuk masdar dari kata

²¹ Kustadi Suhendang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm, 24

²² Asep Saeful Muhtaddi, *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatam Media, 2012). Hlm. 26

balagha-berarti *ishal*, menyampaikan sesuatu kepada pihak lain. Balagha dapat pula berarti sesuatu pesan atau materi dakwah yang disampaikan juru penerang (*Mubaligh*). Tabligh dalam pengertian menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat, diwajibkan sebagai proses dari dakwah. Sebelum melakukan pembinaan masyarakat terlebih dahulu dilakukan tabligh, tabligh dilakukan sebagai pengenalan dasar-dasar tentang agama islam. kemudian dilanjutkan dengan ta'lim dan kemudian baru melakukan pembinaan agar mewujudkan individu, keluarga dan masyarakat muslim. sasaran utama tabligh adalah ranah kognitif.²³

2. Amar Ma'ruf Nahi Mu'kar

Amar ma'ruf nahi mu'kar lebih berorientasikan kepada aksi atau perilaku. Jika tadi tabligh lebih berorientasikan kepada kognitifnya berupa persepsi dan pemahaman akan pesan dakwah, maka amar ma'ruf nahi mu'kar lebih mengorientasikan sikap setiap individu setiap muslim dalam melakukan mengajak kepada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran atau keburukan. Dalam melakukan amar am'ruf tidak perlu kekerasan dan intimidasi, karena banyak sekali sekelompok ormas muslim memaknai amar ma'ruf nahi mu'kar secara radikal. Maka, atas dalil tersebut mereka melakukan aksinya dengan cara kekerasan seperti merusak diskotik, tempat hiburan malam dan pemberantasan minuman keras secara paksa. Menurut teologi Asya'riah dalam melakukan amar ma'ruf nahi mu'kar kita tidak perlu melakukannya dengan cara kekerasan yang akhirnya merugikan orang lain. Pemikiran tersebut juga didasari pada perintah untuk memberikan peringatan kepada manusia dengan cara yang baik, menyampaikan nasehat dengan bijak dan dengan argumentasi yang santun.²⁴

3. Mau'izah Hasanah

Istilah *mau'izah hasanah* (nasehat yang baik) merupakan aktivitas dakwah yang berorientasi pada memberikan nasehat kepada seseorang.

²³ Abdul Basit, *filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013). Hlm. 46-50

²⁴ Abdul Basit, *filsafat Dakwah*,..Hlm. 46-50

Penasehatan yang dimaksud bisa dilihat dari sisi kegiatan dan sumber-sumber penasehatan. Dilihat dari perspektif kegiatan, ada penasehatan yang berkaitan dengan pendidikan, keagamaan, perkawinan dan sosial skill. Sedangkan penasehatan dapat diambil lewat Al-Quran maupun kehidupan alam semesta. Banyak nasehat atau hikmah yang bisa kita ambil dari Al-Quran juga dari kehidupan alam semesta.

4. Tabsyir dan Tandzir

Secara bahasa *tabsyir* berarti memberikan kabar gembira dengan mengilustrasikan pahala atau dengan janji mendapatkan kehidupan surga bagi orang yang beriman dan menjalankan amal sholeh.²⁵ Seperti dalam surat Al-Maidah ayat 9

Sedangkan *tandzir* yang berarti memberikan peringatan atau ancaman bagi orang-orang yang melanggar syariat melalui ilustrasi sanksi, akibat buruk dan ancaman yang pahit²⁶, seperti dalam surah At-Taubah ayat 5.

Namun pada dasarnya makna dari tabsyir dan tandzir lebih berorientasi kepada kegiatan dakwah yang bersifat memberikan motivasi seseorang agar lebih berprestasi dan berkualitas secara agama.²⁷ Dengan adanya ilustrasi tersebut akan memberikan semangat dalam melakukan kebaikan dan mengamalkan amal sholeh.

5. Ta'lim dan Tarbiyah

Ta'lim diartikan sebagai proses pengajaran yang memperkuat tingkat pemahaman masyarakat. Sedangkan *tarbiyah* selain mengandung nilai-nilai pengajaran juga mendorong manusia untuk melaksanakan di dalam kehidupan sehari-harinya. *Tarbiyah* tidak hanya melakukan proses transfer ilmu pengetahuan semata. Namun, juga melakukan proses transfer nilai-nilai ajaran islam. Dalam konteks dakwah *ta'lim* dan *tarbiyah* merupakan upaya lebih lanjut dari kegiatan *tabligh*.

²⁵ Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002). Hlm. 78-80

²⁶ Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran...* Hlm. 78-80

²⁷ Abdul Basit, *filsafat Dakwah,...* Hlm. 46-50

Didalamnya terjadi proses intensifikasi pemahaman dan penguasaan ajaran agama islam karena *ta'lim* dan *tarbiyah* tidak dapat dilakukan secara insidental dan temporer, akan tetapi membutuhkan waktu yang panjang dan harus dilakukan secara terus menerus. Maka, harus dilakukan secara intensif baik dalam waktu mingguan atau bulanan.²⁸

C. Dasar Hukum Dakwah.

Dakwah adalah suatu kewajiban bagi umat muslim baik muslim laki-laki maupun muslim perempuan dengan berbagai bentuk dakwah seperti amar ma'ruf nahi mu'kar, berjihad, memberi nasehat dan sebagainya. Dasar hukum dakwah yang paling utama telah tertera di dalam Al-Qur'an dan As-Sunah. Di dalam kitab Al-Qur'an banyak ayat yang memerintahkan manusia untuk saling menyeru amar ma'ruf kepada kebaikan agar mendapatkan kebahagiaan diakhirat dan nahi mu'kar yaitu untuk saling mengingatkan atau mencegah manusia untuk berbuat kemungkaran agar agar terhindar dari api neraka. Seperti yang terkandung dalam surah At-Tahrim ayat 6:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا قُوْا اَنْفُسَكُمْ وَاٰهْلِيْكُمْ نَارًا وَقُوْدُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ
عَلَيْهَا مَلٰٓئِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُوْنَ اِلٰهَ مَا اَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُوْنَ مَا

IAIN PURWOKERTO  يُؤْمَرُوْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.

Pada dasarnya berdakwah merupakan suatu tugas pokok para Rasul dan mereka diutus ke bumi untuk berdakwah kepada kaumnya agar mereka beriman kepada Allah SWT dan beribadah kepadanya, seperti yang telah disebutkan di dalam Al-Quran dibawah ini:

²⁸ Abdul Basit, *filsafat Dakwah*,...Hlm. 46-50

لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ ۖ فَقَالَ يَنْقُومِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ إِلَٰهِ غَيْرُهُ ۖ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥٩﴾

“sesungguhnya telah kami utus Nabi Nuh kepada kaumnya seraya ia berkata: Hai kaumku sembahlah Allah tidak ada bagimu tuhan selain darinya.” (QS. Al-A’raf ayat 59)

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ۗ فَمِنْهُمْ مَّنْ هَدَىٰ اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ ۚ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِبِينَ ﴿٣٦﴾

“dan sesungguhnya Kami telah mengutus Rasul pada tiap-tiap umat (untuk menyerukan): "Sembahlah Allah (saja), dan jauhilah Thaghut[826] itu", Maka di antara umat itu ada orang-orang yang diberi petunjuk oleh Allah dan ada pula di antaranya orang-orang yang telah pasti kesesatan baginya[826]. Maka berjalanlah kamu dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul).” (QS. An-Nahl ayat 36)

Dari ayat-ayat di atas menjelaskan bahwasanya Allah telah mengutus seseorang Rasul dari setiap kaum untuk menyerukan ajaran islam agar kaum tersebut beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT. Dan bahwasanya kewajiban melakukan dakwah hanya dibebankan kepada Rasul. Rasul diturunkan kebumi antara lain hanya melakukan suatu pengabdian kepada Allah dalam melaksanakan tugas yaitu untuk menyerukan ajaran islam. Namun, setelah Rasulullah tiada kewajiban bedakwah kemudian dibebankan kepada ummatnya, hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW:

إِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ، إِنَّ الْأَنْبِيَاءَ لَمْ يُوْرَثُوا دِينَارًا وَلَا دِرْهَمًا إِنَّمَا وَرَثُوا الْعِلْمَ فَمَنْ أَخَذَ بِهِ فَقَدْ أَخَذَ بِحِطِّ وَافِرٍ

“Sesungguhnya ulama adalah pewaris para Nabi. Sungguh para Nabi tidak mewariskan dinar dan dirham. Sungguh mereka hanya mewariskan ilmu. Maka barangsiapa mengambil warisan tersebut ia

telah mengambil bagian yang banyak.” (H.R. At-Tirmidzi, Ahmad, Ad-Darimi, Abu Dawud, dan Ibnu Majah).

Dari hadist di atas telah dikatakan oleh Nabi Muhammad SAW bahwasanya Ulama adalah pewaris para Nabi. Namun apa yang diwarisi para Nabi, mengutip pendapat dari Syekh Ali Mahfud yang menyatakan bahwasanya yang diwarisi oleh para Nabi kepada Ulama ialah ilmunya, yakni ilmu Nabi yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, sedangkan sasarannya adalah rahani dan mental. Kemudian terhadap ilmu yang diwarisi oleh Nabi, Rasulullah pernah bersabda:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

“Sampaikanlah olehmu daripadaku walaupun satu ayat” (HR. Bukhari No. 3461)

Berdasarkan hadist di atas maka jelas bahwa tugas dakwah yang semulanya dipikul oleh para nabi kemudian setelah Nabi tidak ada diwariskan kepada para Ulama. Kemudian apakah tugas berdakwah hanya dibebankan kepada para ulama atau kepada semua ummat. Dalam hal ini Allah berfirman dalam surah Ali Imran ayat 104:

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

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mu'kar, merekalah orang-orang yang beruntung”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa hukum melakukan dakwah adalah fardu kifayah, menurut Ilyas Ismail bahwa hukum dakwah dibebankan kepada suatu komunitas tertentu yang berkompeten dalam suatu masyarakat dan memiliki kemampuan secara strategis dalam melakukan aktivitas dakwah.²⁹ Namun bukan berarti dalam melakukan dakwah hanya

²⁹ A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filosafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2011). Hlm. 65

dibebankan kepada suatu organisasi. Dalam bukunya Ilyas Ismail juga menyebutkan bahwa tugas melakukan aktivitas dakwah adalah fardu ‘ain yaitu dibebankan kepada setiap individu.³⁰

D. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah suatu komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Menurut M. Munir dan Wahyu Ilaihi dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Dakwah* menyebutkan enam unsur dakwah yang harus diperhatikan.³¹ Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah) dan *atsar* (efek dakwah).

1. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah atau yang mengajak baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan untuk mengamalkan ajaran-ajaran islam yang dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok atau lewat organisasi. Kata da'i juga lebih dikenal dengan istilah mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran islam) dan juga khatib (orang yang berkhotbah). Namun, konotasinya sangat sempit. Karena masyarakat pada umumnya mengartikannya sebagai seseorang yang menyampaikan ajaran islam melalui lisan saja.³² Namun, pada hakikatnya dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik dengan lisan, perbuatan maupun tulisan atau media yang lainnya yang memiliki tujuan yang sama yaitu amar ma'ruf nahi mu'kar. Allah swt berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤﴾

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan

³⁰ A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filosafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*,... Hlm. 64

³¹ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). Hlm. 21

³² M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 21-22

mencegah dari yang mu'kar, merekalah orang-orang yang meruntung” (Qs. Ali Imran: 104)

Menurut Wahidin Saputra dalam bukunya Pengantar Ilmu Dakwah mendefinisikan bahwa dai adalah orang yang aktif melaksanakan dakwah kepada masyarakat. Ahli dakwah adalah *wa'da, mubaligh mustama'in* (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran dan pelajaran agama islam.

Dalam melaksanakan dakwah para dai dituntut mengetahui bagaimana cara menyampaikan ajaran islam dengan baik juga benar agar pemikiran dan perilaku manusia tidak melenceng. Dan dai juga harus mampu memberikan solusi kepada masyarakat atas persoalan-persoalan yang ada dalam masyarakat. Menurut Musthafa Ar-Rafi'i ada beberapa syarat dan sifat yang harus dimiliki oleh seorang juru Da'i, yaitu:

- a. Amal dan kegiatannya harus ikhlas karena mencari ridho Allha.
- b. Seorang Da'i harus menjadi teladan bagi lingkungan sekitar.
- c. Menempuh cara hikmah (*bijaksana*) terhadap lingkungan sekitar.
- d. Seorang Da'i harus betul-betul menguasai ilmu yang sesuai dengan zamannya.
- e. Seorang Da'i harus lembut dalam menyampaikan nilai-nilai Islam dan lembut dalam menyikapi permasalahan yang ada di lingkungan sekitar.
- f. Dalam dakwahnya ia bertujuan menarik manfaat dan menghilangkan kemudhoratan dan menegakkan agama Islam.
- g. Harus sabar dan tabah menghadapi cobaan.
- h. Harus mengetahui tabiat kejiwaan Jama'ahnya dengan memperhatikan apa yang mereka inginkan.³³

2. Mad'u

Mad'u adalah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah dai, atau penerima dakwah, baik seorang individu maupun secara berkelompok. Baik mereka yang telah memeluk agama islam maupun mereka yang belum memeluk agama islam. Bagi mereka yang belum

³³ Musthafa Ar-Rafi'i, *Potret Juru Dakwah*, (Jakarta Timur: Al-Kausar, 2002). Hlm. 38-

memeluk agama islam dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti agama islam dan bagi mereka yang telah memeluk agama islam dakwah bertujuan smeningkatkan kualitas iman, islam dan ikhsan. Di dalam Al-quran dijelaskan ada tiga tipe seorang mad'u yaitu: Mukmin, Kafir dan Munafik. Kemudian dari ketiga tipe tersebut dikelompokan lagi menjadi beberapa kelompok. Orang Mukmin dibagi menjadi tiga yaitu: *dzolim linafsih, muqtashid dan sabiqul bil kairat*. Kemudian Kafir dibagi menjadi *Kafir zimmi* dan *Kafir harbi*. Namun, tak hanya dilihat dari sudut kereligiusannya saja, menggolongkan Mad'u sama dengan menggoalongkan dari aspek manusia itu sendiri dari aspek profesi, ekonomi, lingkungan, usia dan seterusnya.³⁴

Menurut Muhamad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

- a. Golongan cerdas cendikiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis dan cepat dapat menangkap pemahaman.
- b. Golongan Awam yaitu golongan orang yang keba nyakan belum dapat berpikir secara kritia dan mendalam serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi mengenai agama.
- c. Golongan yang bukan cerdas tapi juga bukan golongan awam, yaitu golongan orang yang senagn membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu semata dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.³⁵

3. Maddah

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan dari dai kepada mad'u. Hal ini jelas materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u adalah mebahas tentang ajaran islam. Materi dakwah juga menyesuaikan dengan pendidikan, usia, serta latar belakang mad'u. Hal tersebut karenan seorang dai harus mampu memilih metode dan materi yang pas diberikan kepada mad'u agar pesan yang disampaikan oleh da'i dapat diterima

³⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983) hlm.

³⁵ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 23-24

dengan mudah. Adapun secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan kedalam empat pokok, yaitu:

a. Masalah Aqidah

Pokok utama yang menjadi dasar materi dakwah adalah tentang aqidah islamiah. Aspek akidah ini yang membentuk moral manusia. Oleh karena itu, yang menjadi bahan pokok utama dalam dakwah yang pertama adalah tentang ketauhidan dan keimanan seseorang terlebih dahulu, bagaimana manusia beriman kepada Allah swt dan mengesakannya. Iman merupakan suatu esensi dalam ajaran agama islam. Islam juga erat kaitannya antara akal dan wahyu. Dalam Al-Quran istilah iman tampil dalam variasi sebanyak 244 kali. Dan yang paling sering diungkapkan di dalam Al-Quran diawali dengan "*wahai orang-orang beriman*"

b. Masalah Syariah

Syariah adalah aturan-aturan yang ditetapkan oleh Allah swt sebagai pedoman untuk digunakan oleh manusia bagaimana berhubungan baik dengan tuhannya, dengan saudaranya sesama muslim maupun non-muslim dan bagaimana berhubungan baik dengan Alam sekitar yang telah ditetapkan didalam Al-Quran maupun As-Sunah. Pada dasarnya Ilmu Syariah adalah ilmu yang menyangkut tentang sosial dan moralitas yang ditujukan untuk mengarahkan kehidupan manusia dengan nilai-nilai agama agar kehidupan manusia yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama islam.

c. Masalah Mu'amalat

Islam merupakan agama yang menekankan urusan *mu'amalah* yaitu bagaimana seorang muslim hidup secara sosial dengan orang lain. Mu'amalat merupakan ilmu ibadah kemasyarakatan bagaimana ia hidup berdampingan dengan sesama manusia, dengan alam dan dengan lingkungan sekitar. Maka dijelaskan bahwa islam adalah agama yang menjadikannya bumi ini masjid. Bahwa untuk melakukan ibadah tidak

hanya dengan sholat namun juga bagaimana kita hidup bermanfaat bagi orang lain.

d. Masalah Akhlak

Menurut Imam Al-Ghazali akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Ilmu akhlak adalah ilmu yang membahas sifat-sifat dan perbuatan manusia atau dengan kata lain membahas tata perilaku seseorang terhadap orang lain. Materi akhlak diorientasikan untuk dapat menentukan baik atau buruk, akal dan kalbu berupaya untuk menentukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat.³⁶

4. Media

Media berasal dari bahasa latin yaitu *median* yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak dari median, secara bahasa istilah media yaitu segala sesuatu yang dapat dijadikan alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan arti dari media dakwah tidak beda jauh, yaitu segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah dapat berupa barang, orang, tempat, kondisi dan sebagainya yang memiliki peran sebagai alat bantu demi menunjang keberhasilan dakwah. Seorang da'i dalam melakukan dakwah harus efektif dan efisien. Maka, dai harus dapat mengorganisir unsur-unsur dakwah secara baik dan tepat. Salah satunya komponennya adalah media dakwah.³⁷ Hamzah Yaqub membagi dakwah menjadi lima macam yaitu:

- a. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah menggunakan lisan dapat berupa pidato, ceramah, kuliah, bimbingan dan sebagainya dan sering kita jumpai di banyak tempat

³⁶ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 21-31

³⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*,...Hlm. 163

- b. Tulisan adalah media yang dapat berupa buku, majalah, surat kabar, sependuk, koran, puisi, cerpen, esai dan sebagainya.
 - c. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur dan sebagainya.
 - d. Audiovisual adalah media dakwah yang merangsang indra pendengaran, penglihatan seperti televisi, film, internet, video dan sebagainya.
 - e. Akhlak adalah media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam secara langsung melalui sosok figur.³⁸
5. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai seorang dai untuk menyampaikan ajaran dakwah. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah metode sangat penting dalam penyampaian pesan terhadap mad'u, karena dalam menyampaikan pesan dakwah walaupun itu baik namun disampaikan dengan metode yang tidak benar, maka pesan tersebut akan ditolak oleh mad'u.³⁹ jadi, metode sangat mempengaruhi proses penerimaan pesan dakwah. Ada tiga metode dalam penyampaian dakwah, yaitu:

- a. Bil Hikmah, yaitu berdakwah dengan menyesuaikan kondisi dan situasi sasaran dakwah dengan menitik beratkan kemampuan mereka, sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam mereka tidak merasa adanya paksaan.
- b. Mau'izatul Khasanah, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran agama islam yang disampaikan dapat menyentuh hati
- c. Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara tukat pikiran, berdiskusi, atau berdebat dengan cara yang baik dengan mencari suatu kebenaran dalam membahas suatu permasalahan bersama-sama dengan

³⁸ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 32

³⁹ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 33-34

mengedepankan argumentasi-argumentasi yang disampaikan dengan dalil-dalil yang kuat untuk meyakinkan dan mematahkan logika lawan.⁴⁰

6. Efek Dakwah

Dalam melakukan suatu dakwah tentunya yang diharapkan oleh seorang pendakwah atau Da'i tentunya efek dapat memberikan efek dakwah dari penerima dakwah atau Mad'u. Efek dakwah jika dilihat dari ilmu komunikasi biasa disebut feed back atau umpan balik dari proses dakwah atau lebih sederhanya umpan balik yang terjadi pada Mad'u dari proses dakwah.⁴¹ Menurut Jalaluddin Rahmat dalam buku Komunikasi Dakwah karya Wahyu Ilaihi ini, efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

- a. Efek kognitif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak.
- b. Efek afektif, yaitu efek yang timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
- c. Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.⁴²

E. Tujuan Dakwah

Merumuskan tujuan dakwah merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui arah yang akan dituju dalam melaksanakan aktivitas dakwah. Hal yang terpenting dalam merumuskan tujuan dakwah ialah kita perlu mengetahui latar belakang mad'u, laki-laki, perempuan, dewasa, remaja, berpendidikan tinggi atau tidak, masyarakat desa atau kota dan sebagainya. Semakin dalam kita mengetahui latar belakang mad'u akan semakin baik dan mudah dalam menyusun tujuan dakwah. Tujuan dakwah dimaksud untuk memberi arahan atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah.. Tujuan

⁴⁰ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 34

⁴¹ M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 34

⁴² M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,...Hlm. 35

dakwah dibagi menjadi dua bagian, yaitu tujuan dakwah secara umum dan tujuan dakwah secara khusus.⁴³

1. Tujuan Umum Dakwah

Tujuan umum dakwah adalah sesuatu yang hendak ingin dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Tujuan dakwah sebagaimana yang telah dijelaskan dalam firman Allah adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar, jalan yang diridhai oleh Allah SWT agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Seperti yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 201:

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً

وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿٢٠١﴾

“Ya Allah, berikanlah kepada kami kebaikan dunia, berikan pula kebaikan di akhirat dan lindungi kami dari siksa neraka.”

Kebahagiaan di dunia dan akhirat merupakan titik tujuan hidup manusia, sedangkan dakwah merupakan suatu jalur yang menunjukkan arah kepada kebaikan dunia dan akhirat. Namun, tujuan dakwah tersebut masih bersifat ijmali atau secara umum, maka masih membutuhkan perumusan-perumusan secara tafshili (terperinci) pada bagian lain.

2. Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah merupakan suatu proses perumusan tujuan secara terperinci dari pada tujuan umum dakwah. Tujuan ini bertujuan agar dalam pelaksanaan dakwah seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui dimana arahnya.⁴⁴ Tujuan khusus dakwah ialah menentukan bagaimana pelaksanaan dakwah yang sesuai, siapa yang menjadi objek dakwah, dan bagaimana metode dakwahnya dan lain-lain. Tujuan khusus dakwah berkaitan dengan strategi dakwah, yaitu merumuskan strategi dakwah yang tepat dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada dan mencari

⁴³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983) hlm.

⁴⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*,..Hlm. 54

metode dakwah yang efisien dan efektif sehingga dapat diterima oleh mad'u dengan mudah. Oleh karena itu ada beberapa tujuan khusus dakwah yang perlu diketahui, yaitu:

- a. Mengajak umat muslim untuk meningkatkan ketaqwaannya kepada Allah.
- b. Memberikan binaan bagi mereka yang baru memeluk islam.
- c. Mengajak mereka yang belum beriman kepada Allah agar beriman.
- d. Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari ajaran islam
- e. Mengajarkan Al-Quran
- f. Membiasakan untuk memiliki akhlak yang baik⁴⁵

F. Strategi Dakwah

Strategi merupakan rencana tindakan termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja dan belum sampai pada tindakan. Sedangkan makna dari dakwah sendiri merupakan suatu ajakan atau seruan seorang dai terhadap mad'unya dalam menyampaikan ajaran islam agar mereka beriman kepada Allah untuk mendapatkan keselamatan di dunia dan di akhirat. Maka, jika kita kolaborasikan, makna strategi dakwah adalah suatu proses perencanaan dalam mengambil keputusan dan tindakan baik secara jangka panjang maupun jangka pendek dalam melakukan dakwah atau menyerukan ajaran islam terhadap mad'u yang dilakukan secara terorganisasi dalam mencapai suatu tujuan.

Menurut Asmuni Syukir, strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas kegiatan dakwah. berbeda dengan pendapat diatas menurut Moh Ali Aziz Strategi dakwah adalah suatu perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai

⁴⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Stratgi Dakwah Islam*,... Hlm. 55-60

tujuan dakwah tertentu dengan penyesuaian yang tepat terhadap obyek dakwah atau Mad'u yang sedang dihadapi.⁴⁶

Namun, pada dasarnya strategi dakwah dilakukan antara lain untuk mempermudah proses kegiatan dakwah yang dilakukan dengan melihat atau mencermati bagaimana metode dan taktik yang akan dilakukan agar proses dakwah dapat berjalan dengan lancar dan baik. Maka dalam melakukan proses strategi dakwah kita harus memperhatikan asas-asas dakwah sebagai acuan untuk menentukan strategi yang akan dilakukan. Asas-asas tersebut antara lain:

1. Asas Filosofis

Asas filosofis yaitu dalam melakukan dakwah, kita perlu mengetahui tujuan dan gerakan dakwah yang ingin dicapai dalam melakukan proses aktifitas dakwah. Maka, dalam organisasi dakwah diperlukan visi dan misi yang akan menjadi acuan atas proses aktifitas dakwah.

2. Azas kemampuan dan keahlian da'i

Azas ini membahas kemampuan dan keahlian da'i dalam menyebarkan ajaran islam. Seorang da'i harus memiliki keilmuan di bidang agama, memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas serta yang paling penting ialah sosok seorang da'i harus memiliki akhlak yang mulia sehingga bisa dijadikan sebagai suri tauladan terhadap mad'u.

3. Azas sosiologis

Seorang da'i harus mampu berbaur dalam masyarakat sekitar dan memiliki komunikasi dan hubungan yang baik dengan masyarakat. Da'i juga harus mampu membahas dan memecahkan masalah-masalah yang erat hubungannya dengan masyarakat.

4. Azas psycologis

Azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitu pula sasaran dakwahnya yang memiliki karakter unik dan berbeda satu sama lain.

⁴⁶ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2004). Hlm. 349

Pertimbangan-pertimbangan masalah psikologi harus diperhatikan dalam proses dakwah.

5. Azas efektifitas dan efisiensi

Azas ini maksudnya adalah di dalam aktifitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkannya dengan pencapaian hasilnya. Bahkan jika bisa waktu, biaya dan tenaga yang seminimal mungkin dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin.⁴⁷

Strategi dakwah merupakan perencanaan yang berisi rangkaian suatu kegiatan yang telah didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan strategi dakwah, yaitu:

- a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya yang ada dalam proses keberhasilan dakwah. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan kerja.
- b. Strategi disusun untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi merupakan pencapaian strategi. oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta harus melihat peluang serta resiko yang akan dihadapi nanti.⁴⁸

G. Bentuk-bentuk strategi dakwah

Strategi dakwah merupakan suatu proses perencanaan secara sistematis dalam melakukan kegiatan dakwah dengan memanfaatkan sumber daya yang telah ada. Dalam buku *Strategi dakwah* Arsam memaparkan ada beberapa bentuk strategi dakwah yaitu:

1. Strategi dakwah berdasarkan Al-Quran.

Ada beberapa bentuk strategi yang terkandung dalam Al-Quran seperti yang terkandung di dalam Surah An-Nahl ayat 125.

⁴⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*,..hlm. 33

⁴⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*,...Hlm, 350

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Ajaklah kepada jalan Tuhanmu dengan jalan hikmah (kebijaksanaan) dan ajaran-ajaran (nasihat-nasihat) yang baik. Dan bertukar pikiranlah dengan cara yang baik. sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui orang-orang yang sesat dari jalannya dan lebih mengetahui siapa orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dari keterangan ayat tersebut diatas ada tiga strategi yang dapat dilakukan dalam melakukan aktivitas dakwah yaitu dengan cara Hikmah, (kebijaksanaan), Mau'idzah hasanah (nasihat-nasihat) dan Mujadalah bil lathi hiya ahsan (diskusi dengan cara yang baik)

2. Strategi dakwah Rasulullah

Dalam melakukan dakwahnya Rasulullah SAW menggunakan strategi-strategi tertentu. Strategi yang diterapkan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi saat itu. Strategi dakwah yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah melakukan dakwah secara diam-diam kemudian berdakwah secara terang-terangan dengan menawarkan islam kepada kabilah-kabilah. Kemudian, setelah mendapat penolakan yang amat keras di kota mekah, lalu Rasulullah melakukan Hijrah dan akhirnya diterima dan disambut baik. Melihat masyarakat muslim di Madinah yang semakin banyak, kemudian Rasulullah SAW membentuk dan membina masyarakat dalam menjaga kesatuan dan persatuan ukhwh islamuyah maupun terhadap non-muslim Madinah dengan membentuk suatu perjanjian yang dikenal sebagai Piagam Madinah. Tak hanya itu Rasulullah juga mengirimkan surat perdamaian terhadap Raja-raja diluar Arab dalam membentuk perdamaian dunia. Menurut Awwaludin Pimaya ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW di kota Madinah.

- a. Dakwah secara diam-diam
- b. Dakwah semi terbuka
- c. Dakwah secara terbuka
- d. Hijrah ke Madinah
- e. Dakwah dengan keteladanannya

Sedangkan strategi dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW saat di Madinah adalah:

- a. Menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan dan pembinaan masyarakat
- b. Menciptakan asas-asas masyarakat islam di Madinah

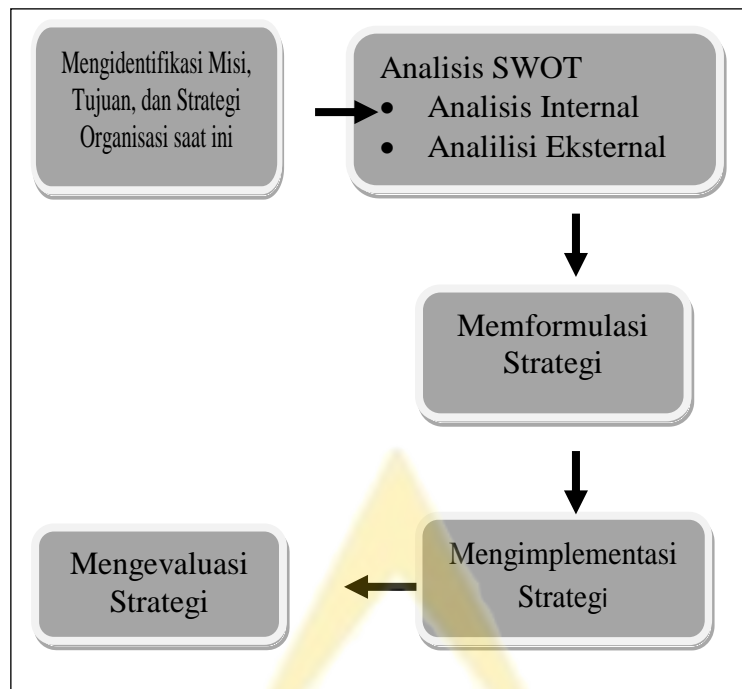
3. Strategi organisasi dakwah.

Merupakan suatu strategi dakwah yang dilakukan oleh setiap organisasi atau kelompok dakwah. Setiap organisasi dakwah memiliki ciri khas masing-masing dan memiliki metode bahkan media yang berbeda-beda. Hal tersebut terlihat dari analisis lingkungan sekitar dan sumber daya masyarakat setempat. Seperti contoh organisasi dakwah di Indonesia: Nahdhotul Ulama, Muhammadiyah, Persis, Al-Irsyad Al-Islamiyah dan LDII. Setiap organisasi dakwah memiliki obyek dakwah masing-masing. Dan mereka memiliki strategi tersendiri yang bersifat privasi.⁴⁹

Dari uraian di atas oleh karena itu suatu organisasi maupun perusahaan, dalam menentukan suatu strategi harus mempertimbangkan perencanaan, analisis lingkungan serta implementasi strategi. Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, dalam buku manajemennya mengemukakan bahwa ada enam proses manajemen strategi⁵⁰. seperti yang terdapat dalam tabel dibawah ini:

⁴⁹ Arsam, *Manajemen dan Strategi Dakwah*. (Purwokerto: STAIN Press, 2016), hlm. 55-

⁵⁰ Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen*, (Jakarta: Airlangga, 2014). Hlm.



Adapun pengertian dari keenam proses strategi tersebut ialah sebagai berikut:

a. Mengidentifikasi Misi, Tujuan dan Strategi

Setiap organisasi membutuhkan misi. Mendefinisikan sebuah misi akan memaksa manajer untuk mengidentifikasi yang harus dilakukan organisasi dalam menjalankan kegiatan. Visi dan misi merupakan penetapan sasaran dan objektif jangka panjang (visi) serta menentukan langkah-langkah apa saja yang harus diambil untuk mempertegas dan memperjelas prioritas fungsi fungsi tiap manajemen perusahaan agar pekerja, top manajemen dan fungsional perusahaan dapat saling bersinergi dan berkolaborasi untuk mencapai visi sebagai tujuan yang telah ditentukan. Menurut Taufiqurahmohman dalam bukunya yang berjudul Manajemen Strategi menyatakan bahwa ada empat proses perumusan visi yaitu:

- 1) Tentukan rentang waktu dan lingkup analisis secara tepat
- 2) Identifikasi trend sosial ekonomi, politik dan teknologi yang akan mempengaruhi masa depan

- 3) Identifikasi kondisi persaingan
- 4) Evaluasi sumber daya dan kapabilitas internal⁵¹

b. Analisis Eksternal

Analisis eksternal merupakan proses menganalisis lingkungan sekitar. Proses menganalisis lingkungan sekitar untuk mengetahui apakah persaingan sedang dilakukan di luar sana, bagaimana peraturan legislatif dapat mempengaruhi organisasi atau perusahaan dan seperti apa pasokan tenaga kerja di lokasi beroperasinya. Dalam analisis eksternal seorang pemimpin organisasi atau perusahaan harus memeriksa lingkungan khusus dan umum untuk melihat tren serta perubahan.⁵²

Setelah menganalisis lingkungan, perusahaan atau manajer harus menunjukkan peluang apa yang dapat dieksploitasi organisasi atau perusahaan dan ancaman yang harus dihadapi atau diredam. Peluang adalah tren positif dalam lingkungan eksternal sementara ancaman adalah tren negatif dalam lingkungan eksternal.

c. Analisis Internal

Analisis terhadap lingkungan internal organisasi atau perusahaan bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada sumber daya yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan dan proses bisnis internal dapat dikatakan memiliki kemampuan (*capability*) yang akan menciptakan distinctive competencies. Sehingga organisasi atau perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif. Sedangkan jika sumber daya dan proses bisnis internal organisasi atau perusahaan tidak mampu menciptakan distinctive competencies dan organisasi atau perusahaan kalah dalam melakukan persaingan, maka sumber daya dan proses bisnis internal tersebut dikatakan memiliki berbagai kelemahan.

⁵¹ Taufiqurohman, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016) hlm. 46

⁵² Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen*, ...Hlm. 214

d. Memformulasikan Strategi

Setelah menganalisis strategi dengan alat bantu SWOT kemudian suatu organisasi maupun perusahaan melakukan analisis strategi. menganalisis strategi dengan mengkaji kembali visi dan misi strategi organisasi yang akan dijalankan agar sesuai. Sebagaimana visi dan misi organisasi maupun perusahaan, jika visi dan misi berubah maka strategi yang dilakukan juga berubah. Dengan demikian formulasi strategi akan mengacu kepada visi dan misi organisasi. Menurut Crown Dirgantoro formulasi strategi adalah aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Aktivitas-aktivitas tersebut biasa dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu: analisis strategi, perencanaan strategi dan pemilihan strategi. Untuk dapat melakukan formulasi dengan baik, maka ada ketergantungan yang erat dengan analisis lingkungan yang dimana formulasi strategi membutuhkan data atau informasi dari analisis lingkungan. Maka, dalam melakukan formulasi strategi ada beberapa hal yang patut untuk dipertimbangkan, diantaranya adalah:

- 1) Harus dipahami benar visi, misi dan objektif organisasi atau perusahaan, sehingga kita tahu kearah mana organisasi atau perusahaan akan dibawa dan bagaimana membawa tujuan organisasi ke arah tersebut
- 2) Kemampuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal maupun lingkungan eksternal yang sedang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan pada saat ini. dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut akan mempermudah dalam memahami keberhasilan atau kegagalan dalam mencapai tujuan.
- 3) Mencari alternatif solusi yang biasa dilakukan dalam untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efisien dimasa yang akan datang⁵³

⁵³ Fred R. David dan Forest R. David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Selemba Empat, 2015). Hlm.82

e. Mengimplementasi Strategi

Setelah melakukan formulasi strategi langkah selanjutnya ialah mengimplementasikan strategi yang telah dirancang. Li mendefinisikan Implementasi strategi adalah suatu proses yang dinamis, berurutan dan kompleks yang terdiri dari serangkaian tindakan dan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal yang saling berhubungan, dengan tujuan mengubah berbagai rencana strategis menjadi kenyataan untuk mencapai tujuan organisasi.⁵⁴

Program-program yang dibuat suatu organisasi harus sesuai dengan prosedur yang menjelaskan secara rinci bagaimana suatu kegiatan harus dilakukan. Prosedur akan menjelaskan bagaimana aktivitas yang harus dilakukan untuk menyelesaikan suatu program. Selain itu organisasi harus mengembangkan struktur organisasi yang akan memudahkan implementasi strategi yang telah dipilih organisasi. Berdasarkan kajian literatur yang dilakukan oleh Li, Gouhui dan Eppler, terdapat tiga perspektif dalam memandang pengertian dari implementasi strategi yaitu:

- 1) Proses Perspective: menurut cara pandang ini, implementasi strategi merupakan serangkaian langkah berurutan yang sudah direncanakan dengan sangat cermat.
 - 2) Behavior Perspective: cara pandang ini menganggap implementasi strategi merupakan suatu serangkaian tindakan dan menilai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan eksekusi strategi dari sudut pandang pelaku
- f. Hybrid Perspective: sebagaimana tersirat dari namanya, pendekatan ini memandang implementasi strategi sebagai suatu kombinasi antara proses implementasi strategi dan perilaku pihak-pihak yang mengeksekusi strategi.⁵⁵

⁵⁴Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2012). Hlm.204

⁵⁵Ismail, Sholihin *Manajemen Strategi*,...hlm. 202

g. Mengevaluasi Strategi

Pada tahap evaluasi organisasi akan membandingkan kinerja aktual yang dicapai oleh organisasi dengan standar kinerja. Hasil evaluasi akan dijadikan dasar bagi organisasi dalam melakukan pengendalian, apakah kinerja aktual dengan kinerja standar sudah sesuai dengan target yang dicapai ataukah perbedaan antara kinerja aktual dengan kinerja standar masih sangat jauh dalam target. Maka, diperlukan tindakan koreksi. Hasil evaluasi kemudian menjadi umpan balik bagi organisasi yang memungkinkan organisasi melakukan perbaikan dalam setiap langkah proses manajemen strategi dari proses analisis sampai tahap evaluasi.⁵⁶

Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya mengacu pada proses analisis strategi yang dimana menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu alat untuk menganalisis formulasi strategi dan untuk mengetahui hal apa yang perlu dilakukan setelah menganalisis dari segi kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan.

Menurut wheelner dan hunger, analisis SWOT merupakan sebuah langkah untuk dapat mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal organisasi atau perusahaan yang berpengaruh terhadap pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Lingkungan eksternal berisi variabel peluang dan ancaman (*opportunities* dan *threats*) yang berada di luar organisasi dan bukan merupakan hal yang dapat dikontrol oleh pemimpin organisasi maupun perusahaan dalam jangka waktu dekat. Sedangkan lingkungan internal organisasi terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan (*strenghts* dan *weaknesses*) yang berada di dalam tubuh organisasi atau perusahaan itu sendiri. Yang termasuk dalam variabel tersebut adalah struktur, budaya dan sumber daya yang ada dalam oraganisasi.

⁵⁶Stephen P.Robbins dan Mary Coulter,*Manajemen*,..hlm.83

maka dari hasil analisis faktor-faktor eksternal dan internal yang telah dilakukan oleh organisasi atau perusahaan kemudian dapat dilakukan formulasi strategi menggunakan matriks SWOT yang akan menghasilkan beberapa pilihan strategi yang merupakan hasil dari beberapa kombinasi antara unsur-unsur internal faktor internal dan faktor eksternal tersebut. seperti dalam tabel dibawah ini.

- 1) SO Strategi merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui sudut pandang bahwa organisasi atau perusahaan tersebut dapat menggunakan kekuatan yang mereka miliki dengan memanfaatkan berbagai peluang yang ada dalam organisasi atau perusahaan.
- 2) ST Strategi merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa organisasi atau perusahaan tertentu dapat menggunakan kekuatan yang mereka miliki untuk menghindari berbagai ancaman yang akan dihadapi organisasi atau perusahaan.
- 3) WO Strategi merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui satu cara pandang bahwa organisasi atau perusahaan tersebut dapat memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal dengan cara mengatasi berbagai kelemahan sumber daya internal yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan pada saat itu.
- 4) WT Strategi merupakan berbagai strategi yang pada dasarnya bersifat bertahan serta bertujuan untuk meminimalisir berbagai kelemahan dan ancaman yang ada.⁵⁷

singkatan dari *Strenght*, *Weaknesses*, *Oppertuniies* dan *Treats* adalah alat pencocokan penting yang membantu organisasi atau perusahaan mengembangkan empat tipe strategi yaitu: strategi kekuatan-kesempatan (*strenghts-opportunities-SO*), strategi kelemahan-kesempatan (*weaknesses-oppertunities-WO*), strategi kekuatan-ancaman (*strenghts-treats-ST*), dan strategi kelemahan-ancaman (*weaknesess-threats-WT*).

⁵⁷ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi*,...Hlm. 170

H. Syekhhermania

Syekhhermania adalah suatu komunitas atau suatu majelis pecinta sholat kepada nabi muhammad SAW. Rasa rindu akan Rasulullah menjadi motivasi terbentuklah perkumpulan ini, salah satu motivator sholat ialah Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf selaku pengasuh majelis ta'lim dan sholat *Ahbabbul Musthafa* dari Solo Jawa Tengah. Kata Syekhhermania diambil dari Ulama sekaligus sebagai motivator sholat Al-Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf. Habib Syekh begitu akrab disapa dalam berdakwah selalu mengajak para generasi muda untuk mencintai Rasulullah SAW dan mengingatkan untuk selalu bershalawat kepada Nabi Muhammad SAW. Metode dakwah dengan sholat yang dilakukan Habib Syekh banyak digandrungi anak muda khususnya generasi milenial.

Hal itu terbukti seluruh anggota yang tergabung dalam ikatan Syekhhermania sebagian besar merupakan para pemuda. Tidak seperti dengan group musik lain, biasanya dalam sebuah group musik seorang Leader dari group musik akan membentuk komunitas penikmat musiknya. Namun, Syekhhermania terbentuk secara alamiah tanpa sepengetahuan dari Habib Syekh.

Habib Syekh pernah mencoba mencegah kemunculan komunitas Syekhhermania. Pada tahun 2008 Habib Syekh berpesan agar memberhentikan komunitas Syekhhermania karena dia tidak mau pemuda yang suka sholatan disamakan dengan anak-anak muda yang suka maksiat, atau kumpulan-kumpulan yang unfaedah. Dia juga takut komunitas ini akan terjerumus ke dalam lembah politik dan masalah-masalah yang tidak bermanfaat. Namun, mereka menolak untuk dibubarkan, alasannya karena komunitas tersebut merupakan komunitas yang baik dan mereka menyanggupi untuk mengatur secara baik komunitas Syekhhermania. Akhirnya Habib Syekh menyetujui atas terbentuknya komunitas Syekhhermania dengan beberapa persyaratan:

1. Syekhhermania tidak berpolitik
2. Syekhhermania tidak huru-hara
3. Syekhhermania bukan wadah senang tak terkontrol, tapi wadah senang yang beradab⁵⁸

⁵⁸ <http://digilib.uinsby.ac.id/5180/6/Bab%203.pdf>

I. Generasi Milenial

Penelitian tentang perbedaan generasi ini pertama kali dilakukan oleh Mannheim. Menurut Mannheim generasi adalah suatu konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari suatu generasi adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun kelahiran dalam rentang waktu dua puluh tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Kemudian definisi diatas dikembangkan oleh Ryeder yang menyatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.⁵⁹

Generasi milenial merupakan sebuah istilah yang akhir-akhir ini muncul dan banyak diperbincangkan oleh banyak orang. Generasi milenial sering diidentikkan dengan generasi muda yang menguasai teknologi. Istilah milenial diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis amerika yaitu Wiliam Strauss dan Neil Howe, mereka berdua menciptakan istilah milenial pada tahun 1987.

Kata milenial merupakan suatu kelompok demografis (*cohort*) yang lahir setelah generasi X atau yang lebih populer dengan istilah ABG.⁶⁰

Secara demografis tahun kelahiran generasi milenial memiliki versi yang berbeda-bada, menurut Tapscott menyebut generasi milenial dengan istilah *Digital Generation* yang lahir antara tahun 1976-2000. ada juga yang menyatakan antara tahun 1983-2001. Kemudian Zemke et al menyebut generasi milenial dengan istilah *Nexters* yang lahir tahun 1980-1999. Berbeda dengan pendapat diatas, Oblinger menyebut generasi milenial dengan istilah *Generasi Y/ NetGen* yang lahir antara tahun 1981-1995. Dari beberapa pendapat diatas pada dasarnya generasi milenial lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi. Namun di Indonesia konsep

⁵⁹ Indah Budiarti dkk, *Statistik Gender: Profil Generasi Milenial Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018). Hlm.13

⁶⁰ <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>

generasi milenial adalah penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000.⁶¹

Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, sms, internet messaging dan media sosial seperti Facebook dan Twitter. Dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming.

Generasi milenial memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi yang sebelumnya (Generasi X, Generasi Baby Booming dan Generasi Veteran). Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, inovatif, mempunyai passion, dan produktif. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi milenial merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam seluruh aspek kehidupannya. Terbukti hampir seluruh generasi milenial menggunakan ponsel pintar. Dengan menggunakan perangkat tersebut generasi milenial lebih mudah dan efisien untuk melakukan komunikasi, mengakses situs, bertransaksi online hingga memesan jasa online.

Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian muktahir. Generasi milenial mempunyai karakteristik komunikasi terbuka, pengguna media sosial yang fanatik kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya⁶²

⁶¹ Indah Budiarti dkk, *Statistik Gender: Profil Generasi Milenial Indonesia*,...Hlm.16

⁶² Indah Budiarti dkk, *Statistik Gender: Profil Generasi Milenial Indonesia*,... Hlm.18

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui metode penelitian yang dilakukan penulis, maka akan dipaparkan bagaimana penulis dalam melakukan penelitian, antara lain sebagai berikut.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan oleh penulis ialah metode kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang sedang diamati.⁶³ jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Yaitu penelitian dengan cara melakukan pengamatan terhadap . Maka, diperlukan pengamatan dengan ikut serta dalam suatu kegiatan tersebut untuk mengetahui keadaan yang sedang berlangsung.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah yaitu peneliti bermaksud meneliti tentang bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh teman-teman Syekehrmania Purwokerto dalam menjaring para remaja milenial dalam mengikuti setiap kegiatannya dan apa yang menjadi daya tarik para pemuda.

1. Penelitian Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

a. Subyek penelitian

Subyekh penelitian adalah orang, benda atau tempat yang dapat membantu peneliti dalam menggali informasi yang sedang diteliti. Subjek penelitian disini dipilih menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yang dianggap paling tahu dan dapat mempermudah peneliti dalam menggali informasi.⁶⁴

⁶³ Lexy J. Moleong, *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: ROSDA, 2012) hlm. 4

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010. Hlm. 15

Adapun yang akan menjadi subjek penelitian pada penelitian ini adalah:

- 1) Ketua Syekhhermani Purwokerto
- 2) Sekertaris Syekhhermania Purwokerto
- 3) Anggota Syekhhermania Purwokerto

b. Obyek penelitian

Objek penelitian merupakan suatu sarana yang menjadi sarana untuk diteliti. Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian penulis adalah strategi dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi muda milenial.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di kantor sekretariat Syekhhermania Purwokerto di Jl. Kauman Lama, Purwokerto timur, Kabupaten Banyumas, Jawa tengah.

2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang dibutuhkan oleh peneliti. Sumber data mebantuu proses pencarian data sebanyak mungkin yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui keabsahan dari strategi dakwah yang diterapkan oleh Syekhhermani. Adapun sumber data dibagi menjadi dua yaitu bagian:

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan langsung oleh subjek penelitian yaitu dari ketua Syekhhermania Purwokerto, Pengurus Syekhhermania Purwokerto serta Anggota Syekhhermania Puerokerto. baik dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan sebagai penunjang informasi yang didapat melalui penelitian-penelitian sebelumnya, jurnal, maupun internet sebagai pelengkap data dan informasi yang ingin penulis dapatkan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian berupa prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam melakukan pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, obyektif dan rasional mengenai fenomena yang sedang diamati, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu.⁶⁵

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik Observasi partisipatif. Observasi partisipatif menurut Sugiyono, peneliti selain melakukan pengamatan juga melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, maka diharapkan data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan mengetahui tingkat makna setiap perilaku yang tampak. Seperti yang dikemukakan bahwa observasi partisipatif dapat digolongkan menjadi empat, yaitu partisipasi aktif, partisipasi moderat, observasi yang terasam, dan observasi lengkap.

Peneliti akan melakukan pengamatan disetiap aktivitas yang dilakukan. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui proses berjalan kegiatan dan untuk mengetahui bagaimana aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial

b. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan berpedoman pada panduan atau petunjuk wawancara yang berisi pokok-pokok yang ditanyakan dalam proses wawancara dengan maksud agar pokok-pokok yang direncanakan dapat tercakup seluruhnya. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden. Teknik

⁶⁵ Rohmad, *Pengembangan Instrumen Evaluasi dan Penelitian*, (Purwokerto: STAIN Press, 2015) hlm. 121

wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka atau pun melalui saluran telepon.

Wawancara dilakukan untuk mencari kebenaran yang kongrit dari segala kegiatan Syekhermania Purwokerto. Hasil wawancara akan terus ditelaah oleh penulis untuk mengetahui kebenaran dari hasil wawancara yang telah dilakukan. Maka, dengan wawancara secara eksklusif akan mempermudah kebenaran yang ada. Dalam wawancara ini peneliti akan mempersiapkan segala instrument yang akan digunakan dalam wawancara tentang aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Syekhermania Purwokerto terhadap generasi milenial, adapun yang akan menjadi sumber informasi adalah para pengurus dan anggota Syekhermania Purwokerto. Kemudian, peneliti akan melakukan wawancara mendalam terhadap informan yang telah ditentukan oleh peneliti baik secara tatap muka maupun melalui telepon.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat sesuatu laporan yang tersedia, metode ini dilakukan dengan melihat-lihat dokumen resmi seperti: monografi, catatan serta buku-buku peraturan yang ada.

Teknik ini digunakan untuk meneliti data-data berupa arsip dan catatan yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti yaitu Aktivitas Dakwah Syekhermani Terhadap Generasi Muda Milenial di Purwokerto. Selain itu, teknik dokumentasi ini penulis gunakan pula untuk memperoleh data-data dan profil lengkap dan dokumentasi yang tertulis mengenai organisasi Syekhermani Purwokerto. Dalam hal ini penulis akan mencari data-data mengenai struktur organisasi, profil dan sejarah Syekhermania Purwokerto dan mencari tahu dokumen-dokumen yang ada di dalam kegiatan. Maka, yang menjadi sumber informasi dalam ialah sekretaris Syekhermania Purwokerto yaitu saudara dede.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, dan satuan uraian dasar. Ia

membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian.⁶⁶

Analisis data merupakan suatu upaya mencari dan menata secara sistematis catatan-catatan hasil wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang masalah yang sedang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁶⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Mereduksi data

Mereduksi data yaitu merangkum dan memilih hal-hal yang pokok memfokuskan hal-hal yang penting dari data yang didapat dan membuang data-data yang tidak penting.⁶⁸ Dari menggali informasi atau data tentunya banyak sekali data yang didapat dalam melakukan penelitian dan semua masih tercampur aduk. Maka, peneliti harus memilih dan memilah mana data yang penting yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu Aktivitas Dakwah Syekhhermania Purwokerto.

b. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, memilih mana data-data yang masuk dalam kategori peneliti, kemudian langkah selanjutnya peneliti melakukan penyajian data. Penyajian data adalah menyajikan data yang baik dalam bentuk tabel, grafik, pithogram dan sejenisnya. Selain itu, penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks yang bersifat narasi.⁶⁹ Proses penyajian data dilakukan secara sistematis agar mempermudah untuk dipahami dan ditarik kesimpulannya.

c. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dalam penelitian kualitatif ialah melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang

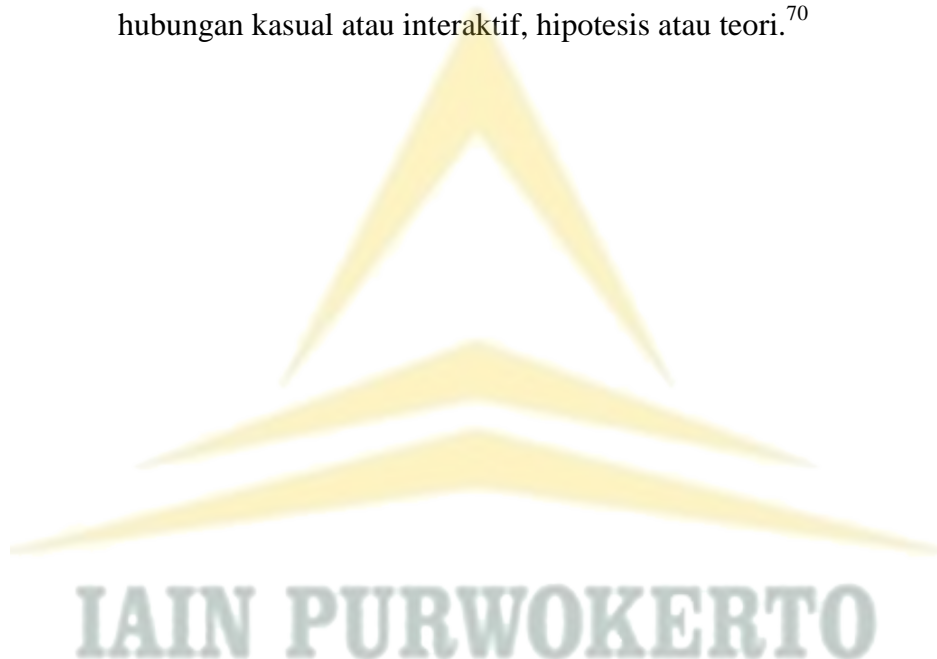
⁶⁶ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,...hlm. 103

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*,... hlm. 69

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*,... hlm. 76

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*,...hlm.249

dikemukakan masih sementara dan akan berubah bila tidak dirumuskan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan awal didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskriptif atau gambar suatu objek yang sebelumnya masih tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.⁷⁰



⁷⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D,...hlm. 252-253

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Syekhhermania Purwokerto

1. Sejarah Berdiri

Syekhhermania Purwokerto adalah komunitas pecinta sholat yang dipelopori Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf yang terletak di daerah kota Purwokerto. Syekhhermania Purwokerto dipimpin oleh Habib Haedar Alwi Assegaf yang masih memiliki keturunan langsung dengan Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf. Syekhhermania Purwokerto pertama kali didirikan pada tahun 2012. Awal mula terbentuknya Syekhhermani Purwokerto merupakan suatu perkumpulan muda-mudi yang menyukai sholat dan selalu hadir saat acara sholat Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf baik didalam maupun diluar kota Purwokerto. kemudian, setelah mereka bertemu diberbagai daerah ternyata banyak juga pecinta sholat di daerah Purwokerto dan pada saat itu belum ada wadah Syekhhermania di daerah Purwokerto dan sekitarnya. Setelah itu mereka memutuskan untuk membentuk komunitas sholat sendiri dengan nama, Laskar Sholawat kemudian selang beberapa tahun Laskar Sholawat berubah dengan nama Syekhhermania Ngapak dan pada tahun 2014 melakukan perubahan nama kembali dengan nama Syekhhermania Purwokerto sampai saat ini.

2. Visi dan Misi

Komunitas Syekhhermania Purwokerto juga memiliki visi misi sebagai acuan dalam bergerak guna mengaktualisasikan gagasan dan pemikiran dari para syekhhermania, diimana visi misinya yaitu:

Visi

Terwujudnya pemuda dan pemudi yang bertaqwa kepada Allah SWT. Berakhlakul karimah, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, memiliki kesadaran dan tanggung jawab terhadap terwujudnya tatanan

masyarakat yang berkeadilan dan yang demokratis menurut faham Ahlulsunah wal Jama'ah yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Misi

- a. Menghimpun pemuda dan pemudi dalam satu wadah organisasi Syekhhermania Purwokerto.
 - b. Mengemban aspirasi kepemudaan dan masyarakat.
 - c. Menciptakan situasi organisasi yang kondusif di lingkungan.
 - d. Membangun kultur organisasi yang sesuai dengan aturan.
3. Struktur Organisasi Syekhhermania Purwokerto

Penasehat	: Rabhitah Alawiyah
Ketua	: Habib Haedar Alwi Assegaf
Wakil ketua I	: Taufiq Affand
Wakil Ketua II	: Dwi Trisna
Sekretaris I	: Ade Azhar
Sekretaris II	: Nur Azizah
Bendahara I	: Ahmad Ahyan
Bendahara II	: Khoirifani
Seksi Humas I	: Rukhana
Seksi Humas II	: Dwi Nurhidayati
Seksi Perlengkapan	: Teguh Rohman
Anggota	: Nur Hidayat, Miftahus Surur, Amin AS, Hafidz, Ian, Dhini Rahayu, Eka Rizkiyana, Ning Uah

4. Tugas dan wewenang Pengurus
- a. Ketua
 - 1) Bertanggung jawab dalam memimpin Syekhhermania Purwokerto.
 - 2) Menerapkan fungsi manajerial untuk tercapainya Syekhhermania Purwokerto.
 - 3) Bertanggung jawab atas pembinaan pengurus Syekhhermania Purwokerto.
 - 4) Memberikan laporan pertanggung jawaban kepada Majelis Akbar di akhir periode kepengurusan.

b. Wakil Ketua

- 1) Membantu ketua dalam melaksanakan tugasnya dalam kegiatan-kegiatan lembaga.
- 2) Menggantikan ketua berdasarkan azas pendelegasian.

c. Sekertasis

- 1) Membantu sepenuhnya tugas ketua.
- 2) Sebagai pusat informasi semua aktivitas lembaga.
- 3) Melaksanakan kegiatan administrasi keseharian lembaga.
- 4) Berkordinasi dengan koordinasi bidang untuk mewujudkan terteb administrasi dan tata komunikasi.
- 5) Merancang, memelihara dan melakukan perbaikan sistem aplikasi yang diaplikasikan dalam kegiatan kesekretariatan
- 6) Bertanggung jawab atas pengelolaan atas seluruh berkas-berkas yang ada di lembaga
- 7) Bertanggung jawab atas dokumentasi seluruh aktivitas Syekhhermania Purwokerto.

d. Bendahara.

- 1) Mewujudkan tertib keuangan lembaga.
- 2) Melakukan koordinasi mengenai keuangan dengan semua komponen yang terkait.
- 3) Mendistribusikan dana bagi seluruh unit aktivitas lembaga secara optimum dan profesional.⁷¹

5. Program kerja

Adapun program kerja yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto adalah:

a. Rutinan setiap bulan

Ruttinan Syekhhermania Purwokerto adalah suatu program bulanan yang diadakan oleh Sykhermania Purwokerto pada minggu pertama.

⁷¹ AD/ART Syekhhermania Purwokerto

b. Bakti sosial

Bakti sosial adalah program Syekhhermania Purwokerto yang diselenggarakan pada event-event tertentu. Program bakti sosial tersebut anatara lain adalah donor darah, penggalangan dana untuk korban bencana, dan bagi-bagi takjil.

c. Blusukan

Program blusukan adalah suatu program kunjungan yang dilakukan oleh pengurus Syekhhermania Purwokerto ke suatu daerah. Kunjungan tersebut bertujuan untuk memberikan bimbingan anak-anak untuk belajar hadroh dan belajar agama.

d. Ziarah

Program ziarah merupakan program rutin yang diselenggarakan setiap tahunnya.

e. Silaturahmi ke kediaman Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf

Program silaturahmi adalah suatu program yang diselenggarakan oleh Syekhhermania setiap tahun. Kegiatan silaturahmi ke Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf bertujuan untuk mempererat hubungan antara jama'ah Syekhhermania Purwokerto kepada sang guru besar Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf

f. Piknik bareng

Program piknik bareng biasanya diselenggarakan setiap tiga bulan sekali. program piknik bareng bertujuan untuk menjalin silaturahmi antar anggota untuk saling mengenal dan sama-sama refreshing pada waktu libur sesuai kesepakatan bersama.

g. Kompetisi futsal.

Kompetisi futsal biasanya diadakan setiap tahunnya sebelum acara milad Syekhhermania Purwokerto. Syekhhermania Purwokerto mengadakan kompetisi futsal setiap satu tahun satu kali.

h. Tadarus Al-Qur'an

Tadarus bersama diadakan setiap hari selama bulan ramadhon. Tadarus bersama dilakukan secara terpisah atau secara online

berdasarkan tempat masing-masing. Biasanya kegiatan tadarus bersama dikordinasikan didalam group Whatsapp Syekhhermania Purwokerto.

i. Milad Syekhhermania Purwokerto

Milad Syekhhermania Purwokerto merupakan suatu Grand Agenda atau menjadi hajat besar bagi Syekhhermania Purwokerto. Acara Milad Syekhhermania Purwokerto merupakan suatu acara memperingati kelahiran dibentuknya komunitas Syekhhermania Purwokerto dan biasanya acara Milad Syekhhermania Purwokerto akan dihadiri langsung oleh guru besar Syekhhermania Purwokerto yaitu Habib Syekh bin Abdul Qodir Asseggaf.⁷²

B. Analisis SWOT Terhadap Aktivitas Dakwah Syekhhermania Puwokerto Terhadap Generasi Muda Milenial.

Dakwah pada dasarnya mengajak manusia kejalan Allah, menuntun kepada yang benar, mengajak kebaikan, dan menjadi manusia yang berserah diri kepada Allah serta menjauhi larangannya agar tercapai kebahagiaan didunia dan akhirat. Dakwah merupakan suatu kebutuhan pokok manusia dalam saling mengingatkan satu sama lain dalam hal amar ma'ruf nahi mu'kar. Kemudian dalam menyampaikan dakwah tentunya harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dengan menyesuaikan kondisi seorang mad'u sebagai sasaran dakwah. dalam penelitian ini yang menjadi obyek dakwah adalah generasi milenial.

Generasi milenial merupakan suatu bentuk demografis kelahiran seseorang pada awal-awal perkembangan teknologi informatika yang dimana mereka bersentuhan secara langsung dengan media komunikasi instan dalam kehidupan mereka saat ini. Tentunya dalam melakukan dakwah terhadap generasi milenial memerlukan strategi dalam berdakwah agar maddah (pesan) dakwah dapat tersampaikan dengan baik.

⁷² Wawancara dengan Habib Haedar Alwi Asseggaf selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto, Sabtu, 29 september 2018, pukul 14:00

Strategi dakwah merupakan suatu cara dalam melaksanakan aktifitas dakwah yang diperlukan adanya strategi agar dakwah dapat mencapai tujuannya tepat pada sasaran. Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi ringkasan kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi dakwah tidak hanya diperuntukkan bagi seorang dai perorang yang menyiarkan ajaran islam melainkan juga diperuntukkan oleh organisasi atau lembaga keislaman dalam upaya menjadikan lembaga atau organisasi sebagai alat dakwah yang efektif dan efisien. Strategi juga baiknya menyesuaikan perkembangan zaman sekaligus mampu menjadi solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi.

Seperti halnya strategi yang diterapkan oleh teman-teman Syekhhermania Purwokerto. Seperti yang ditemukan oleh penulis dalam penelitian ini, Syekhhermania Purwokerto merupakan suatu organisasi sholawat yang dikembangkan oleh para pemuda dan pemudi yang mengidolakan Habib Syekh Bin Abdul Qodir Asseggaf. Syekhhermania Purwokerto tentunya memiliki strategi tersendiri dalam melakukan dakwahnya terhadap para pemuda yang mayoritas telah terpengaruh oleh perkembangan teknologi dan informatika.

Analisis SWOT adalah sebuah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang. Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Keputusan strategi organisasi mempertimbangkan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu, perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk menganalisis strategi yang akan perusahaan putuskan.

Adapun dalam pengambilan dakwah terutama terhadap generasi muda milenial yang pasti berbeda dengan dakwah terhadap masyarakat pada umumnya. Tentunya dalam melakukan dakwah terhadap generasi milenial membutuhkan analisis strategi yang tepat agar dakwah yang dilakukan dapat tercapai dengan efektif dan efisien. Maka, diperlukan suatu analisis strategi

secara internal dan eksternal. Adapun hasil analisis SWOT yang dilakukan oleh penulis terhadap strategi dakwah Syekhhermania Purwokerto adalah sebagai berikut:

1. Strength

Pengertian dari strength dalam analisis SWOT adalah kekuatan atau kelebihan yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategi. yang menjadi kekuatan yang dimiliki oleh Syekhhermania Purwokerto dalam melakukan dakwah adalah:

- a. kepengurusan Syekhhermania Purwokerto dikelola oleh anak muda yang tentunya dapat memahami karakteristik dan sifat para jama'ah yang mayoritas anak muda

“kita anak muda lebih tau bagaimana mengambil hati mereka dan tidak memaksakan mereka mas, pertama kita adakan lomba futsal kemudian kita ajak mereka untuk datang kerutinan kita, kalo datang sukur kalo tidak ngga masalah, jika hati mereka sudah kita dapat pasti mereka akan datang dengan sendirinya mas”⁷³

Ujar Habib Haedar Alwi Assegaf selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto. Habib Haedar juga menambahkan salah satu faktor kekuatan yang dimiliki oleh Syekhhermania Purwokerto adalah media sosial.

- b. Syekhhermania Purwokerto dipimpin oleh seorang Habib muda sehingga model dakwah yang dilakukan dapat menyesuaikan dengan gaya komunikasi mad'u. istilah Habib adalah seseorang yang memiliki keturunan khusus dan terhormat dari Nabi Muhammad SAW. Tak hanya seorang Habib, Syekhhermania Purwokerto juga dibimbing langsung oleh para Ulama dan Ustadz muda yang mampu berkomunikasi dengan baik dengan para jama'ah dan dapat beradaptasi dengan menyesuaikan metode dakwah yang sesuai terhadap mereka.

⁷³ Wawancara dengan Habib Haedar Alwi Assegaf selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto, Sabtu, 29 september 2018, pukul 14:00

- c. Kegiatan Syekhhermania Purwokerto selalu mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar serta Pemerintahan kabupaten banyumas setiap melakukan kegiatan.
- d. Struktur organisasi yang solid yang dikelola oleh para pemuda Syekhhermania Purwokerto memudahkan program kerja atau kegiatan yang direncanakan bervariasi berjalan dengan baik dalam kepengurusan Syekhhermania Purwokerto. Terutama masalah waktu, pikiran dan tenaga tentunya.

2. Weakness

Pengertian dari weakness dalam analisis SWOT adalah kelemahan yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategi, yang menjadi kelemahan dalam organisasi Syekhhermania Puwokerto adalah

- a. jama'ah Syekhhermania Purwokerto didominasi oleh kaum hawa. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti saat kegiatan rutin dan anggota grup Whatshapp Syekhhermania Purwokero jama'ah Syekhhermania Purwokero lebih didominasi oleh kaum hawa.
- b. Pendataan jama'ah atau anggota Syekhhermania Purwokerto tidak terdata.
- c. Kegiatan rutin Syekhhermania Purwokerto hanya dilakukan setiap satu bulan sekali.

3. Opportunity

Pengertian dari oppurtunity dalam analisis SWOT adalah peluang yang ada untuk suatu organisasi atau perusahaan yang bisa menjadi kesempatan bagi organisasi atau perusahaan tersebut lebih berkembang. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap ketua Syekhhermania Purwokerto Habib Haedar Alwi Assegaf menyatakan peluang bagi Syekhhermania Purwokerto dalam melakukan dakwahnya

- a. Memberikan peluang bagi anak muda untuk menimba ilmu agama dengan mengikuti majelis ta'lim yang diselenggarakan oleh Syekhhermania Purwokerto di waktu luang saat hari libur.

- b. Tren sholawat yang sedang berkembang di kalangan anak muda dengan hadirnya para pelopor sholawat saat ini seperti Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf, Sabyan Gambus, Habib Ali Munawar dan Gus Ali Gondrong lewat metode dakwah dan sholawat mereka menjadi daya tarik oleh para pemuda milenial saat ini.
- c. Media sosial di masa sekarang sangat digandrungi oleh para remaja salah satunya Facebook, Instagram, Whatsapp dan Twitter. Ujar Habib Haedar biasa disapa mengatakan adanya media sosial menjadi peluang bagi Syekhhermania Purwokerto dalam melakukan dakwah.

“kita dakwah juga lewat media sosial dengan menyebar quotes, memberi nasihat-nasihat baik berupa vidio ceramah, kata motivasi dari guru kita Habib Syekh ke facebook, Whatsapp, dan Instagram, dan media sosial juga menjadi tempat menjalin keakraban antara pengurus dan jama'ah”⁷⁴

4. Threat

Pengertian treat dalam analisis SWOT adalah ancaman yang berasal dari faktor-faktor eksternal yang berpotensi untuk menjadi penghambat bagi keberlangsungan organisasi atau perusahaan tersebut.

Adapun ancaman yang dimiliki oleh Syekhhermania Purwokerto adalah menjadi sasaran politik demi mendapatkan suara jama'ah yang kebanyakan pemilih pemula. Saat masa kampanye tentunya banyak para calon anggota dewan melakukan safari politik disetiap kegiatan masyarakat demi mendapatkan suara yang banyak saat pemilihan nanti. Begitu juga dengan Syekhhermania Purwokerto tak sedikit dari mereka ingin ikut serta dalam kegiatan mereka sembari menyuarakan hajat mereka. Namun, Habib Haedar selalu menolak dengan keras.

“saya menolak keras atas permintaan mereka saat mereka ingin ikut berpartisipasi dalam kegiatan kita, apalagi mereka hanya

⁷⁴ Wawancara dengan Habib Haedar Alwi Assegaf selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto, Sabtu, 29 september 2018.

ingin menyuarakan aspirasi mereka ke jama'ah demi mendapatkan suara di pemilihan nanti, selalu saya tolak".⁷⁵

Ujar Habib Hedar selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto. Dia juga menambahkan bahwa Syekhhermania Purwokerto bukanlah tempat untuk berpolitik merupakan tempat untuk anak muda yang cinta terhadap Nabi Muhamamad SAW dan tempat para pemuda berkreasi dalam kegiatan positif.

Tak hanya dalam masalah politik, ancaman yang dimiliki oleh Syekhhermania Purwokerto juga adanya sekelompok ormas yang tidak suka dengan organisasi Syekhhermania Purwokerto dan tidak suka dengan kegiatan yang diadakan oleh Syekhhermania Purwokerto. Namun, Habib Haedar tidak ingin menyebutkan nama organisasi tersebut.

Dari penjabaran diatas dapat dibuat sebuah matrik SWOT yang digunakan sebagai alat pencocokan yang penting yang dapat membantu dalam mengembangkan 4 jenis analisis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman) dan strategi WT (kelemahan ancaman). Adapun matrik SWOT yang disajikan sebagai berikut:

S (Strength)	W (Weakneses)
1. Syekhhermania dikelola oleh anak muda. 2. Habaib sebagai figur dakwah. 3. Mendapat dukungan dari lingkungan sekitar. 4. Struktur organisasi yang solid.	1. Jama'ah Syekhhermania Purwokerto didominasi kaum hawa. 2. Pendataan jama'ah yang tidak rapi. 3. Kegiatan Syekhhermania Purwokerto diadakan sekali sebulan.

⁷⁵Wawancara dengan Habib Haedar Alwi Assegaf selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto, Sabtu, 29 september 2018. Pukul 14:00

<p>O (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media sosial adalah kebutuhan para remaja. 2. Tren sholat yang sedang berkembang. 3. Memberikan tempat anak muda untuk mengikuti majelis ta'lim. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas keagamaan dengan mengikuti majelis. (S1, O3) 2. Adanya media sosila yang sedang berkembang saat ini bisa digunakan sebagai media dakwah yang mampu diakses generasi milenial. (S1, O1) 3. Mengkreasikan syair sholat menjadi lebih menarik di nikmati oleh generasi milenial. (S1, O2) 4. Habib Haedar Alwi Assegaf sebagai figur Syekhhermania Purwokerto menjadi daya tarik generasi milenial untuk mengikuti kegiatan Syekhhermania Purwokerto. (S2, O3) 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saling membagi info acara pengajian atau majelis ta'lim dalam waktu dalam waktu dekat. (W1, O3) 2. Media sosial dijadikan sebagai wadah diskusi antara anggota dan pengurus sehingga memudahkan komunikasi. (W3, O1) 3. Pendataan anggota dilakukan di dalam group Whatshap. (W2, O1)
<p>T (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi sasaran politik. 2. Adanya organisasi yang tidak suka dengan Syekhhermania Purwokerto. 3. Remaja cenderung baperan dan bosanan. 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat event-event yang menarik bagi generasi milenial (W1, T3) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan bimbingan dan motivasi terhadap para Syekhhermania Purwoketo. (W3, T1, T2)

Setelah melakukan pencocokan matriks diatas, strategi dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial saat ini cukup baik dalam memanfaatkan peluang-peluang yang ada di sekitar anak muda saat ini. ada tiga langkah dakwah yang ditetapkan sebagai penyampaian pesan dakwah:

1. Dakwah bil hikmah

Dakwah bil hikmah adalah berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran islam mereka tidak merasakan adanya paksaan. Dakwah bil hikmah juga diartikan sebagai dakwah dengan cara yang bijak dengan menyesuaikan gaya komunikasi serta melihat peluang-peluang yang mungkin dapat dipergunakan sebagai media dakwah yang sesuai. Agar dakwah yang yang

dilakukan dapat tercapai dengan efektif, efisiensi serta tidak ada paksaan. Melalui langkah bil hikmah dalam melakukan aktifitas dakwah Syekhhermania Purwokerto selalu menyesuaikan agenda yang menarik bagi para pemuda.

2. Mau'izatul hasanah

Mau'idzatul hasanah adalah berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mad'u. Dalam menerapkan metode dakwah ini Syekhhermania Purwokerto melakukan penyampaian pesan dakwah dengan menyesuaikan materi dakwah yang digunakan sehingga dapat diterima secara matang oleh generasi milenial. Adapun materi dakwah yang disampaikan oleh Syekhhermania Purwokerto antara lain tentang akhlak, ketauhidan, ketaulandan dan lain-lain yang berisi dalam kitab wasiatul musthofa yang di kaji setiap bulannya di acara rutin.

3. Mujadalah billati hiya ahsan

Mujadalah billati hia ahsan adalah berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau berdiskusi bersama di suatu majelis dan saling shareing satu sama lain. Hal ini dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto dalam diskusi rutin untuk saling berbagi keilmuan satu sama lain dan dilakukan juga sebagai gendu-gendu rasa dengan menyelesaikan masalah yang ada dalam kehidupan remaja saat ini, seperti: hukum pacaran, hukum mengidolakan seseorang, dan lain-lain. Khususnya yang menyangkut problematika pada kehidupan remaja.

C. Aktivitas Dakwah Syekhhermania Purwokerto Terhadap Generasi Milenial di Purwokerto.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, Syekhhermania Purwokerto melakukan beberapa aktivitas dakwah terhadap generasi milenial sebagai berikut:

1. Dakwah melalui media sosial

Media sosial merupakan alat komunikasi yang sekarang sangat digandrungi oleh seluruh generasi milenial di indonesia tanpa terkecuali.

Bisa dipastikan setiap orang memiliki minimal satu ponsel dan satu akun sosial media. Salah satu karakteristik generasi Y atau yang lebih populer dengan sebutan generasi milenial ialah lahir pada zaman sosial media. Dan media sosial dengan kehidupan remaja tidak dapat dipisahkan. Oleh karenanya media sosial menjadi suatu peluang dakwah dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Seperti yang dilakukan oleh teman-teman Syekhhermania Purwokerto, media sosial digunakan sebagai media dakwah dalam melakukan aktivitas dakwah mereka. Adapun aplikasi sosial media yang digunakan sebagai media dakwah Syekhhermania Purwokerto adalah WhatsApp, Instagram, Facebook dan YouTube. Keempat aplikasi media sosial tersebut menjadi peluang mereka dengan memanfaatkannya dengan baik. Model dakwah yang mereka lakukan di media sosial adalah dengan melakukan live streaming pengajian dari Habib Syekh dan ulama-ulama yang sedang berlangsung diberbagai daerah melalui baik melalui akun Instagram maupun Facebook, membagikan nasihat-nasihat, pesan-pesan dan nilai-nilai agama Islam dalam bentuk video atau gambar yang di upload setiap satu minggu sekali oleh pengurus admin Syekhhermania Purwokerto. Media sosial sangat erat sekali hubungannya dengan generasi milenial bahkan tak dapat dipisahkan dalam kehidupan mereka. Maka, pemilihan strategi dakwah melalui media sosial sangat efektif.

Tak hanya dalam membagikan pesan dakwah, media sosial digunakan sebagai alat silaturahmi dan diskusi antar anggota Syekhhermania Purwokerto dalam memberikan bimbingan dan nasihat kepada para jama'ah.

“kita memanfaatkan media sosial apa saja yang kita gunakan dan kita ada group whatsapp yang kita gunakan sebaik-baiknya untuk berdiskusi bersama. Dan satu minggu sebelum acara biasanya saya wajibkan kepada setiap jama'ah untuk membagikan info

kegiatan kita ke seluruh media sosial yang mereka miliki. Kalo sekarang lebih mudah mas, kalo dulu kita masih pakai SMS”⁷⁶

Ujar Habib Haedar Alwi Assegaf. Tak hanya lewat media sosial dakwah Syekhhermania Purwokerto juga meranah ke media massa televisi lokal Banyumas TV yang tampil setiap dua minggu sekali dalam acara Ayo Ngaji Lan Sholawat. Acara tersebut merupakan acara talk show yang yang dibawakan langsung oleh Habib Haedar Alwi Assegaf dalam acara Ayo Ngaji Lan Sholawat yang membahas kajian keagamaan dan suri tauladan Nabi Muhammad SAW dengan diiringi langsung oleh musik hadroh dari teman-teman Syekhhermania Purwokerto. Adapun kelebihan strategi dakwah di media sosial yang diterapkan oleh Syekhhermania Purwokerto adalah siapa saja dapat mengakses dengan mudah tanpa batas ruang dan waktu selagi kita memiliki smartphone dan kuota yang cukup dan dapat melakukan komunikasi secara tidak langsung di dalam kolom komentar jika mau bertanya. Adapun hambatan para generasi milenial mengakses dakwah-dakwah Syekhhermania Purwokerto adalah banyak konten dan webset yang lebih menarik bagi para generasi milenial yang menghambat mereka untuk mengakses dakwah-dakwah di media sosial Syekhhermania Purwokerto.

2. dakwah melalui sholawat

Sholawat merupakan suatu pujian terhadap Nabi Muhamad SAW lewat syair-syair yang dinyanyikan. Syekhhermania Purwokerto dibentuk salah satunya adalah untuk mengajak orang untuk mencintai Nabi Muhammad SAW Dengan cara melestarikan sholawat pada diri kita baik secara jahr maupun secara syir dimana pun kita berada. Sholawat menjadi salah satu ikon bagi komunitas Syekhhermania. Salah satu sholawat yang populer dari dulu hingga sekarang ialah sholwat badar. Namun, Karakteristik generasi milenial salah satunya adalah cepat bosan dengan segala hal, hal tersebut menjadi motivasi Syekhhermania Purwokerto untuk

⁷⁶ Wawancara dengan Habib Haedar Alwi Assegaf selaku pimpinan Syekhhermania Purwokerto, Sabtu, 29 september 2018. Pukul 14:00

menambahkan syair sholawat yang bercampur dengan bahasa jawa seperti dalam syair dibawah ini:

Turi Putih

*Turi putih-turi putih, Ditandur ing kebon agung
Ana celeret tibo nyemplung, mbok iro kembang opo..2x
Sholatullah, salamullah 'ala toha rasulillah.. 2x
Sholaullah salammullah 'ala yasin habibilah.. 2x
Wetan kali kulon kali 2x, tengah- tangan tanduran pari
Saiki ngaji sosok yo ngaji, ayo manut poro kiyai.. 2x
Tandurane tanduran kembang, kembang kenanga ning jero gua
Tumpaane kereto jowo, rodo papat rupo menungso.. 2x*

Dari salah satu syair sholawat yang berjudul sholatullah di kreasikan dengan bahasa jawa yang kemudian menjadi lebih menarik. namun, tetap memiliki nilai-nilai nasihat.

Ada satu lagi syair yang sering dinyanyikan oleh syekhermania purwokerto saat rutinan. Syair tersebut bahkan tidak ada syair sholawatnya yang berjudul “Nusantara” seperti syair dibawah ini:

Nusantara

*Kami semua putra putri Indonesia, sopan santun berakhlak mulia
Pancasila ada dalam dada, Jayalah Selalu Indonesia raya
La la la... la la la la la la la (4x)
Indonesia banyak suku dan bahasa, Kekayaan yang harus kita jaga
Tanah airku kaya alam dan pulaunya, Mari kita rawat itu semuanya
Oh tanah airku Indonesia raya (4x)*

Dari sepenggal syair yang ada diatas memang tidak ada kalimat sholawat, namun, dari syair tersebut memiliki motivasi yang dibangun lewat syair tersebut. Dengan adanya kreasi dalam penyairan sholawat, maka, lebih mudah dipahami dan hayati nilai-nilainya oleh para generasi milenial. seperti yang disampaikan oleh sekretaris Syekhermania Purwokerto mas Ade Azahar

“ya memang mas, salah satunya dengan mengkreasikan sholawat, sehingga mereka yang sering datang tidak bosan dengan sholawat yang berbahasa Arab, terus jika sholawat menggunakan dengan

bahasa jawa dan indonesia lebih mudah dipahami oleh syairnya oleh kita”⁷⁷

3. Dakwah melalui figur Habib.

Sosok figur bagi generasi milenial menjadi idola bagi kalangan milenial. Setiap pemuda saat ini tentunya memiliki figur yang masing-masing mereka kagumi. Kehadiran mereka dalam dunia digital menjadi daya tarik tersendiri dalam dunia apapun. Beberapa figur yang muncul dalam dunia sholawat saat ini adalah Gus Ali Gondrong (guru besar Mafia Sholawat, Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf (guru besar Syekhermania), Habib Ali Al-Munawar (guru besar Az-Zahir) dan group Sabyan Gambus menjadi daya tarik dakwah dalam balutan sholawat. Figur-figur tersebut menjadi motivasi para generasi milenial untuk bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW. Strategi dakwah melalui sosok figur dakwah menjadi daya tarik tersendiri dimana mereka para fans akan mencontoh baik secara perilaku maupun gaya yang mereka gunakan. Begitu pun Syekhermania Purwokerto selain Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf di organisasi Syekhermania Purwokerto juga memiliki figur dakwah sendiri yaitu Habib Haedar Alwi Assegaf.

Figur Habib Haedar Alwi Assegaf memang patut menjadi contoh para generasi milenial saat ini. perilaku serta akhlaknya yang baik sangat patut ditiru oleh anak muda terutama dia masih muda. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Muhammad Farkhan Maulana anggota Syekhermania Purwokerto serta Haedarmania Purwokerto.

“Aku ikut Syekhermania ya karena saya ngefans sama Habib Haedar Alwi Assegaf, beliau orangnya ramah dan sangat tawadlu, gayanya juga anak muda banget, terutama dalam menyampaikan syiar sholawat dia sangat ikhlas sekali”⁷⁸

Berbeda dengan Intan, dia memiliki alasan lain mengapa ngefans terhadap sosok Habib Haedar Alwi Assegaf.

⁷⁷ Wawancara dengan Ade Azhar selaku sekretaris Syekhermania Purwokerto, 14 Juli 2019, Pukul 12:30.

⁷⁸ Wawancara dengan saudara farkhan selaku anggota Syekhermania Purwokerto, 15 Februari 2020, pukul 18:00

“Aku seneng banget karo Habib Haedar Alwi Aseggaf, wonge ganteng banget terus gayane loh keren angger pas ketemu rutinan, wonge terbuka angger ketemu Aisyah Syekhhermania gelem nyapa terus aweh motivasi. Ya, intine wonge ora sombong lah”

“(saya sangat suka dengan Habib Haedar Alwi Aseggaf karena orangnya ganteng banget terus gayanya juga keren kalo lagi rutinan, orangnya terbuka dan kalo ketemu dengan para Aisyah Syekhhermania dia selalu memberikan motivasi kepada kita, intinya)”⁷⁹

4. Dakwah melalui Majelis Ta’lim

Dakwah melalui majelis ta’lim adalah salah satu bentuk upaya Syekhhermania Purwokerto melakukan bimbingan secara langsung terhadap anggota Syekhhermania Purwokerto. Kegiatan Majelis Ta’lim dilakukan rutin setiap satu bulan satu kali setiap minggu pertama pada awal bulan. Kegiatan rutinan biasanya diisi dengan pembacaan Manaqib Simtuduror, pembacaan sholawat, mau’idul khasanah yang diisi oleh Habib Haedar Alwi Aseggaf dan Ustadz Shofiyullah dengan kajian kitab Wasiyatul Mustafa, diskusi bersama dan ditutup dengan do’a. salah satu tujuan utama rutinan ialah untuk menimba ilmu agama kepada para Syekhhermania Purwokerto dan memberikan bimbingan secara langsung terhadap para Syekhhermania Purwokerto. Adapun bimbingan yang dilakukan adalah berupa bimbingan keagamaan, budi pekerti serta bimbingan terhadap gaya hidup remaja saat ini agar terhindar dari hal-hal negatif. Selain melakukan bimbingan, kegiatan rutinan sebagai tempat untuk memberi motivasi kepada Syekhhermania Purwokerto memanfaatkan hari libur.

⁷⁹ Wawancara dengan saudari Intan Selaku anggota Syekhhermania Purwokerto, 16 Februari 2020, pukul 16:00

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis tentang mengenai aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi muda milenial, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Syekhhermania Purwokerto dikelola langsung oleh para pemuda sehingga dalam melakukan aktivitas dakwahnya terhadap generasi milenial tentunya lebih mudah karena dapat menyesuaikan gaya komunikasi dan metode dakwah yang efektif bagi para jama'ah. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis Syekhhermania Purwokerto juga dapat memanfaatkan kekuatan serta peluang yang dimiliki dalam organisasi serta dapat mengatasi kelemahan serta ancaman yang terdapat di dalam organisasi Syekhhermania Purwokerto. Kepengurusan yang solid dalam menjalankan tugas juga mempengaruhi efektifitas kegiatan dakwahnya dalam menjalankan suatu agenda.

Dari hasil analisis penulis Syekhhermania Purwokerto memiliki 4 aktivitas dakwah yang dilakukan terhadap generasi muda milenial, yaitu: dakwah melalui sholawat, dakwah melalui figur Habib, dakwah melalui majelis ta'lim dan dakwah melalui media sosial. Dari kelima aktivitas yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial menurut penulis efektif. Sayangnya kegiatan rutin Syekhhermania Purwokerto hanya diadakan setiap satu bulan sekali sehingga dalam melakukan bimbingan keagamaan terhadap para anggota sangatlah kurang.

2. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis langkah-langkah dakwah yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto dalam melakukan dakwah adalah dengan menggunakan tiga metode dakwah yaitu: Dakwah bil Hikmah, Mau'izatul hasanah, dan Mujadalah billati hiya ahsan.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengurus Syekhhermania Purwokerto kegiatan rutin perlu di perbanyak lagi setiap bulannya agar para Syekhhermania Purwokerto mendapat bimbingan dan menimba ilmu lebih banyak di dalam majelis sholawat Syekhhermania Purwokerto.
2. Bagi pengurus Syekhhermania Purwokerto khususnya pemegang akun media sosial Syekhhermania Purwokerto buatlah konten yang menarik bagi pemuda sehingga dakwah melalui media sosial dapat dinikmati para pemuda.

C. Kata penutup

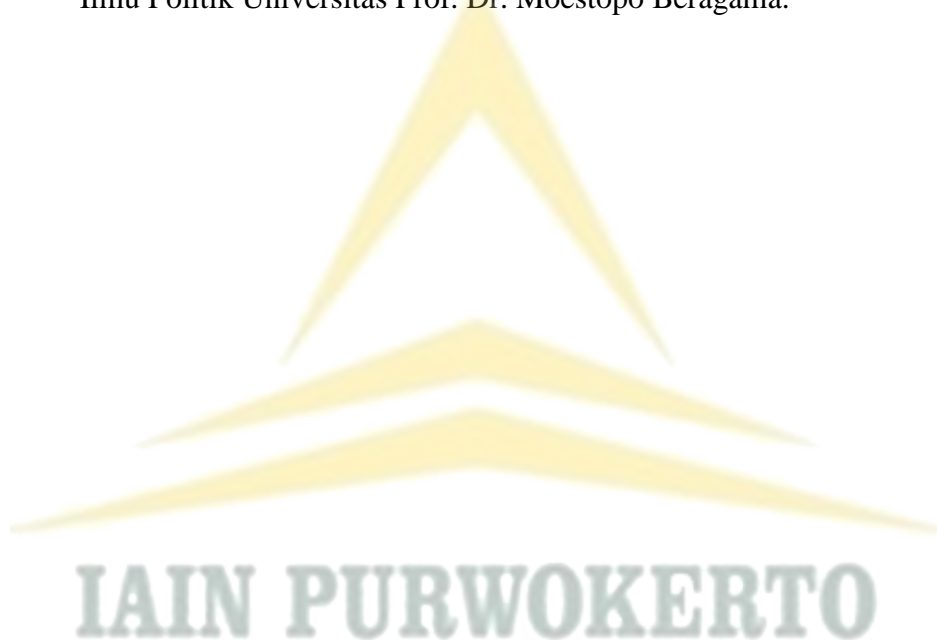
Puji syukur kehadirat Allah swt atas limpahan nikmat dan karuniaNya, yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan karya sederhana ini. Tak lupa penulis mengucapkan banyak trimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi sampai penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak menutup kemungkinan banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca mengenai penulisan dan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bukan hanya bagi penulis, tetapi juga bagi semua pihak. Akhirul kalam, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zuhaili, Muhammad, 2004. *Menciptakan Remaja Dambaan Allah: Panduan Bagi Orang Tua Muslim*, Bandung: Al-Bayan.
- Ar-Rafi'i, Musthafa, 2002. *Potret Juru Dakwah*, Jakarta Timur: Al-Kausar.
- Asmaya, Enung, 2003. *Aa Gym Sejuk Dalam Masyarakat Majemuk*. Jakarta: Hikmah.
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul, 1998. *Fiqih Dakwah*. Solo: Intermedia.
- Basit, Abdul, 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Budiarti, Indah dkk, 2018. *Statistik Gender: Profil Generasi Milenial Indonesia*, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Handoko, T. Hani, 1984. *Manajemen Edisi 2*, Yogyakarta: BPTE.
- <http://digilib.uinsby.ac.id/5180/6/Bab%203.pdf>
- <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>
- <https://www.jurnalcowok.com>
- Ilaihi, Wahyu, 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ilyas, A. Ismail dan Prio Hotman, 2011. *Filasafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Jakarta: Prenada Media.
- Moleong, Lexy J, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: ROSDA.
- Muhiddin, Asep, 2002. *Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran*, Bandung: Pustaka Setia.
- Muhtadi, Asep Saeful, 2012. *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- R. David, Fred dan Forest R. David, 2015. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, Jakarta: Selemba Empat.
- Rohmad, 2015. *Pengembangan Instrumen Evaluasi dan Penelitian*, Purwokerto: STAIN Press.
- Saputra, Wahidin, 2012. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Press.
- Sholihin, Ismail, 2012. *Manajemen Strategi*, Jakarta: Erlangga.

- Siswanto, H.B, 2015. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabet.
- Suhendang, Kustadi, 2014. *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syukir, Asmuni, 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas.
- Tasmara, Toto, 1999. *Dimensi Doa dan Dzikir*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Taufiqurahman, 2016. *Manajemen Strategi*, Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.



LAMPIRAN-LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan Habib Haedar Alwi Asseggaf.

1. Bagaimana sejarah terbentuknya Syekhhermania Purwokerto?
2. Apa yang melatarbelakangi terbentuknya Syekhhermania Purwokerto?
3. Siapa saja anggota Syekhhermania Purwokerto?
4. Bagaimana Syekhhermania Purwokerto memperkenalkan kepada anak muda?
5. Berapa banyak jumlah anggota pada saat pertama dibentuk?
6. Berapa jumlah anggota Syekhhermania Purwokerto saat ini?
7. Apa saja program kerja Syekhhermania Purwokerto?
8. Bagaimana strategi dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial?
9. Apa yang menjadi kekuatan dakwah Syekhhermania Purwokerto?
10. Apa yang menjadi kekurangan dakwah Syekhhermania Purwokerto dalam melakukan aktivitas dakwah?
11. Apa yang menjadi peluang dakwah Syekhhermania Purwokerto di kalamngan milenial?
12. Apa yang menjadi ancaman bagi dakwah Syekhhermania Purwokerto terhadap generasi milenial?
13. Bagaimana cara Syekhhermania Purwokerto mengajak generasi milenial?
14. Apa saja media dakwah yang digunakan oleh Syekhhermanai Purwokerto sebagai alat dakwah?

Wawancara dengan sekretaris Syekhhermania Purwokerto mas Ade Azhar

1. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh Syekhhermania Purwokerto?
2. Apa saja kegiatan bulanan Syekhhermania Purwokerto?
3. Apa saja kegiatan tahunan Syekhhermania Purwokerto?
4. Apakah ada kendala dalam melakukan setiap kegiatan Syekhhermania Purwokerto?
5. Dari mana anggaran keuangan yang didapat oleh Syekhhermania Purwokerto?

6. Siapakah pemegang Admin Syekhhermania Purwokerto?
7. Bagaimana pengelolaan Admin Syekhhermania Purwokerto?
8. Media sosial apa saja yang dipergunakan sebagai media dakwah Syekhhermania Purwokerto?
9. Bagaimana anda mengelola akun media sosial Syekhhermania Purwokerto?

Wawancara dengan Syekhhermania Purwokerto

1. Siap nama anda?
2. Apakah anda aktif di Syekhhermania Purwokerto?
3. Apa alasan anda bergabung Syekehrmania Purwokerto?
4. Apa motivasi anda bergabung dengan Syekhhermania Purwokerto?
5. Apa yang anda kagumi dari sosok beliau?

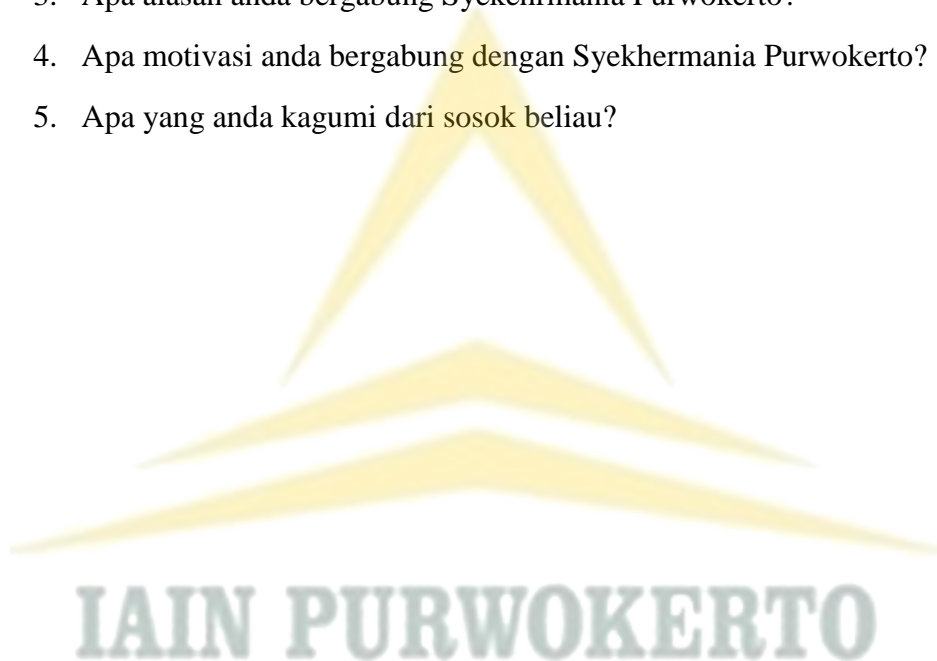


FOTO KEGIATAN SYEKHERMANIA PURWOKERTO



Acara rutin Syekhermania Purwokerto



Acara bakti sosial Syekhermania Purwokerto



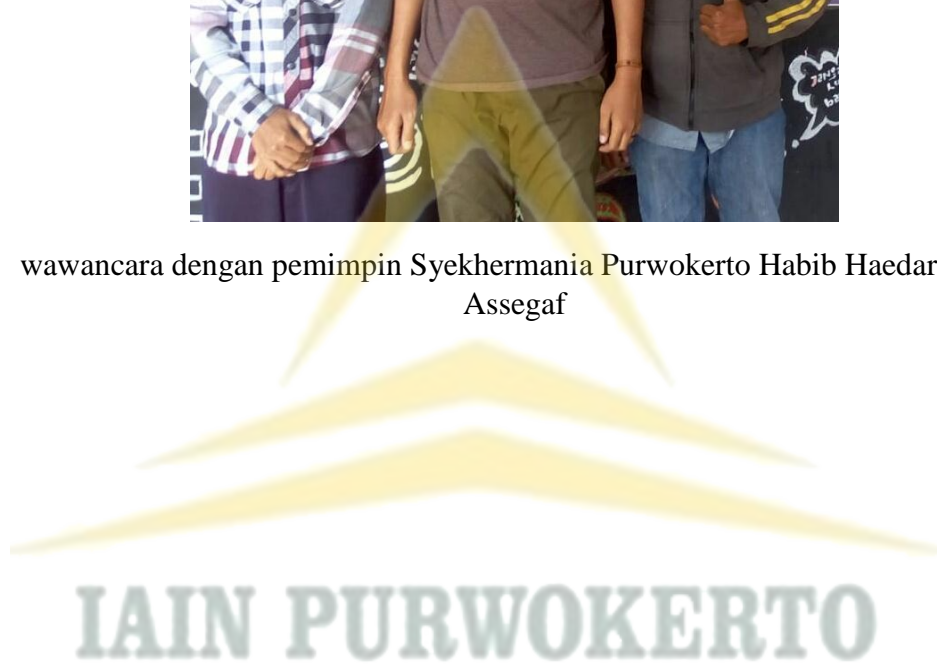
Acara blusukan



Acara piknik bareng Syekhermania Purwokerto



wawancara dengan pemimpin Syekhermania Purwokerto Habib Haedar Alwi
Assegaf



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Iqro Ali Subarkah
2. NIM : 1423104016
3. Jurusan : Dakwah
4. Program Studi : Manajemen Dakwah
5. Tempar/Tanggal Lahir : 27 Oktober 1995
6. Alamat Asal : Besuki. Rt.04/01, Lumbir,
Banyumas
7. Alamat Sekarang : Besuki Rt.04/01, Lumbir,
Banyumas
8. Telephon :
9. Email : iqroalis@yahoo.com
10. Facebook/Twitter/Lainnya : Iqro ali
11. Nama Orang Tua/Wali : Ayah : Khoeron Mubarak
Ibu : Ulis Setiowati
12. Pekerjaan Orang Tua/Wali : Ayah : Buruh
13. Asal Sekolah : Ibu : Ibu Rumah Tangga
14. Judul Skripsi : Strategi Dakwah Syekhhermania
Purwokerto Terhadap Generasi Muda Milenial di Purwokerto
15. Tanggal Lulus :
16. Indeks Prestasi Kumulatif :

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk menjadikan periksa dan digunakan sebenar-benarnya.

Saya tersebut diatas



Iqro Ali Subarkah
1423104016