

**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**

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 ke tingkat yang lebih tinggi. Syekhhermania Purwokerto merupakan suatu organisasi 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 penelitian 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 bahwa 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.

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 diperuntukan 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 sholat 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 sholat 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, gegerasi 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 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 kehadiran 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.

