

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH GERAKAN ISLAM EKSTRA**

**KAMPUS DI UIN SUNAN KALIJAGA**

**(Studi Deskriptif Pada Komunitas Lingkar Studi Pemikiran Islam (LSPI))**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH:

**SIRAJUL FUAD ZIS**

**14730012**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2018**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

**Nama** : Sirajul Fuad Zis  
**NIM** : 14730012  
**Prodi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 2 April 2018

**Yang menyatakan,**



**Sirajul Fuad Zis**  
**NIM. 14730012**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
**FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Sirajul Fuad Zis  
NIM : 14730012  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH GERAKAN ISLAM EKSTRA**  
**KAMPUS DI UIN SUNAN KALIJAGA**  
**(Studi Deskriptif pada Komunitas Lingkar Studi Pemikiran Islam (LPSI))**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 2 April 2018

**Pembimbing**

**Fajar Iqbal, M.Si**

**NIP :19730701 201101 1 002**





## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-131/Un.02/DSH/PP.00.9/04/2018

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH GERAKAN ISLAM EKSTRA KAMPUS D  
UIN SUNAN KALIJAGA (Studi Deskriptif Pada Komunitas Lingkar Studi Pemikiran  
Islam (LSPI))

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SIRAJUL FUAD ZIS  
Nomor Induk Mahasiswa : 14730012  
Telah diujikan pada : Senin, 09 April 2018  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si  
NIP. 19730701 201101 1 002

Penguji I

Lukman Nusa, M.I.Kom.  
NIP. 19861221 201503 1 005

Penguji II

Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.  
NIP. 19770713 200604 1 002

Yogyakarta, 09 April 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

GERAKAN



Dr. Mokhammad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## **MOTTO**

**Selagi Masih Ada Waktu Untuk Meningkatkan Pendidikan,  
Tingkatkan Agar Hidup Bermartabat. Pendidikan Yang Akan  
Menyelamatkan Sebuah Bangsa**

**-Sirajul Fuad Zis-**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi Ini Saya Persembahkan Untuk Almamater Prodi  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga, dan Kedua Orang Tua**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia serta nikmat-Nya kepada kita semua, sehingga dapat melaksanakan skripsi ini dengan baik. Mulai dari awal pelaksanaan pembuatan hingga pembuatan skripsi ini selesai dibuat. Shalawat serta salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, segala ketaulandanan bagi umat manusia.

Selanjutnya, atas selesainya skripsi ini dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik saya kepada jurusan Ilmu Komunikasi. Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang selama ini mendukung, membimbing serta membantu saya dalam menjalankan proses skripsi ini. Terima kasih Kepada :

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, Sos, M.si, selaku Dekan Faklutas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Iswandi Syahputra selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas Ilmu Komunikasi A yang telah membimbing Peneliti dari awal masuk perkuliahan hingga akhir di UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Fajar Iqbal, M.Si sebagai Pembimbing Skripsi Peneliti mengarahkan kepada penelitian yang baik.
5. Bapak Luqman Nusa, M.I.kom sebagai penguji I skripsi Peneliti.
6. Bapak Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si Sebagai penguji II skripsi Peneliti.
7. Kedua orang tua, Papa Zainal Efendi S.Ag, M.Pd dan Mama Isnati S.Pd yang menjadi teladan baik bagi saya. adik-adik yang saya sayangi, Hidayatul Fajriah Zis, Miftah Faridl Zis, Ahmad Thoyyib Al-Faiz Zis yang menjadi penyemangat Peneliti.
8. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu Peneliti dalam hal adminstratif.
9. TIM *Center for Entrepreneurship and Career Development* (CENDI UIN Sunan Kalijaga sebagai wadah diskusi ilmu bagi Peneliti selama satu tahun

kurang lebih bekerjasama dengan dosen-dosen hebat bapak ketua CENDI Superprogresif Dr. Ahmad Salehudin MA, dan bapak ibu CENDI, Dr. Abdur Rozaki, Dr. Lindra Darnela, kandidat Dr Saif Musafi, Muh Rudi Nugroho M.Sc, Moh Khoerul Anwar, M.Pd. Siti Rohaya M.T, Mayreyna Nurwardani M. Psi,

10. Teman-teman angkatan 2014 MAN/MAPK Koto Baru Padang Panjang di Yogyakarta.
11. Seluruh Keluarga JAMAYYKA (Jaringan MAN/MAPK Koto Baru di Yogyakarta)
12. Seluruh keluarga besar Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Khususnya angkatan 2014.

Yogyakarta, 09 April 2018

Penulis,

SIRAJUL FUAD ZIS

NIM: 1473001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Telaah Pustaka .....	8
E. Landasan Teori.....	10
F. Kerangka Berpikir .....	26
G. Metode Penelitian.....	27
H. Metode Analisis Data.....	32
I. Metode Keabsahan Data .....	33

<b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>36</b>
A. UIN Sunan Kalijaga .....	36
B. Komunitas Lingkar Studi Pemikiran Islam (LSPI) di UIN Sunan Kalijaga .....	43
C. Gerakan Mahasiswa Pembebasan di Kampus UIN Sunan Kalijaga .....	46
<b>BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Identitas Informan .....	53
B. Strategi Komunikasi Dakwah Komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga .....	56
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>113</b>
A. Kesimpulan .....	113
B. Saran.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>

**LAMPIRAN** ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo UIN Sunan Kalijaga .....	40
Gambar.2 Bendera Universitas .....	42
Gambar.3 Logo LSPI .....	43
Gambar.4 Logo Gema Pembebasan .....	46
Gambar.5 Logo Gema Pembebasan UIN Sunan Kalijaga .....	47
Gambar.6 Poster Event Ngopi.....	49
Gambar.7 Komunikasi Via Whatsapp.....	87
Gambar.8 Tempat Ngopi Tahun 2017 .....	94
Gambar.9 Poster Event Ngopi 01 Maret 2018 .....	96
Gambar.10 Event Ngopi 15 Maret 2018 .....	98
Gambar.11 Broadcast Event Ngopi via Whatsapp.....	99
Gambar.12 Status Whatsapp Ketua LSPI .....	102
Gambar.13 Status Whatsapp Ketua LSPI .....	103
Gambar.14 Status Whatsapp Ketua LSPI .....	104
Gambar.15 Halaman Depan Media Umat.....	106
Gambar.16 Halaman Belakang Media Umat .....	107
Gambar.17 Halaman Depan Selebaran HTI.....	107
Gambar.18 Halaman Belakang Selebaran HTI.....	108
Gambar.19 Group Facebook Gema Pembebasan UIN Suka .....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kitab-kitab Rujukan LSPI.....	66
--	----



**DAFTAR BAGAN**

Bagan 1. Kerangka Berpikir ..... 26





## ABSTRACT

Strategies become very important to use to convey messages to the public in dakwah organizations. Lingkar Studi Pemikiran Islam (LSPI) is a new community present as Extra Campus Islamic Organizations on UIN Sunan Kalijaga. LSPI dakwah in UIN Sunan Kalijaga in secret. Through the strategy by LSPI keep the spirit of voicing the ideology to the public.

This research is qualitative descriptive research by using four data collection techniques including interview, observation, documentation and literature study. The theory used in the research is the theory of Kustadi Suhandang's Dakwah Communication Strategy. Based on the results the communication strategy of LSPI community dakwah on UIN Sunan Kalijaga has three important points. The first point is the preparation of LSPI communicators which is using the guidelines of the book and the use of powerpoint in conveying dakwah. The second point is the implementation of communication strategy dakwah there are four strategies which is used, such as of interpersonal communication, building human thinking, making events and media usage. The third point is internal of communication effect that has result the effect which show their a growing bound between its member.

The result of the research show that LSPI use four strategies. The first, strategy uses interpersonal communication that is friendly, open and accepting to all. The second strategies is, building ideology. The third is, Execution of Event which is designed for public. The fourth, LSPI uses of media is still lacky. Although its lack of media use, their member use social media for event publications and dakwah purposes.

**Keywords:** Strategy of Communications, Communication Strategy Dakwah Islamic Organizations Extra Campus, LSPI

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai pendekatan manusia kepada Allah SWT, dakwah merupakan salah satu upaya yang dilaksanakan umat Islam dalam mengajak manusia agar mengikuti ajaran Islam sesuai Alquran dan Hadist. Dalam rangka menyampaikan pesan kepada manusia diperlukan dakwah, agar masyarakat mengerti tentang agama Islam.

Dakwah berasal dari Bahasa Arab *da'aa*, atau menurut ulama Basrah berasal dari masdar *da'watun*, yang artinya dalam bahasa Indonesia, adalah memanggil atau panggilan (Suhandang, 2014 : 21). Dakwah bermakna memanggil para manusia untuk dapat selalu menjaga akhlak dan menjadi contoh dalam berbuat kebaikan.

Manusia sebagai individu tidak dapat sendiri dalam memenuhi segala kebutuhan. Manusia sangat perlu orang-orang yang memiliki kelompok dalam mencapai tujuan bersama. Kesadaran tinggi akan makhluk sosial artinya adalah manusia membutuhkan bantuan dan kehadiran orang lain sangat dibutuhkan bersosialisasi guna memenuhi kebutuhan sosialnya. Begitu juga gerakan Islam dalam mencapai satu tujuan perlu membutuhkan orang-orang dalam melakukan kaderisasi. (Alifiulahtin, 2014 : 1).

Menyebarkan dakwah di Indonesia, tentu saja dibutuhkan gerakan Islam yang dapat memberikan informasi tentang keagamaan Islam kepada

masyarakat luas. Gerakan Islam modern yang ada di Indonesia ditandai dengan adanya perkembangan masyarakat, pemikiran, dan gerakan (Noer, 1996). Perkembangan gerakan Islam umumnya di negeri kita antara tahun 1900-1942. Diantara tahun 1900 tidak menjadi patokan utama awal gerakan Islam muncul, melainkan hanya batasan proses berdirinya gerakan Islam di Indonesia. Asal usul dan pertumbuhan gerakan itu di Minangkabau dan dikalangan masyarakat Arab, serta gerakan yang dilancarkan oleh Persyarikatan Ulama, Muhammadiyah, dan Persatuan Islam (Noer, 1996 : 37).

Seorang pelopor dari golongan pembaharuan di daerah Minangkabau adalah Syaikh Ahmad Khatib yang menyebarkan pikiran-pikiranya dari Mekkah (Noer, 1996 : 38). Syaikh Ahmad Khatib termasuk orang yang berada dari latarbelakang agama dan adat yang kuat. Syaikh Ahmad khatib menjadi Imam di Masjid al-Haram Mekkah merupakan suatu prestasi unggulan yang patut dibanggakan oleh penduduk Indonesia.

Meskipun Syaikh Ahmad Khatib tidak pernah kembali lagi ke kampung halaman, tetapi ia tetap memiliki hubungan yang baik dengan orang daerah asalnya. Melalui orang Indonesia yang naik haji ke Mekkah dan belajar kepadanya.

Murid-muridnya menjadi pembaharu pertama di daerah Minangkabau, umpamanya Muhammad Syaikh Djamil Djambek, Haji Abdul Karim Amrullah dan Haji Abdullah Ahmad ; di Jawa Kiyai Haji Ahmad Dahlan, pendiri Muhammadiyah. Sebagian di antara murid-muridnya tetap merupakan pemimpin dalam lingkungan kalangan tradisi yaitu Syaikh Sulaiman ar-Rasuli, Candung, Bukittinggi, dan Kiyai Haji Hasjim Asj'ari,

pendiri pesantren Tebuireng dan kemudian memimpin Nahdatul Ulama.(Noer, 1996 : 39)

Semua nama murid yang ditulis oleh Deliar Noer tersebut para pemuka agama terkenal di Indonesia. Setelah terjadinya pembaharuan gerakan Islam yang dipelopori oleh murid-murid Syaikh Ahmad Khatib, muridnya memiliki tingkat pemahaman dan cara yang berbeda-beda dalam menjalankan gerakan setelah kembali dari Makkah. Oleh sebab itu, gerakan Islam mulai muncul di Indonesia melalui murid-murid Syaikh Ahmad Khatib. Gerakan Islam yang muncul tersebut ada yang masih bertahan, juga ada beberapa gerakan Islam yang sudah hilang. Gerakan Islam modern tersebut juga berkembang di kampus-kampus yang ada di Indonesia.

Pada dunia kampus di Indonesia, banyak sekali gerakan Islam dalam menggiatkan dakwah, seperti Himpunan Mahasiswa Indonesia (HMI), Pelajar Islam Indonesia (PII), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), Gerakan Mahasiswa Pembebasan (Gema Pembebasan), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) Persatuan Islam (Persis), Nahdatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, serta banyak lagi organisasi serta komunitas kecil yang memiliki perjuangan untuk menyebarkan ajaran agama Islam. Aktifitas dakwah yang dilakukan oleh organisasi ekstra kampus tentu memerlukan komunikasi yang perlu dibangun.

Memahami persoalan dakwah ekstra kampus, bukan seolah-olah ia berada diluar kampus. Namun subsaansi dalam dakwah memang satu hal yang menjadi misi, tidak hanya bagi orang Islam tapi bagi orang yang bergama manapun. Dakwah itu tidak bisa diam, oleh karena itu memerlukan upaya-upaya untuk menyampaikan pesan-pesanya, nilai-nilainya dan menawarkan kepada orang untuk ikut bergabung.

Upaya organisasi dalam menarik partisipan dilakukan dengan berbagai cara dan strategi. Menarik orang atau massa untuk bergabung pada suatu organisasi adalah salah satu memperbanyak kader organisasi dalam mengembangkan sayap di semua daerah yang ada di Indonesia. Upaya tersebut juga di dukung oleh perintah Allah SWT dalam menyampaikan ajaran Islam.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي  
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.(Q.S An-Nahl : 125).

Berikutnya, menyampaikan pesan kepada masyarakat dalam dakwah dibutuhkan komunikasi, tidak perlu diragukan lagi bahwa komunikasi dan dakwah mempunyai hubungan atau persinggungan yang



sekurang-kurangnya terdapat kesamaan unsur yaitu : sumber, komunikator, pesan, media, komunikan, tujuan dan efek.

Pada kampus UIN Sunan Kalijaga, gerakan Islam ekstra kampus salah satunya Komunitas Lingkar Studi Pemikiran Islam (Selanjutnya peneliti singkat dengan LSPI) adalah salah satu organisasi Islam yang menyebarkan dakwah di kampus UIN Sunan Kalijaga. Awal mula perkembangan LSPI dibangun dari seorang inisiatif yang berinisial AN. AN ingin membentuk fasilitas sebagai sarana diskusi dan belajar agama.

Kajian yang di bawakan LSPI cukup variatif dan tematik. Mulai dari diskusi agama, diskusi politik, dan bedah buku. LSPI hadir di UIN Sunan Kalijaga pada tanggal 06 Januari 2018 dalam event ngobrol pemikiran Islam (ngopi). Event tersebut mengangkat tema tentang tantangan dan hambatan dakwah di tahun politik 2018, pemateri yang dipilih oleh panitia yaitu satu orang mahasiswa s2 UIN Sunan Kalijaga dan mahasiswa UNY.

Uniknya, sesuai dengan nama acara yang ngopi pada saat di tempat memang disediakan kopi untuk menemani teman diskusi. LSPI memiliki tujuan melanjutkan kehidupan Islam. Melihat kehidupan Islam saat ini memiliki keterepurukan dan tidak stabil. Mengenai komunitas LSPI, belum banyak orang mengetahuinya. Terlepas dari pelajaran non formal yang dilakukan oleh LSPI, secara tidak langsung LSPI sebagai komunitas bisa menerapkan nilai-nilai *public relations*, *public speaking* contoh kecil LSPI di UIN Sunan Kalijaga bisa menerapkan media eksternal yang berisi

opini, meskipun hanya selebaran kertas yang berisi nilai-nilai dakwah. Gerakan dakwah yang dilakukan oleh LSPI hanya terjadi oleh proses komunikasi. Proses komunikasi LSPI adalah untuk strategi, apapun bentuk dan pendekatan yang dilakukannya bertujuan mendapatkan simpati.

LSPI memiliki kegiatan-kegiatan dakwah di lingkungan UIN Sunan Kalijaga. Melakukan pengajian di sekitar area Masjid kampus UIN Sunan Kalijaga. Kegiatan pengajian tersebut adalah berdiskusi isu-isu yang sedang berkembang di Indonesia. Untuk mengembangkan dakwahnya, tentu LSPI menggunakan strategi yang dilakukan dalam komunikasi dakwah dengan masyarakat UIN Sunan Kalijaga.

Peneliti akan melakukan penelitian tentang strategi komunikasi dakwah komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga. UIN Sunan Kalijaga merupakan salah satu Universitas Islam di Yogyakarta, dapat dijadikan sebagai target dan pengembangan ideologi LSPI dalam menarik partisipan bergabung melewati LSPI sebagai komunitas yang memiliki ideologi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk kepentingan akademisi, memperkaya informasi terkait perkembangan ideologi LSPI di UIN Sunan Kalijaga serta menyumbangkan pemikiran baru mengenai pengaruh komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan peneliti di atas, maka ditemukan masalah dari penelitian yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Gerakan Islam Ekstra Kampus di UIN Sunan Kalijaga pada Komunitas Lingkar Studi Pemikiran Islam (LSPI)?

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pemikiran pada penelitian Strategi Komunikasi.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi, memberi masukan, dan pertimbangan untuk mahasiswa memilih organisasi atau komunitas dalam rangka mengembangkan kepribadian di UIN Sunan Kalijaga.

#### **D. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka berguna untuk mengidentifikasi penelitian yang serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Pada telaah pustaka, sehingga peneliti dapat memberikan perbedaan fokus penelitian. Telaah pustaka yang peneliti menggunakan penelitian-penelitian Komunikasi Organisasi yang berfokus kepada strategi komunikasi dakwah. Berikut beberapa penelitian yang peneliti jadikan sebagai telaah pustaka.

1. Tulisan ilmiah skripsi karya Annisa Nidya Hapsari, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tahun 2013 yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Hijab Bekasi Untuk Menarik Minat Anggota Baru”. Penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan kualitatif metode studi kasus. Teori yang digunakan oleh Annisa adalah teori komunikasi, komunikasi kelompok, komunikasi persuasi, kelompok, jilbab, new media, teori sintalitas kelompok. Hasil penelitian Annisa memaparkan bahwa pola komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Hijab meliputi Komunikasi Internal dan Eksternal yang berfokus kepada komunikator, pemilihan komunikan, media dan sumber dana. Persamaan penelitian tersebut dengan karya peneliti adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif yang berfokus kepada strategi komunikasi dalam sebuah kelompok. Adapun perbedaanya

adalah kelompok yang diteliti Annisa adalah peran Komunitas Hijab, sedangkan peneliti berfokus kepada komunitas LSPI.

2. Penelitian yang kedua adalah karya tulis Zulfiyah Pramudyandari tahun 2016, Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang berjudul "*Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Mewujudkan Visi Misi Organisasi*". Penelitian tersebut berfokus kepada pola kesejahteraan sosial di Kabupaten Purwakarta tahun 2013-2018. Hasil dari penelitian tersebut adalah Purwakarta menyuarkan visi "Purwakarta Berkarakter" kepada seluruh masyarakat, pesan disampaikan oleh pemerintahan kabupaten, Zulfiyah menerangkan bahwa kekuasaan yang dimiliki efektif dalam menyampaikan pesan, sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Teori yang digunakan oleh Zulfiyah pada penelitian tersebut adalah komunikasi, komunikasi pembangunan, strategi, mewujudkan visi. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian ini adalah sama menggunakan deskriptif kualitatif, serta berfokus kepada pencapaian strategi komunikasi dan visi misi organisasi, hal ini selaras dengan objek peneliti bahwa bagaimana LSPI berdakwah. Adapun perbedaan penelitian ini adalah subjek yang berbeda.
3. Berikutnya karya tulis ilmiah Tesis oleh Saifuddin tahun 2007, Mahasiswa magister UIN Sunan Kalijaga yang berjudul "*Konsepsi Khilafah*". Saifuddin meneliti tentang pemikiran politik Hizbut Tahrir



yang memiliki konsep Khilafah. Teori yang digunakan oleh Saifuddin meminjam teori yang diajukan oleh Jhon O.Voll. vitalitas keyakinan dinamika keyakinan keagamaan Islam, gerkan-gerakan Islam yang beraneka ragam, keadaan Islam sendiri. Metode penelitian yang dipakai oleh Saifuddin adalah kombinasi antara penelitian pustaka dan penelitian lapangan. Hasil dari penelitian tersebut adalah, konsep yang dipikirkan HTI adalah ketatanegaraan Islam, yang tidak menerima ajaran apa pun dari barat sekaligus pemurnian agama Islam. Terlepas dari semua permasalahan, Saifuddin berkeyakinan tidak ada masalahnya konsep tersebut diterapkan asal semua orang bahagia dan tidak ada merasa terasingkan. Berdasarkan pemaparan diatas, persamaan penelitian tersebut adalah sama membahas objek yang sama. Sedangkan, melihat dari perbedaanya dengan yang peneliti bahas adalah perbedaan teori yang dipakai.

#### **E. Landasan Teori**

Teori merupakan hal yang dibutuhkan dalam penelitan. Teori berfungsi sebagai dasar atau pondasi untuk membimbing peneliti agar fokus dan tidak keluar jalur dari garis penelitian. Mengkaji fenomena yang sedang Peneliti bahas diperlukan teori yang relevan. Dalam konteks ini, penelitian yang berfokus kepada strategi komunikasi ada dalam ranah kajian komunikasi organisasi. Oleh karena itu membahas organisasi komunikasi sebagai bingkai dari pijakan teori perlu dilakukan. Secara

sistematis, susunan dari landasan teori ini akan membahas komunikasi organisasi, gerakan dakwah, strategi komunikasi, dan strategi komunikasi dakwah.

## 1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Schein bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hirerarki otoritas (Muhammad, 2009 : 23). Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 2009 : 67).

Organisasi merupakan satu tempat yang memfokuskan kepada satu tujuan, kemudian dalam hal tersebut terdapat strategi komunikasi yang digunakan di dalam kelompok, dalam melengkapi data satu sama lain. Komunikasi merupakan kebutuhan pokok dalam sebuah organisasi. Organisasi berkembang sesuai dengan seiring perkembangan kehidupan sosial.

Studi sosial komunikasi manusia merupakan perkembangan relatif baru muncul pada tahun-tahun pasca perang dunia kedua. Saat itu terdapat optimisme menyangkut masa depan ilmu sosial secara umum, terutama relevansinya untuk memperbaiki kondisi masyarakat. Perkembangan ilmu komunikasi merupakan dampak dari berkembangnya ilmu sosial, perkembangan ilmu komunikasi

merupakan salah satu dampak positif dalam kemajuan berpikir (Berger, 2014 : 3).

Beberapa dasawarsa terakhir telah terjadi sejumlah pergeseran intelektual dan debat konseptual di bidang komunikasi organisasi, karena komunikasi organisasi dan prosesnya secara terus menerus mengalami perubahan. Para peneliti harus menghadapi enam tantangan : menginovasi teori dan metodologi, memusatkan pernanan etika, bergerak dari isu interpersonal tingkat mikro ke tingkat makro, memeriksa teknologi dan struktur organisasi baru, memahami komunikasi perubahan organisasi, meneliti keanekaragaman dan aspek-aspek komunikasi antar kelompok. Enam komponen tersebut penting dilakukan dalam meneliti sebuah organisasi (dalam Jones, Watson, Garner, dan Gallois, 2014) karya Charles R. Berger Dkk.

Adapun kritik dan agenda dalam organisasi yang melukiskan pemakaian keputusan (*adoption decisions*) karena kalah oleh pengaruh normatif, sistematis, berpusat kepada pembuktian kolektif Valente, 1995 dalam (Berger, 2014 : 351). Organisasi yang ada harus memiliki norma sesuai dengan situasi masyarakat yang ada, seperti contoh Indonesia tidak menyukai organisasi yang anarkis, hal ini sudah melanggar normatif kehidupan berbangsa.

Ada empat fungsi komunikasi dalam organisasi yaitu fungsi informatif, fungsi regulatif, fungsi persuasif, fungsi integratif (Syahputra, 2013 : 44). Empat fungsi tersebut dapat ditemukan di setiap

organisasi yang ada, kebutuhan komunikasi dalam sebuah organisasi sebagai pondasi utama berjalannya program yang di rencanakan organisasi.

Sedangkan fungsi komunikasi menurut Liliweri (Ruliana, 2014 : 26), dibagi dalam dua kelompok. Fungsi yang pertama yaitu umum, merupakan :

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan.
- b. Komunikasi berfungsi sebagai menjual ide dan gagasan
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan karyawan
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan.

Fungsi umum, lebih bersifat *universal* dalam membangun sistem yang ada dalam organisasi. Komunikasi dapat membantu pembentukan sistem ini dalam membentuk musyawarah yang membuka telinga untuk mendengar apa saja pendapat yang dibahas oleh forum. Selain fungsi umum, juga ada fungsi khusus (Ruliana, 2014 : 27) yaitu :

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi.

c. Membuat karyawan memiliki kemampuan untuk menangani keputusan.

Adapun komunikasi dalam lingkup khusus lebih kepada aktifnya seorang dalam memanfaatkan relasi dalam meningkatkan performa organisasi. Dalam fungsi khusus juga penekanan dalam mengambil keputusan harus siap dalam berbagai keadaan.

Terlepas dari fungsi dari komunikasi, tentu saja organisasi memiliki tujuan. Tujuan dari komunikasi organisasi adalah memberikan jalan yang memudahkan pengurus dan anggota dalam berkoordinasi. Menurut Koontz (Ruliana, 2014 : 24) , dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan.

Tujuan dari organisasi yaitu melakukan perubahan dan berkembang, dua fokus yang disampaikan dari defenisi Koontz menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Melalui ada perkembangan dalam organisasi, akan mendekati kepada kesejahteraan. Kesejahteraan bisa saja bersifat material atau memiliki citra baik disekitar lingkungan organisasi.

## 2. Gerakan Dakwah

Gerakan dakwah memiliki hubungan sangat erat dengan pembaharuan gerakan Islam modern di Indonesia. Gerakan Islam memiliki asal usul yang berkembang menjadi sebuah gerakan politik.

Pertumbuhan gerakan politik dikalangan muslimin di Indonesia dapat dikatakan identik dengan asal-usul dan pertumbuhan Sarekat Islam (Noer, 1996 : 114). Gerakan dakwah yang sejatinya mengedepankan dasar-dasar ajaran Islam sudah berkembang menjadi sebuah praktek ideologi politik.

Dakwah adalah sebuah komunikasi persuasif dalam mengajak orang kepada perubahan yang dikehendaki. Persuasif di definisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain (Syahputra, 2017 : 174). Menyebarkan dakwah perlu di dukung oleh unsur-unsur komunikasi. Tujuan utama dari komunikasi persuasif, termasuk perubahan sikap seseorang terhadap keyakinan yang di anut sebelumnya (Syahputra, 2017 : 174). Dakwah dalam Islam mengajarkan unsur kebaikan, agar berpaling kepada Tuhan, tempat semua hamba Islam mengadu. Dakwah dikenal sebagai sebuah penyebaran informasi, penyadaran diri, serta motivasi untuk hidup.

Saat ini banyak organisasi yang memiliki label dakwah dengan berbagai macam cara, dengan cara yang berbeda-beda. Belakangan ini dakwah juga alat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan moral kepada masyarakat melewati berbagai media. Kemampuan berdakwah juga dapat dilihat dari perspektif komunikasi, bahwa pentingnya penguasaan *public speaking* dalam menyampaikan pesan. Menurut Charles Bonar Sirait di dalam bukunya *The Power of Public Speaking* ada lima macam cara di mana pembicara dapat memengaruhi publik,

yaitu dengan cara memberikan hiburan, membagi informasi, memberikan pengalaman yang menimbulkan motivasi, memberikan informasi, dan yang terakhir adalah transformasi (Sirait, 2013 : 423). Gerakan dakwah yang memiliki kemampuan berbicara baik di depan umum, akan menarik simpati masyarakat untuk berbondong-bondong bergabung.

Gerakan dakwah yang ada di Indonesia meskipun berlandaskan kepada ajaran Islam, memiliki ideologi dan cara yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Berikut beberapa gerakan dakwah yang ada dan lahir di Indonesia dalam jangka tahun 1911-1942 yaitu Sarekat Islam, Persyarikatan Ulama, NU, Muhammadiyah, Masyarakat Arab, Persatuan Muslimin Indonesia, Sumatera Thawalib, Surau Jembatan Besi, Sekolah Adabiyah, Pesatuan Islam. Perlahan gerakan tersebut ada yang berhasil, ada yang menemui kemunduran dan hilang.

Berdasarkan tulisan yang ditulis oleh Taqiyudin an-Nabhani yang berjudul “Pembentukan Partai Politik Islam” ada empat pemahaman dalam mengkaji gerakan-gerakan yang mewujudkan kebangkitan akan mendapati bahwa penyebab utama kegagalan keseluruhan seluruh upaya itu ditinjau dari dari aspek keorganisasian yaitu :

- a. Gerakan-gerakan tersebut berdiri di atas pemikiran yang umum tanpa batas yang jelas, sehingga muncul kekaburan atau pembiasan.



- b. Gerakan-gerakan tersebut tidak mengetahui *thariqah* (metode) dalam penerapan fikrahnya.
- c. Gerakan-gerakan tersebut bertumpu kepada orang-orang yang belum sepenuhnya mempunyai kesadaran.
- d. Orang-orang yang menjalankan tugas gerakan-gerakan tersebut tidak mempunyai ikatan yang benar.

### 3. Strategi Komunikasi

Strategi merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Nisa, 2016 : 11). Perencanaan adalah faktor penentu dan tolak ukur yang dapat menjadi penentu arah perjalanan dari tujuan yang akan dituju.

Menurut Onong Uchjana Efendy, dalam bukunya yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, strategi merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Efendy, 1986 : 29).

Strategi merupakan langkah-langkah dalam merumuskan suatu tujuan agar dapat menjadikan peta berpikir yang dapat membimbing perencana mencapai suatu hal yang ditargetkan. Target yang dicapai menjadi tujuan utama, diperlukan faktor-faktor pendukung yang harus bisa diterima oleh calon target yang diusahakan.

Berbicara mengenai strategi artinya adalah merencanakan sesuatu secara sistematis dan tersusun berdasarkan kesamaan ide dan gagasan. Direalisasikan dan disosialisasikan dengan cara yang tidak jauh berbeda sesuai peta berpikir yang dirumuskan dalam satu organisasi, korporasi maupun strategi yang bersifat pribadi.

Sedangkan Komunikasi Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communicare*" yang mempunyai arti berpartisipasi atau memberitahukan. Kata "*communis*" berarti milik bersama atau "berlaku di mana-mana"(Zamroni, 2009 : 4). Sedangkan komunikasi secara definisi menurut Carl I.Hovland dalam Zamroni menyatakan *communication is the process by which an individual transmit stymuly (ususally verbal symbol) to modify the behavior of another individuals.*

Dalam definisi tersebut menyatakan bahwa komunikasi adalah proses menstimulasi dari satu individu kepada individu lain dengan menggunakan lambang yang berarti, berupa lambang kata untuk mengubah tingkah laku. Komunikasi adalah sebagai praktek transfer pesan sering dipahami secara sempit hanya sebagai pembicaraan satu orang dengan orang lain (Syahputra, 2013 : 3). Komunikasi adalah seni menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada orang lain sesuai dengan budaya dan bahasa yang digunakan. Seseorang akan dapat menerima pesan dengan baik apabila budaya dan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi sesuai dengan penerima pesan.

Komunikasi menurut Harold Lasswell (Mulyana, 2013 : 69) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Defenisi ini sangat unik, karena ada dalam satu kalimat pertanyaan yang memiliki arti siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan apa dampaknya?. Tentu saja dalam berkomunikasi tidak memiliki satu unsur. Pada defenisi tersebut terdapat lima unsur yang menjadi acuan dalam berkomunikasi yaitu : sumber, pesan, media, penerima dan efek. Berkomunikasi sehari-hari, manusia juga mengaplikasikan hal sesuai yang dipikirkan Lasswell dalam melakukan interaksi.

Komunikasi yang dilakukan dapat dilakukan dengan interaksi, berdialog, sosialisasi bahkan bisa dengan bertanya. Komunikasi adalah proses simbolik, merupakan salah satu kebutuhan manusia, seperti yang dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang (Mulyana, 2013 : 92)., dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya

Berkomunikasi membutuhkan simbol yang dapat dimengerti oleh lawan bicara, biasanya simbol akan terbentuk sendiriya dengan kebudayaan yang dianut oleh lokasi tempat berkomunikasi. Lambang akan dapat dimengerti sesuai kesepakatan kelompok, lambang yang digunakan mempermudah dalam proses transfer pesan.

Seperti contoh yang kecil, dalam pertemuan di kelas kesepakatan awal apakah yang disepakati antara dosen dan mahasiswa, seperti

pengalaman peneliti pada mata kuliah Komunikasi Profetik yang diampu oleh Dr. Iswandi Syahputra di awal perkuliahan beliau sering memulai perkuliahan “mari kita awali perkuliahan dengan membaca...” tidak lama kemudian dengan keadaan sadar mahasiswa menjawab “*Alhamdulillahirabbilamin*” diluar kelas peneliti, ketika mendengar hal tersebut pasti sangat heran, kenapa harus *Alhamdulillah*, kenapa tidak memulai dengan bacaan *bismillah* seperti lumrahnya di setiap kelas muslim di Indonesia.

Simbol yang demikian sudah disepakati oleh dosen dan mahasiswa sebagai makna bentuk syukur kepada yang Maha Pencipta, bahwa masih diberi kesempatan sehat walafiat dan bisa menuntut ilmu. Kisah yang peneliti uraikan adalah contoh kecil, bahwa simbol-simbol komunikasi bermula dari kesepakatan bersama. Peneliti memahami semua pendapat para ahli bahwasanya lambang merupakan sebuah alat komunikasi yang mempermudah tercapainya transfer pesan dengan efektif. Bahasa termasuk salah satu lambang, peneliti sangat percaya bahasa memiliki nyawa. Bahasa dapat mengantarkan seseorang kepada pengaruh yang positif dan pengaruh yang negatif, bahkan sebuah bahasa dapat menimbulkan peperangan.

Middleton (1980) sebagai seorang pakar komunikasi mengartikan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada

pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal (Cangara, 2013 : 61).

Komunikator memastikan pesan yang disampaikan kepada penerima pesan dapat diterima dengan baik. Sebelum menyampaikan pesan kepada penerima, komunikator menyusun perencanaan yang dapat berguna sebagai panduan yang mengarahkan pesan yang berdampak kepada tujuan. Oleh karena itu, strategi komunikasi dapat diartikan sebagai upaya memberikan rangsangan kepada penerima pesan untuk dapat bergabung dengan proses yang ingin dicapai dengan adanya perubahan pola pikir, sikap serta tindakan setelah menerima informasi dari komunikator.

#### 4. Strategi Komunikasi Dakwah

Menelaah kepada pengertian strategi komunikasi, bisa dipahami bahwa strategi komunikasi dakwah dapat merubah pola pikir, sikap, sifat khalayak atas penyampaian gagasan terpusat kepada orientasi yang ingin dicapai, yaitu menyebarluaskan ajaran Islam di muka bumi (Suhandang, 2014 : 84). Proses yang dilakukan dalam strategi komunikasi dakwah diperlukan unsur-unsur pendukung yaitu unit analisis, diantaranya adalah :

##### a. Persiapan Komunikator Dakwah

Komunikator merupakan komponen utama dalam terjadinya proses komunikasi. Komunikator merupakan pembawa pesan yang akan

disampaikan kepada satu orang atau lebih melalui sebuah saluran. Jika melihat model komunikasi yang paling klasik disebut model retorik (rhetorical model) yang digagas oleh Aristoteles. Model retorik (Mulyana, 2013, :145) mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*) dan pendengar (*listener*).

Dalam Islam, komunikator biasa dipanggil dai. Dai merupakan komunikator yang akan menyampaikan pesan-pesan yang bernilai membangun kepribadian seseorang. Dai sebagai komunikator harus memiliki beberapa kriteria dan persyaratan khusus (Suhandang, 2014 : 8). Dai bergerak kepada masyarakat dibutuhkan memenuhi kedudukan yang layak, selaras antara perkataan dan perbuatan. Keselarasan kedua sikap ini, tentu menjadi poin penting bagi seorang komunikator yang menyerukan ajaran Islam. Dalam memahami hal tersebut juga terdapat hal yang diperhatikan oleh dai.

Kriteria khusus yang dimaksud menurut Ali Hasjmy adalah ayat 55 surah an-Nur yang merupakan mandat Allah kepada kaum muslimin secara umum (Suhandang, 2014 : 9), di mana saja mereka berada dan zaman mana pun untuk mengangkat mereka menjadi khalifah di muka bumi ini dengan syarat :

- 1) Mereka harus benar-benar beriman kepada Allah.
- 2) Mereka harus mengerjakan amal saleh dalam arti seluas-luasnya.

- 3) Mereka harus menyembah hanya kepada Allah.
- 4) Sama sekali mereka tidak boleh menyekutukan Allah dengan siapa dan barang apa pun.

b. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dakwah

*Planning* di dalam organisasi berperan sebagai pembimbing dalam mengarahkan tujuan yang ingin dicapai. Membuat *planning* (Ruliana, 2014 : 205) merupakan perincian secara teratur dan berurutan tentang langkah-langkah yang akan dilaksanakan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Rencana adalah tahap awal dari beberapa cara dalam melakukan aktivitas dakwah.

Menetapkan tujuan yang dimaksud, seorang dai harus melakukan persiapan terlebih dahulu. Agar memperoleh ketepatan dalam tujuan, Seorang dai harus melakukan penelitian terhadap kebutuhan khalayak. Segala hal yang terkait dengan kebutuhan memerlukan keseimbangan dalam tahap pemahaman yang akan diterima oleh khalayak. Menurut Suhandaga dalam bukunya yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah” menguraikan beberapa hal penting yang disiapkan sebelum pelaksanaan dakwah :

- 1) Analisis media yang diperlukan serta segmentasi khalayak sasaran.

Media merupakan sebuah alat yang berfungsi melakukan distribusi pesan kepada segmentasi yang diinginkan oleh



seorang komunikator atau dalam hal ini, berdakwah diperlukan media. Distribusi pesan bisa dilakukan dengan beberapa kategori secara umum (Ruliana, 2014 : 104) diantaranya adalah : *Electronic, Cetak, Tatap Muka, Workspace* .

2) Perpaduan komunikator (dai) dengan media yang dipakai.

Keselarasan dalam menyampaikan dakwah, diperlukan dalam memudahkan transfer pesan kepada seorang komunikan. Pandai dalam memilih media yang tepat juga sebagai faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi dakwah yang disampaikan kepada khalayak.

3) Penyusunan rencana dan pesan yang akan disampaikan.

Setelah perencanaan strategi komunikasi dakwah secara umum, dibutuhkan juga strategi secara detail dalam melihat pesan yang disampaikan kepada target.

4) Prosedur pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan.

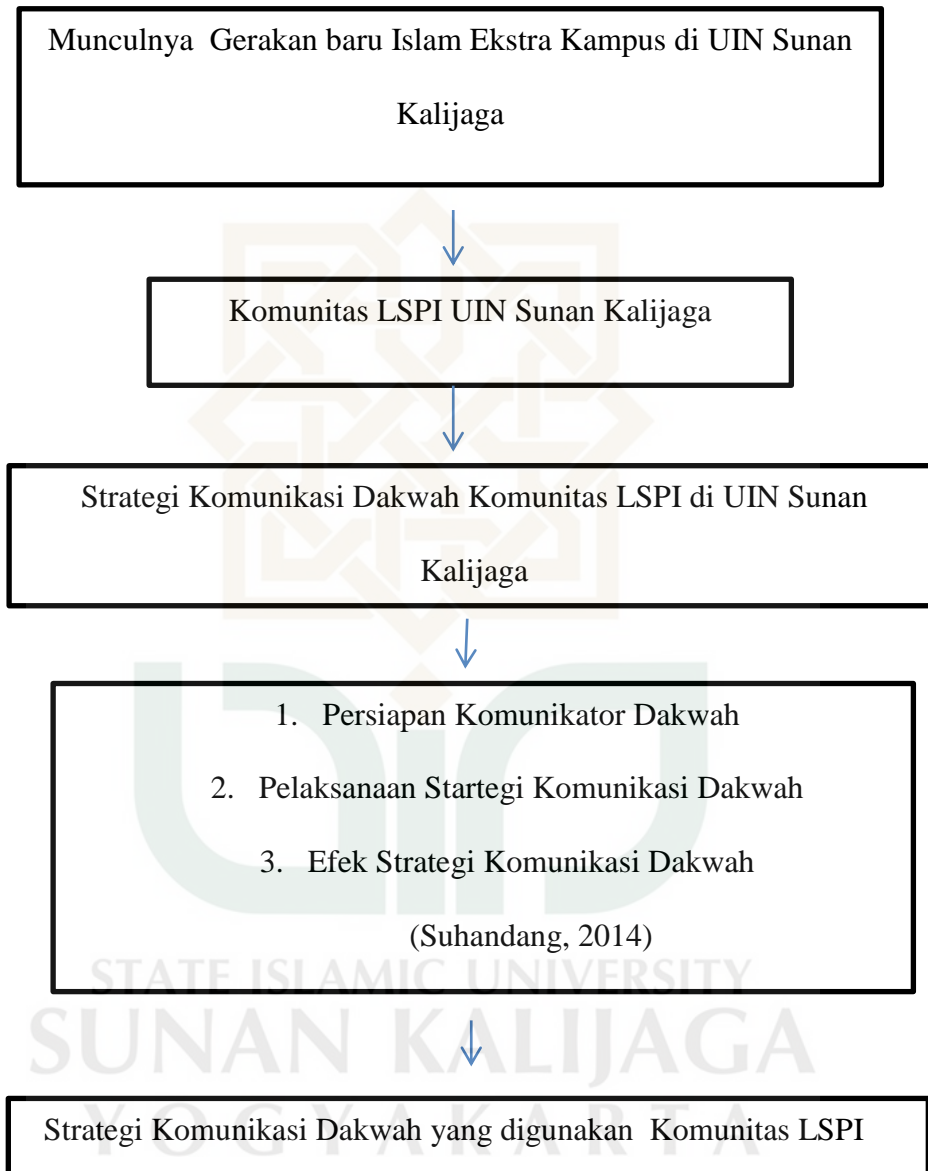
Tahap prosedur, sudah mendekati kepada hal-hal teknis yang harus dilakukan oleh seorang dai di lapangan. Prosedur yang dilakukan bisa diuraikan dalam poin-poin. Dalam setiap organisasi yang menyampaikan dakwah, tentu memiliki pola yang berbeda dalam menyampaikan secara pelaksanaan.

c. Efek Strategi Komunikasi Dakwah

Tahap berikutnya adalah, setelah pelaksanaan strategi komunikasi dakwah yaitu memetik hasil akhir yaitu efek. Efek merupakan sebuah keberhasilan dalam menyampaikan materi-materi dakwah. Hakikat utama dalam capaian dakwah sebenarnya adalah manusia yang diajak berada, berjalan bersama di jalan Allah SWT. Arah Islami yang dicita-citakan dapat terpenuhi dan diikuti oleh penerima pesan-pesan dakwah.

## F. Kerangka Berpikir

**Bagan.1 Kerangka Berpikir**



**Sumber : Olahan Peneliti**

## **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini digunakan agar suatu penelitian dapat lebih tersusun rasional dengan menggunakan jenis dan teknik tertentu. Metode yang Peneliti gunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

### **1. Jenis Penelitian**

Metode pengkajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, peneliti melakukan deskripsi dan mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Disini peneliti bertindak selaku fasilitator dan realitas dikonstruksi oleh subjek penelitian. Selanjutnya peneliti bertindak sebagai aktivis yang ikut memberi makna secara kritis pada realitas yang dikonstruksi subjek penelitian.

Peneliti menjelaskan realita sosial yang terjadi pada komunitas LSPI melakukan aktifitas dakwah di UIN Sunan Kalijaga. Bagaimana perkembangan dan bentuk kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh LSPI. Tentu saja peneliti akan memaparkan materi yang berhubungan dengan LSPI secara umum dan detail tentang strategi komunikasi dakwah.

Seperti yang dijelaskan oleh Ahmad Tanzeh, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkap gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami sebagai sumber langsung dengan instrumen kunci

penelitian itu sendiri. Mengutip pandangan Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Tanzeh, 2009: 11).

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini yaitu mencari dan memahami Strategi Komunikasi Dakwah Gerakan Islam Ekstra Kampus Di UIN Sunan Kalijaga Studi Deskriptif Pada Komunitas Lingkar Studi Pemikiran Islam (LSPI)

Objek dari penelitian ini berupa masalah yang ingin diteliti dan dipecahkan melalui sebuah penelitian. Adapun subjek dari penelitian ini adalah komunitas LSPI yang berdakwah di UIN Sunan Kalijaga. Dengan menentukan subjek yang akan diteliti, maka peneliti akan dimudahkan dalam mencari data yang akan didapatkan dari subjek penelitian.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Ada dua jenis sumber data yang dikumpulkan pada penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, sedangkan data sekunder adalah data yang didukung oleh sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan Peneliti adalah :

a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dapat memudahkan peneliti mengambil data primer dalam menjelaskan strategi yang digunakan oleh organisasi (Kriyantono, 2006 : 100).

Penggunaan wawancara pada penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan eksplorasi terhadap keseluruhan yang bisa dijadikan data dalam melakukan strategi komunikasi dakwah komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga. Jumlah responden yang peneliti ambil hanya dari dua orang yang memiliki andil pada organisasi.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondenya kecil atau sedikit (Ardial, 2014 : 373).

Berikut sebelum melakukan wawancara, peneliti akan mempersiapkan pertanyaan dalam mendapatkan data, bisa dengan menghafal agar tidak ketahuan sedang mencari data organisasi. Adapun karakteristik yang peneliti cari pada

penelitian ini adalah subjek merupakan Pengurus dari LSPI dan anggota LSPI.

Spesifikasi Peneliti melakukan wawancara pada strategi komunikasi dakwah LSPI di UIN Sunan Kalijaga yaitu :

1. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.
2. Pengurus Lingkaran Studi Pemikiran Islam (LSPI).
3. Anggota Lingkaran Studi Pemikiran Islam (LSPI).
4. Terlibat aktif memiliki kontribusi pada kegiatan Lingkaran Studi Pemikiran Islam (LSPI).
5. Memiliki latar belakang Gerakan Mahasiswa Pembebasan atau Gema Pembebasan UIN Sunan Kalijaga.

b. Observasi

Sebenarnya observasi adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan manusia, dengan modal pancaindera yang dimiliki setiap orang sering mengamati objek-objek tertentu (Kriyantono, 2006 : 106). Observasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti untuk mengetahui apa saja yang terjadi tentang objek yang diteliti. Observasi yang dilakukan harus selaras dengan tujuan riset. Observasi juga mengamati tentang perilaku, percakapan dan interaksi yang dapat dijadikan data penunjang penelitian (Ardial, 2014 : 367).



Observasi ilmiah berbeda dengan observasi yang dilakukan sehari-hari. Observasi sebagai pemilihan, pengubahan, pencatatan, pengodean serangkaian perilaku. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi aktivitas LSPI di sekitar UIN Sunan Kalijaga yang dijadikan tempat kegiatan acara LSPI.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi sudah umumnya dipakai dalam melengkapi data observasi. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik dan dokumen privat. Dokumen publik misalnya : laporan polisi, berita dari surat kabar, transkrip acara di televisi dan lainnya. Dokumen privat misalnya, memo, surat pribadi, buku harian individu dan lainnya (Kriyantono, 2006 : 116).

Dokumentasi perlu dilakukan dalam mengkaji data tentang suatu organisasi lebih dalam, dan berpengaruh kepada hasil penelitian yang akan dicapai. Dalam melengkapi penelitian ini, peneliti membutuhkan dokumentasi yang dapat mengantarkan kepada pemahaman yang lebih jelas terhadap yang peneliti bahas.

d. Studi Literatur

Peneliti juga melengkapi data dengan pembahasan serta kajian-kajian yang sama dengan tema yang peneliti bahas, fungsi dari studi literatur ini adalah untuk mendapatkan data sekunder.

## H. Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis domain, yaitu digunakan untuk menganalisis gambaran-gambaran objek riset secara umum atau menganalisis di tingkat permukaan, namun relatif utuh tentang objek riset (Kriyantono, 2006 : 198). Mengetahui secara keseluruhan aktifitas yang telah dilakukan organisasi memudahkan peneliti dalam memberikan penjelasan terhadap masalah yang ada. Analisis yang dilakukan pun tidak menyimpang dari objek riset.

Sehingga ketika mendapatkan sebuah data, periset dapat menganalisis simbol yang dipakai oleh objek penelitian, bisa mengetahui pola komunikasi, gaya hidup, pola penggunaan media, struktur sosial (Kriyantono, 2006 : 198). Mendapatkan pola komunikasi tersebut dibutuhkan pertanyaan-pertanyaan yang mendukung dalam memahami permasalahan yang ada. Ketajaman penelitian pada analisis domain pun akan semakin memperkuat penelitian.

Teknik Analisis Domain ini amat terkenal sebagai teknik yang dipakai dalam penelitian yang bertujuan eksplorasi (Bungin, 2005 : 85). Artinya adalah peneliti bisa fokus kepada kajian yang sedang dibahas dengan menekankan pada gambaran seutuhnya tanpa ada detail tentang objek penelitian.

Sehubungan dengan kemungkinan banyaknya domain, maka Spradley (Bungin, 2005 : 86) menyarankan Hubungan Semantik (*Semantic Relationship*) yang bersifat *universal* sebagai berikut :

1. Jenis (*Strict Inclusion*)
2. Ruang (*Spatial*)
3. Sebab-Akibat (*Cause Effect*)
4. Rasional (*Rationale*)
5. Lokasi Kegiatan (*Location for Action*)
6. Cara ke Tujuan (*Means-End*)
7. Fungsi (*Function*)
8. Urutan (*Sequence*)
9. Atribut (*Atribution*)

Analisis Domain dapat dikembangkan sendiri oleh peneliti sesuai fakta yang terjadi dilapangan. Tetapi tetap fokus pada jalur penelitian. Setelah mendapatkan data, peneliti akan mengkategorikan simbolis dari domain. Analisis Domain pada akhirnya hanya berorientasi kepada logika deskriptif.

## **I. Metode Keabsahan Data**

Setiap penelitian karya tulis ilmiah harus mempunyai penguji untuk kebenaran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan, dibayangkan. Validasi pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis Triangulasi, yaitu menganalisis jawaban

subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Jawaban *cross-check* dengan dokumen yang ada (Kriyantono, 2006 : 70). Peneliti menggunakan teori Triangulasi mengenai strategi komunikasi dakwah komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga.

Peneliti hanya menggunakan 2 macam analisis Triangulasi dari 5 macam Traingulasi menurut Dwidjowinoto dalam (Kriyantono, 2006 : 70) penelitian ini yaitu : Triangulasi Sumber merupakan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Melihat perkembangan sudut pandang yang berbeda peneliti berharap penelitian benar-benar utuh dan menghindari pandangan secara subjektif.

Pembandingan yang dilakukan yaitu mengenai informasi yang di dapat dilapangan dibanding dengan perspektif orang secara umum di lingkungan UIN Sunan Kalijaga. Triangulasi Sumber menjadi hal yang penting pada keabsahan data, dengan pertimbangan memperhatikan dengan cermat hasil pengamatan dengan wawancara. Berikutnya, peneliti juga menggunakan triangulasi teori (Kriyantono, 2006 : 71) merupakan memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu atau dipadu. Proses Triangulasi yang digunakan, semestinya dilakukan secara berkelanjutan, sehingga pemahaman antara peneliti dan informan tidak ada lagi yang berbeda.

Proses pemaknaan di dalam penelitian kualitatif merupakan sebuah dilema, di mana keberadaan makna setiap orang berbeda-beda.

Bisa saja peneliti memaknai sesuatu baik, tapi belum tentu makna dari orang lain seperti itu.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang Peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan strategi komunikasi dakwah komunitas LSPI di UIN Sunan Kalijaga memiliki tiga poin penting. Poin pertama adalah persiapan komunikator LSPI yang menggunakan pedoman kitab dan penggunaan powerpoint dalam menyampaikan dakwah. Poin kedua yaitu pelaksanaan strategi komunikasi dakwah terdapat empat strategi yaitu komunikasi interpersonal, membangun pemikiran manusia, pembuatan event dan penggunaan media. Poin ketiga efek komunikasi dakwah yang memiliki hasil bahwasanya efek komunikasi pada komunitas LSPI adalah dakwah secara internal lebih kuat.

Dengan semangat dakwah, dalam kondisi Indonesia yang panas pada tahun politik LSPI hadir sebagai wujud baru di lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan berdakwah secara diam-diam. LSPI menggunakan empat strategi komunikasi dakwah. Berikut Peneliti uraikan :

Strategi pertama, LSPI menggunakan komunikasi interpersonal sebagai gerbang menjalin silaturahmi dengan orang yang baru. Tanpa adanya proses komunikasi perkenalan tentu saja dalam menarik daya minat tidak akan terjadi saling tukar informasi.

Strategi kedua, setelah mengetahui dan saling mengenal anggota LSPI membangun pemikiran manusia, lebih tepatnya sebagai

*treatment* awal dakwah anggota LSPI menanamkan pemikiran dan ajaran dakwah, pada tahap ini lebih tepat kepada pencarian persamaan ide. Komunikator memberikan pemahaman-pemahaman yang mereka yakini kemudian disampaikan kepada komunikan.

Strategi ketiga, pembuatan event merupakan salah satu agenda komunikasi yang dilakukan dengan interaksi bersama masyarakat berdiskusi terhadap satu tema tematik yang dilakukan rutin mingguan. Event yang dilakukan oleh LSPI ini disebut ngopi (ngobrol pemikiran Islam)

Strategi keempat, penggunaan media yang dilakukan LSPI masih cenderung tertutup. Informasi yang diberitahukan hanya kepada orang dan kontak yang dikenal oleh anggota LSPI. Kemudian anggota LSPI meminta para anggota lain untuk menginformasikan terkait event dakwah dari teman ke teman.

Empat strategi tersebut, merupakan awal perkembangan LSPI hadir pada Januari 2018 sampai dengan Maret 2018. Pada penelitian ini juga mengetahui bahwa hambatan dakwah LSPI adalah apabila komunitas LSPI diketahui adalah representasi dari organisasi HTI masih berkembang, sebab surat keputusan Rektor UIN Sunan Kalijaga yang menerbitkan surat bernomor B-1982/Un.02/HK/.00.3/04/2017 4 April 2017 yang melarang dan pencegahan aktivitas organisasi maupun aktivitas yang bertentangan dengan Pancasila dan NKRI.



## **B. Saran**

Setelah mengetahui strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh komunitas LSPI, maka dari itu Peneliti memiliki saran :

1. Kepada ketua LSPI apabila meyakini dakwah yang dilakukan tidak bertentangan dengan Pancasila dan NKRI sebaiknya berterus terang kepada masyarakat agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di sekitar UIN Sunan Kalijaga.
2. Memperluas organisasi dengan menggunakan media terkini yang dianggap dapat dibaca dan diamalkan oleh pembaca. Misalnya pembuatan akun instagram yang berisi tentang dakwah.
3. Menjaln kerjasama dengan gerakan Islam ekstra kampus lain seperti HMI, PMII, LDK, dan saling berbaur agar tidak kelihatan eksklusif.
4. Jika melakukan pengkaderan agar dapat melakukan di area terbuka dan tidak secara diam-diam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahanya. 1989. Diterjemahkan oleh Tim Penerjemah Karya Toha Putra. Semarang: Karya Toha Putra

### Buku

Al-Amin, Ainur Rofiq. 2012. Membongkar Proyek Khilafah ala Hizbut Tahrir di Indonesia. Yogyakarta : LKiS Yogyakarta.

Ardial, 2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta : Bumi Aksara.

Berger, Charles R. Berger Dkk.2014. Handbook Ilmu Komunikasi. Bandung : Penerbit Nusa Media.

Bungin, Burhan.2005. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Carnegie, Dale.2015.Communicating Your Way To Succes. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Cangara, Hafied .2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Depok : PT Raja Grafindo Persada.

Effendi, Onong Uchjana.1986. "*Dinamika Komunikasi*". Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Eriyanto, 2002. Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta : LKiS.

Kriyantono, Rachmat.2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kecana Prenada Media Group.

Liliweri, Alo.2010. Strategi Komunikasi Masyarakat. Bantul : LKiS Yogyakarta.

Maarif, Zainul.2015.Logika Komunikasi. Depok : PT Raja Grafindo.

Mulyana, Deddy. 2013. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Arni. 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta : Bumi Aksara.

- Morissan.2013. Teori Komunikasi. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- An-Nabhani, Taqityuddin. 2011.Pembentukan partai Politik Islam. Jakarta : Hizbut Tahrir Indonesia.
- Noer, Deliar. 1996. Gerakan Modern Islam di Indonesia. Jakarta : PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Ruliana, Poppy.2014. Komunikasi Organisasi. Jakarta : Jakarta : PT Raja Grafindo Persaja.
- Shoelhi, Mohammad.2009. Komunikasi International Perspektif Jurnalistik. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Suhandang, Kustadi. 2014. Strategi Dakwah. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Syahputra, Iswandi.2017. Paradigma Komunikasi Profetik Dan Gagasan Pendekatan : Bandung Simbiosis Rekatama Media.
- Syahputra, Iswandi.2013. Perspektif & Teori Komunikasi. Yogyakarta : Galuh Patria.
- Tahrir, Hizbut.2008. Mengenal Hizbut Tahrir dan Strategi Dakwah Hizbut Tahrir. Bogor : Pustaka Thariqul Islam.
- Tjiptono, Fandy.2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta : Penerbit CV.Andi Offset
- Utaminingsih, Alifiulahtin.2014. Perilaku Organisasi. Malang : UB Press.
- Zamroni, Mohammad.2009. Filsafat Komunikasi. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Skripsi
- Hapsari, Annisa Nidya.2013. Strategi Komunikasi Komunitas Hijab Bekasi Untuk Menarik Minat Anggota Baru. Skripsi Sarjana Satu pada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Nisa, Salsabilla Khoirun.2016. Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Restu Sugiharto Melalui Pesantren Ustadz Cinta. Skripsi Sarjana Strata satu pada UIN Sunan Kalijaga.

Pramudyandari, Zulfiyah.2016. Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Mewujudkan Visi Misi Organisasi. Skripsi Sarjana Strata satu pada UIN Sunan Kalijaga.

#### Tesis

Safiuddin.2007. Konsep Khilafah. Tesis Sarjana Strata dua pada UIN Sunan Kalijaga.

#### Internet

[www.uin-suka.ac.id](http://www.uin-suka.ac.id) (Diunduh (22 Februari 2018 pukul 15:00)

<https://kumparan.com/@kumparannews/sejarah-hizbut-tahrir-di-indonesia>  
(di unduh pada tanggal 22 Februari 2018 pukul 21:30)

<http://www.gemapembebasan.or.id/statis-1-sejarah.html> (di unduh pada tanggal 22 Februari 2018 pukul 21:45)

<https://www.facebook.com/GEMA-Pembebasan-UIN-Yogyakarta-414913245285831/> (diunduh pada tanggal 25 Februari 220:30)

<https://nasional.tempo.co/read/874439/sikap-dua-kampus-di-yogyakarta-berbeda-mengenai-hizbut-tahrir> diunduh pada tanggal 26 Februari 2018 pukul 18:30)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# CURRICULUM VITAE



## PROFIL

Sirajul Fuad Zis berasal Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Pria asal kota yang khas dengan kuliner rendang ini lahir di Lubuk Nyiur pada tanggal 01 November 1995. pria ini memiliki cita-cita untuk bisa keliling dunia. hobi nya membaca buku, menulis, berenang dan travelling.

## CONTACT

Phone +6285375523121  
Email sirajulfuadz@gmail.com

## SKILLS

Menulis  
Corel Draw  
Photography  
Movie Maker

## PENDIDIKAN

2002-2008 SD N 21 Limau Sundai  
2008-2011 MTs Thawalib Padang  
2011-2014 MAN/MAPK Koto Baru Padang Panjang  
2014-2018 UIN Sunan Kalijaga

## ORGANISASI

Ketua OSIS MAN/MAPK Koto Baru Padang Panjang  
Ketua Ikatan Mahasiswa Yogyakarta  
Ketua Center for Entrepreneurship and Career Development Muda

## PENGALAMAN KERJA

International Master of Ceremonial  
Panitia Kalijaga Job Fair  
Panitia Launching Center for Entrepreneurship and Career Development  
Tim Pembekalan Wisudah di UIN Sunan Kalijaga  
Magang di PT Pertamina MOR III Jakarta