

PERENCANAAN DALAM DAKWAH ISLAM

Muhammad Rosyid Ridla

A. PENDAHULUAN

Perencanaan merupakan suatu kegiatan yang sangat penting karena merupakan tolok ukur dari keberhasilan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi, sehingga perencanaan sangat diperlukan oleh organisasi untuk menyiapkan suatu prosedur dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Keberhasilan suatu proses kegiatan agar dapat mencapai tujuannya secara efektif dan efisien ditentukan oleh perencanaan yang matang. Perencanaan diumpamakan sebagai lokomotif yang menggerakkan kereta pengorganisasian, kepemimpinan, pengendalian kegiatan, atau sebagai akar tunjang dari pohon yang perkasa tempat tumbuhnya cabang-cabang peng-

organisasian, kepemimpinan dan pengendalian.¹

Kegiatan perencanaan merupakan suatu pendekatan yang terorganisir untuk menghadapi problema-problema di masa yang akan datang. Perencanaan menjembatani jurang pemisah antara posisi kita sekarang dengan tujuan yang ingin dicapai. Perencanaan dapat menjawab tentang siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana tindakan-tindakan tersebut dapat dilaksanakan.²

Dakwah dapat diartikan sebagai suatu aktifitas yang bertujuan untuk mengajak manusia ke jalan Allah agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.³ Menurut Muhamad Khidr Husain, dakwah

adalah upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik dan mengikuti petunjuk serta melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dunia dan akhirat.⁴

Dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam sebagai upaya untuk merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan manusia. Untuk menghadapi masalah dakwah yang semakin berat dan meningkat, penyelenggaraan dakwah tidak akan efektif bila dilaksanakan secara individual, tetapi harus diselenggarakan secara bersama-sama dalam kesatuan yang teratur dan rapi. Hal tersebut harus dilakukan karena setiap upaya dakwah pada masa sekarang akan menghadapi masyarakat yang semakin kompleks, sehingga membutuhkan penanganan yang lebih serius dan terorganisir.

Penyelenggaraan dakwah akan berjalan secara efektif dan efisien apabila terlebih dahulu dapat diidentifikasi masalah-masalah yang tengah dihadapi oleh masyarakat. Kemudian, atas dasar hasil pengendalian situasi kondisi medan dakwah, disusunlah sebuah rencana yang tepat.⁵ Dinamika masyarakat dakwah dengan berbagai macam problemnya mengharuskan para penyelenggara dakwah mampu

menyusun rencana yang tepat dalam mengatur dan mengorganisir subjek dakwah dalam kesatuan-kesatuan dakwah tertentu. Untuk mewujudkan dan memasyarakatkan Islam, maka dakwah harus dikelola dengan baik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga akan tercapai masyarakat yang *rahmatan lil-'âlamîn*.

Dengan demikian penggunaan perencanaan mempunyai arti penting dalam proses penyelenggaraan dakwah. Hal ini dikarenakan perencanaan selalu mengutamakan sistematisa kerja dalam menghadapi masalah serta kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Pelaksanaan dakwah yang mempunyai *scope* kegiatan yang kompleks hanya dapat berjalan secara efektif apabila dilakukan oleh tenaga-tenaga yang secara kualitatif dan kuantitatif mampu melaksanakan tugas dakwah Islamiyah dalam suatu organisasi khusus atau lembaga yang menanganinya.⁶

B. URGENSI PERENCANAAN DAKWAH

1. Pengertian Perencanaan Dakwah

Perencanaan dalam dakwah Islam bukan merupakan sesuatu yang baru, akan tetapi aktifitas dakwah di era modern membutuhkan sebuah

perencanaan yang baik dan menjadi agenda yang harus dilakukan sebelum melangkah pada jenjang dakwah selanjutnya. Perencanaan juga merupakan sebuah proses untuk mengkaji apa yang hendak dikerjakan di masa yang akan datang. Komponen perencanaan terdiri dari: ide, penentuan aksi, dan waktu. Waktu di sini bisa dalam jangka pendek (*short planning*) dan jangka panjang (*long planning*).⁷

Perencanaan merupakan usaha sadar dan pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa depan dalam dan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.⁸ Perencanaan meliputi tindakan-tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasikan serta merumuskan aktifitas-aktifitas yang diusulkan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan.⁹

Pengertian perencanaan dakwah menurut Nasrudin Harahap adalah melihat ke depan, menetapkan, dan merumuskan kebijaksanaan dan tindakan-tindakan dakwah yang

akan dilaksanakan pada waktu-waktu mendatang dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan.¹⁰ Perencanaan ini merupakan fungsi organik pertama dalam dakwah. Tanpa adanya perencanaan, maka tidak ada dasar untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu dalam rangka untuk mencapai tujuan. Dalam organisasi dakwah, "merencanakan" di sini menyangkut merumuskan sasaran atau tujuan dari organisasi dakwah tersebut, menetapkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan, dan menyusun hierarki yang dilengkapi dengan rencana-rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan.¹¹

Secara umum tugas dari perencanaan yang paling utama adalah menentukan sasaran yang ingin dicapai serta pembagiannya menjadi sasaran-sasaran yang bersifat temporal dan sektoral serta menentukan skala prioritas pelaksanaannya.

Tugas perencanaan selanjutnya adalah mengkaji kondisi yang berkembang, mengetahui potensi yang dimiliki, dan potensi apa saja yang telah terpenuhi dan belum terpenuhi. Hal ini akan sangat membantu ketika menentukan program dakwah serta langkah-

langkah selanjutnya. Dalam pengkajian ini tidak terlepas dari berbagai kemungkinan perubahan yang dapat mempengaruhi dan menentukan sebuah antisipasi dan alternatif yang cocok agar tidak menimbulkan kemandekan atau kevakuman program.¹²

Perencanaan selalu berorientasi ke masa depan, bersifat dinamis, dan fleksibel. Dinamis artinya perencanaan kegiatan dakwah dibuat tidak hanya satu kali, tetapi berkesinambungan dan terus menerus dalam rangka pengembangan-pengembangan kegiatan dakwah kedepannya. Sedangkan fleksibel artinya disempurnakan sesuai dengan kondisi, situasi, dan kebutuhan si objek atau mad'u tanpa merubah yang telah ditetapkan semula.¹³

Konsep ini menjelaskan dalam melakukan segala prediksi masa depan diperlukan kajian-kajian masa kini. Perencanaan dakwah bertugas menentukan langkah dan program dalam menentukan setiap sasaran, menentukan sarana prasarana atau media dakwah serta personal da'i yang akan diterjunkan. Menentukan materi yang sesuai dengan sasaran, serta asumsi dari berbagai kemungkinan yang dapat mempengaruhi cara pelaksanaan program dan cara menghadapinya serta

menentukan alternatif-alternatif. Hal-hal tersebut merupakan tugas utama dari sebuah perencanaan.¹⁴

Oleh karena itu perencanaan merupakan faktor dan fungsi manajemen terpenting untuk menetapkan permasalahan dakwah yang perlu mendapat prioritas pemecahan untuk kemudian dicarikan alternatif pemecahan dan strateginya yang paling sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Upaya peningkatan kualitas aktifitas dakwah sangat berkaitan dengan usaha meningkatkan kualitas seluruh komponen yang terikat dalam kegiatan dakwah hal yang penting diperhatikan adalah sejauh mana komponen-komponen dakwah itu diakumulasikan dalam proses pelaksanaan dakwah yang sistematis dan terpadu. Dengan kata lain bagaimana kegiatan dakwah itu dikelola dengan memperhatikan fungsi manajemen yang profesional dan proporsional.

Dari berbagai pendapat tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perencanaan dakwah merupakan kegiatan awal sebagai penentuan terhadap tindakan-tindakan atau langkah-langkah dakwah yang harus dikerjakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan.

2. Langkah-langkah Perencanaan Dakwah

Perencanaan dakwah sebagaimana telah dikemukakan adalah proses pemikiran dan pengambilan keputusan yang matang dan sistematis mengenai tindakan-tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang dalam rangka penyelenggaraan kegiatan dakwah, maka dalam menetapkan suatu perencanaan dakwah memerlukan beberapa langkah yang harus dilakukan. Salah satu model perencanaan yang adikuat dalam rangka mencapai sasaran tersebut ialah perencanaan dengan suatu pendekatan sistem (*system approach planning*).¹⁵

Pendekatan sistem merupakan suatu pendekatan yang berusaha mengadakan pemecahan menyeluruh terhadap masalah yang ada, dimana masalah dipahami sebagai kumpulan dari sub-sub masalah yang satu dengan yang lain saling terkait dan saling berinteraksi dengan jalan diidentifikasi terlebih dahulu permasalahan yang dihadapi, selanjutnya dikaji permasalahan pokok atau permasalahan yang menjadi prioritas pemecahan, kemudian dicari alternatif pemecahan dan strategi yang paling tepat sesuai dengan masalah yang dihadapi tersebut.¹⁶

Perencanaan dengan pendekatan sistem ialah perencanaan yang dikembangkan melalui:

- a. Identifikasi masalah. Identifikasi masalah didefinisikan sebagai penemu-tunjukan kesenjangan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diinginkan. Dalam konteks ini berarti kesenjangan antara kondisi ideal (menurut tolok ukur Islam) manusia (sebagai individu dan masyarakat) dengan kenyataan yang ada pada objek dakwah yang dihadapi. Oleh karena kesenjangan tersebut demikian besar, maka dalam kaitan perencanaan dakwah diartikan sebagai kesenjangan antara kenyataan objek dakwah yang dihadapi tujuan antara (*intermediate goal*) yang ingin dicapai dengan kegiatan dakwah tersebut.¹⁷ Dalam upaya identifikasi tersebut, dengan demikian perlu diketahui tentang unsur "masukan", yaitu kondisi objek dakwah itu sendiri. Seperti telah dikemukakan, objek dakwah ini dapat dilihat dalam aspek individu dan aspek masyarakat. Identifikasi terhadap aspek masukan berarti menggambarkan kenyataan objek dengan menggunakan tujuan sebagai tolok ukur.

- b. Merumuskan dan memilih model-model pemecahan yang tepat. Merumuskan dan memilih model-model pemecahan adalah identifikasi masalah yang ada pada objek dakwah, baik individu maupun masyarakat yang selanjutnya dicarikan model yang dapat dilakukan untuk mengatasi atau memecahkan permasalahan tersebut untuk kemudian dipilih model yang tepat. Dikaitkan dengan perencanaan dakwah maka pada tahap perumusan model-model pemecahan ini paling tidak akan dilalui dua alur pemikiran kemudian, memilih beberapa alternatif dan memilih satu model untuk diimplementasikan.¹⁸
- c. Menetapkan Strategi Dakwah. Langkah penetapan strategi merupakan langkah berikutnya setelah perencana memilih pemecahan yang tepat. Hal ini berarti penetapan hal-hal yang menyangkut aspek-aspek metodologi, substansi, dan pelaksanaannya. Dalam kaitan perencanaan dakwah berarti perencana melakukan:
- 1) Penetapan metode (termasuk model pendekatan dan medianya) untuk tiap model pemecahan dan model

dialog di atas. Beberapa metode yang dapat dipakai adalah (a) Dakwah Billisan yaitu dakwah yang digunakan menggunakan bahasa lisan; (b) Dakwah Bilkitab yaitu dakwah yang dilakukan dengan menggunakan ketrampilan tulis-menulis berupa artikel atau naskah, brosur, bulletin dan sebagainya; (c) Dakwah Bilhal yaitu dakwah yang dilakukan melalui berbagai kegiatan yang langsung menyentuh kepada masyarakat sebagai objek dakwah dengan karya subjek dakwah serta ekonomi sebagai material dakwah.¹⁹

- 2) Pengolahan isi pesan dakwah. Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Materi dakwah adalah al-Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadist yang meliputi aqidah, syari'ah dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. Materi dakwah harus cocok dengan metode dan media serta objek dakwahnya. Hal penting dari materi dakwah adalah tidak hanya tentang persoalan apa yang dilarang

atau *dibenarkan* oleh agama, akan tetapi dakwah harus pula mampu mengatasi persoalan-persoalan mad'u dan wawasan global.²⁰

- 3) Penetapan pelaksana dakwah (da'i / mubaligh / pelaksana yang lain). Dalam hal ini Jalaluddin Rahmat mengemukakan 3 strategi yang dapat digunakan dalam menyelenggarakan kegiatan dakwah. Strategi tersebut adalah (a) *Power Strategy* adalah perubahan sosial dengan menggunakan kekuatan atau kekuasaan, hal ini dalam penyebaran Islam di Indonesia para wali menggunakan metode ini yaitu dengan mendekati para raja atau orang yang berkuasa dengan harapan bahwa apabila penguasa sudah memeluk Islam, maka dengan orientasinya mereka dapat mengislamkan masyarakatnya; (b) *Persuasif Strategy* adalah strategi yang berusaha untuk menimbulkan perubahan perilaku yang dikehendaki dengan mengidentifikasi objek sosial pada kepercayaan atau nilai-nilai agen perubahan; dan (c) *Normatif Re-Educative Strategy* adalah strategi yang berupaya untuk menanamkan dan mengganti paradigma norma masyarakat yang lama dengan yang baru. Strategi ini tidak hanya untuk merubah perilaku yang tampak tetapi mengubah keyakinan dan nilai.²¹
- 4) Mengevaluasi Hasil Implementasi Model Strategi Pemecahan. Evaluasi model dan strategi pemecahan berarti mengoreksi tiap tahapan pemecahan dakwah yang telah dirujuk dengan kondisi objek dakwah dan lingkungannya, untuk mengetahui kekurangan dan kelebihanannya. Selanjutnya setelah mengetahui kekurangan dari tiap tahapan, maka selanjutnya merevisi tahapan yang kurang tepat dengan disesuaikan dengan faham perencanaan yang lebih sempurna. Evaluasi tersebut harus dapat menjawab, apakah program dakwah yang akan dijalankan bisa maksimal atau tidak, sesuai dengan umat atau tidak, dan lain sebagainya. Pada tahap analisis diperlukan sebuah evaluasi, materi yang disampaikan, metode, media, dan lain sebagainya yang menunjang aktivitas dakwah selalu dibutuhkan sebuah evaluasi.²²

C. FUNGSI PERENCANAAN DALAM ORGANISASI DAKWAH

Organisasi adalah kesatuan yang memungkinkan sekelompok orang untuk mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai individu secara perseorangan.²³ Sedangkan organisasi dakwah adalah semua organisasi yang bergerak dalam menyampaikan dan melaksanakan ajaran Islam dalam masyarakat.²⁴ Seorang muslim yang konsekuen dengan keislaman akan memiliki kepedulian terhadap pengembangan dakwah yang dilakukan secara perorangan maupun dilakukan secara kolektif atau organisasi. Dasar ini sebagai upaya mewujudkan agama Islam sebagai *rahmatan lil'alam* dalam kehidupan manusia.

Namun demikian, dengan keterbatasan subyek dakwah, baik dalam bidang keilmuan, tenaga, biaya dan kesempatan, maka berdakwah secara organisasi merupakan suatu kebutuhan bahkan suatu keharusan mengingat permasalahan dakwah semakin hari semakin bertambah berat dan kompleks. Dengan adanya kerjasama diantara subyek dakwah dalam menyelenggarakan penerangan agama (dakwah) dengan cara yang telah disepakati bersama untuk mencapai tujuan dakwah yang telah

dirumuskan sebelumnya, itulah yang disebut dengan organisasi dakwah.²⁵

Pelaksanaan dakwah secara terorganisir dalam suatu lembaga (organisasi), akan membawa manfaat yang relatif lebih besar dari pada pelaksanaan dakwah secara perorangan (dakwah fardhiyah), tanpa terkoordinasi dengan baik.²⁶ Selain itu juga dapat membuat perencanaan secara lebih terperinci, sehingga mudah melaksanakan dengan cara mendistribusikan tugas-tugas dakwah kepada subyek dakwah.

Fungsi pendistribusian tugas tersebut berdampak kepada masing-masing tenaga pelaksana akan mengetahui apa yang perlu dipersiapkan dalam menjalankan tugasnya, sehingga yang ada hanyalah spesialisasi tugas. Sehingga akan terhindar dari terjadinya akumulasi (penumpukan) tugas, duplikasi atau pemborosan pekerjaan dan kefakuman (kekosongan) kegiatan. Sisi yang lainnya dapat memudahkan pemilihan tugas pelaksana yang sesuai untuk melaksanakan tugas dakwah (*the right man the right place*), serta sarana-sarana yang diperlukan dalam penyelenggaraan dakwah. Berikutnya, dapat terkoordinasi kemampuan-kemampuan dan

keahlian subyek dakwah secara terpadu dalam suatu kerangka kerjasama untuk diarahkan kepada pencapaian tujuan dakwah. Pada akhirnya setelah adanya tugas-tugas pelaksana yang melaksanakan tugas-tugas dakwah sesuai dengan wewenang, kemampuan serta keahlian masing-masing disertai dengan koordinasi yang baik, akan memudahkan dalam pengendalian dan pengevaluasian penyelenggaraan dakwah.²⁷

Aktualisasi dakwah tersebut di atas pada dasarnya sangat tergantung pada pimpinan organisasi.²⁸ Sejauh mana pimpinan organisasi dakwah mampu menyelenggarakan manajemen, yakni dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen kedalam aktifitas dakwah agama Islam yang dilaksanakan secara maksimal.

Dalam sebuah perencanaan dakwah memerlukan adanya beberapa langkah yang salah satunya melalui pendekatan sistem (*system approach planning*) jika dikaitkan pada kenyataan dakwah dilapangan aspek-aspek normatif tentang dakwah yang terdapat dalam al-Qur'an dan Sunnah maka dapat ditentukan fungsi perencanaan dakwah antara lain:²⁹

1. Memperjelas Secara Gamblang Sasaran Ideal. Sebagai langkah awal dalam berdakwah terkebih

dahulu harus diperjelas sasaran apa yang ingin dicapai, kondisi umat Islam yang bagaimana yang akan dihadapi baik dalam wujudnya sebagai individu maupun suatu komunitas masyarakat.³⁰

2. Merumuskan Masalah Pokok Umat Islam. Dakwah bertujuan menyelamatkan umat dari kehancuran dan mewujudkan cita-cita ideal masyarakat setelah mengetahui kondisi baik objek maupun subjek dakwah serta permasalahan, selanjutnya menginventarisir masalah-masalah pokok yang dihadapi. Karena perbedaan masalah yang dihadapi antar kelompok masyarakat dan setelah kurun waktu tertentu harus dikaji ulang terhadap masalah yang disesuaikan dengan perubahan dalam masyarakat tersebut.³¹
3. Merumuskan Isi Dakwah. Pada umumnya seseorang baik individu maupun lembaga menyampaikan isi dakwah dengan menyamaratakan antara suatu objeknya tanpa ada klasifikasi tertentu. Oleh sebab itu sebaiknya diadakan perbedaan antara sasaran dakwah satu dengan yang lainnya, mengingat kondisi masyarakat yang

majemuk dan kompleks.³²

4. Menyusun Paket-paket Dakwah. Apabila masalah telah dirumuskan maka langkah selanjutnya adalah penentuan. Isi dakwah sebaiknya disesuaikan dengan masalah yang dihadapi sehingga tujuan dakwah dapat terwujud.
5. Evaluasi Kegiatan Dakwah. Tahap terakhir telah mengadakan evaluasi, yakni suatu usaha untuk mengetahui sampai dimana keberhasilan dakwah serta mengakomodasikan setiap permasalahan-permasalahan untuk mencari jalan keluar atau penyelesaian dengan tepat.³³

D. PENUTUP

Pelaksanaan perencanaan dakwah pada akhirnya ditentukan oleh subyek atau penyelenggara dakwah itu sendiri. Betapapun perencanaan dakwah telah berhasil disusun dengan formulasi yang baik, tapi tanpa adanya penyelenggara yang baik rencana itu hanya akan baik di atas kertas saja. Oleh karena itu, sebelum pimpinan dakwah menetapkan sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah serta langkah-langkah yang harus dikerjakan untuk mewujudkan sasaran itu, ia harus mempunyai gambaran tentang keadaan subyek

atau penyelenggara dakwah. Gambaran itu mencakup masalah bagaimana keadaan organisasi, tenaga pelaksana, persediaan fasilitas dan sarana-sarana lainnya yang diperlukan.

Kesimpulannya bahwa faktor intern merupakan faktor pembatas bagi penyusunan rencana dakwah dan pelaksanaannya. Apabila dapat diperkirakan bahwa pada masa mendatang organisasi tersusun rapi dan cukup tersedia sumber-sumber potensi di masa depan dalam keadaan terbatas, maka dapatlah disusun rencana dakwah yang sepadan dengan kondisi intern atau kekuatan dan kemampuan yang ada itu.

Proses penyelenggaraan dakwah selalu berada dalam suatu situasi tertentu, baik situasi itu menguntungkan dalam mendorong dan membantu penyelenggaraan dakwah, maupun situasi itu merugikan yang menghambat dan menghalang-halangi kelancaran jalannya proses dakwah. Suasana dan situasi yang mempunyai pengaruh bagi penyelenggaraan dakwah itu meliputi bidang-bidang: politik, sosial, ekonomi, pendidikan, kebudayaan dan sebagainya. Situasi dalam bidang-bidang tersebut harus dapat diidentifikasi dan diantisipasi,

agar perencanaan dakwah yang akan disusun benar-benar realistis.

Proses dakwah memang bermaksud mempengaruhi dan merubah situasi dalam bidang-bidang tersebut ke arah tujuan dakwah. Proses tersebut dalam kenyataannya akan bertemu dengan situasi tertentu dari bidang-bidang itu, baik situasi tertentu itu menguntungkan, maupun merugikan bagi proses dakwah. Dengan perkataan lain rencana dakwah yang efektif adalah merupakan resultant dan proses saling mempengaruhi antara idea-idea dakwah dengan situasi yang akan dihadapi oleh proses dakwah. Proses penyelenggara-raan dakwah yang bermakna memperkembangkan bidang-bidang tersebut ke arah tujuan dakwah, hanya akan dapat berjalan secara efektif, bilamana segala pengaruh yang akan diberikan oleh berbagai bidang atau sektor itu sudah diperhitungkan sebelumnya.

Dengan perencanaan-perencanaan yang matang, maka kemungkinan-kemungkinan yang tidak diinginkan dapat diminimalisir. Dalam kerangka ini, maka perencanaan dakwah yang matang harus memperhatikan sistem pertanggung jawaban yang tepat, jelas dan legitimasi, sehingga aktivitas dakwah dapat berlangsung berdaya

guna, berhasil guna, bersih dan bertanggung jawab.

CATATAN:

¹ James AF, *Manajemen*, jilid I, (Jakarta: Inter Media, 1994), hlm. 282.

² George R Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1990), hlm. 46.

³ Nasruddin Harahap, (ed.), *Dakwah Pembangunan*, (Yogyakarta: DPD Golkar Tingkat I DIY, 1992), hlm. 199.

⁴ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hlm. 19.

⁵ Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), hlm.43.

⁶ A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1994), hlm.59.

⁷ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *op. cit.*, hlm. 96.

⁸ Sondang S.P Siagian, *Fungsi-fungsi Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm.50.

⁹ G.R. Terry, *op. cit.*, hal. 4.

¹⁰ Nasruddin Harahap, *op. cit.*, hlm. 234.

¹¹ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *op. cit.*, hlm. 95.

¹² Musthofa Mansyur, *Fiqh Dakwah, Al-Ittishom*, (Jakarta: Cahaya Umat, 2001), hlm. 313.

¹³ Yayat M. Harujito, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: IPB, 1992), hlm. 35.

¹⁴ Ishak Asep dan Hendri Tanjung, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Trisakti, 2002), hlm. 19.

¹⁵ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta: Sypress, 1996), hlm. 222.

¹⁶ M. Kholili, *Perencanaan Komunikasi: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1999), hlm. 7.

¹⁷ Abdul Munir Mulkhan, *op. cit.*, hlm. 222.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 223.

¹⁹ Rafidun dan Maman Abdul Jalil, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hlm. 32.

²⁰ Sutirman Eka Ardana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 19.

²¹ Jalaluddin Rahmat, *Rekayasa Sosial: Reformasi atau Revolusi?* (Bandung: Remaja Rosda Karya), hlm. 53.

²² M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *op. cit.*, hlm. 185.

²³ Wahyu Purwanto, "Organisasi dan Manajemen", Materi Diklat PMI Cabang Kota Yogyakarta, 2000, hlm. 1.

²⁴ *Kumpulan Peraturan dan Edaran untuk Juru Penerang Agama Islam*, (Semarang: Kanwil Departemen Agama Prop. Jawa Tengah, 1982), hlm. 8.

²⁵ Abu Ahmad Marwan, *Yang Tegar di Jalan Dakwah*, (Yogyakarta: YP2SU, 1994), hlm. 10.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 9.

²⁷ A. Rosyad Shaleh, *op. cit.*, hlm. 77-78.

²⁸ Sondang P. Siagian, *op. cit.*, hlm. 36.

²⁹ Didin Hafidudin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), hlm. 70.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 71.

³¹ *Ibid.*, hlm. 72.

³² *Ibid.*, hlm. 74.

³³ M. Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlis, 1993), hlm. 176.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, Yogyakarta: Sypress, 1996.

Abdur Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1976.

Abu Ahmad Marwan, *Yang Tegar di Jalan Dakwah*, Yogyakarta: YP2SU, 1994.

Didin Hafidudin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press, 1998.

- George R Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 1990.
- Hasymi, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Jakarta: Bulan Bintang, 1994.
- Ishak Asep dan Hendri Tanjung, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Trisakti, 2002.
- Jalaluddin Rahmat, *Rekayasa Sosial: Reformasi atau Revolusi?*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- James AF, *Manajemen*, jilid I, Jakarta: Inter Media, 1994.
- Kumpulan Peraturan dan Edaran untuk Juru Penerang Agama Islam*, Semarang: Kanwil Departemen Agama Prop. Jawa Tengah, 1982.
- M. Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1993.
- M. Kholili, *Perencanaan Komunikasi: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1999.
- M. Masyhur Amin, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah tentang Aktivitas Keagamaan*, Yogyakarta: Sumbangsih, 1980
- M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006.
- Musthofa Mansyur, *Fiqh Dakwah, Al-Ittishom*, Jakarta: Cahaya Umat, 2001.
- Nasruddin Harahap (ed.), *Dakwah Pembangunan*, Yogyakarta: DPD Golkar Tingkat I DIY, 1992.
- Rafidun dan Maman Abdul Jalil, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 1997.
- Sondang S.P. Siagian, *Fungsi-fungsi Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Wahyu Purwanto, "Organisasi dan Manajemen", Materi Diklat PMI Cabang Kota Yogyakarta, 2000.
- Yayat M. Harujito, *Dasar-dasar Manajemen*, Bandung: IPB, 1992.

