

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat memberikan dampak signifikan bagi perkembangan zaman. Kemajuan teknologi memberikan dampak positif bagi manusia, teknologi memudahkan manusia dalam melakukan berbagai macam aktifitas dengan cepat dan tepat. Perkembangan ini dapat meliputi beberapa aspek, mulai dari aspek sosial, politik, ekonomi, budaya hingga agama. Dampak positif ini juga disertai dampak negatif, salah satunya dapat dilihat dari fenomena dekadensi moral pada generasi muda.

Dekadensi moral yang terjadi saat ini akibat dari budaya asing yang dengan mudah dapat di akses oleh generasi muda tanpa adanya filter. Setiap harinya mereka selalu terkontaminasi oleh berbagai tayangan yang kurang mendidik di televisi ataupun internet. Sehingga hal tersebut dapat memengaruhi moral dan perilaku generasi muda menuju ke arah negatif, tidak sedikit generasi muda yang terjerumus dalam pergaulan bebas seperti *freesex*, tawuran, narkoba dan lain-lain. Fakta ini berbanding terbalik dengan masyarakat yang mengharapkan generasi muda sebagai penerus bangsa memiliki moral dan perilaku yang baik.

Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamiin* mengatur segala aspek kehidupan termasuk perilaku manusia. Di dalam islam perilaku atau tingkah laku manusia disebut juga dengan akhlak, kata akhlak dalam bahasa Indonesia, biasanya diterjemahkan dengan budi pekerti atau sopan santun atau kesusilaan. Dalam

Bahasa Inggris, kata “akhlak” disamakan dengan “moral” yang berarti adat kebiasaan. Secara etimologi menurut Al-Ghazali “*Khuluq*” atau akhlak adalah keadaan jiwa yang menumbuhkan perbuatan dengan mudah tanpa perlu berfikir (lebih dahulu) (Burhanudin, 2001: 40). Perbuatan baik dan buruk, terpuji dan tercela adalah bagian dari akhlak, akhlak menjadi barometer seseorang mulia dalam pandangan Allah SWT dan manusia.

Perkembangan dan perubahan pada perilaku atau akhlak terjadi karena berbagai faktor. Faktor ini dapat berupa faktor yang berasal dari diri (Faktor Internal) ataupun faktor yang berasal dari luar (Faktor Eksternal) (Iwan, 2017: 11). Faktor internal dapat berupa kecerdasan emosional seseorang yang dapat memengaruhi dan mendorong seseorang berperilaku di luar kebiasaannya. Faktor eksternal dapat berupa apa saja yang seseorang temukan di luar dirinya, salah satunya adalah pendidikan sekolah.

Lembaga pendidikan yang beridiri dan tumbuh di tengah masyarakat menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat menentukan perubahan perilaku seseorang. Lembaga pendidikan dapat memberikan pengajaran serta pembinaan bagi siswa-siswinya atau dengan kata lain generasi muda sebagai penerus menuju arah yang lebih baik, melalui pembinaan yang diberikan guru dapat memberikan pandangan, persepsi ataupun hal lainnya sehingga memengaruhi mereka dalam bertindak dan berperilaku.

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan tertua yang berkembang di Indonesia. Istilah “pesantren” berasal dari kata pe- “santri”-an, dimana kata “santri berarti murid dalam Bahasa Jawa. Istilah “pondok” berasal dari

Bahasa arab “*funduuq*” yang berarti penginapan (Syafe'i, 20217: 87). Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan memiliki akar kuat (*Indigenous*) pada masyarakat muslim Indonesia yang dalam perjalanannya mampu menjaga eksistensinya hingga hari ini serta memiliki pendidikan multi aspek, sejarah bangsa Indonesia mencatat bahwa pondok pesantren telah memainkan peran besar dalam usaha memperkuat iman, meningkatkan ketakwaan, membina akhlak mulia, mengembangkan masyarakat Indonesia ikut serta mencerdaskan kehidupan bangsa baik melalui pendidikan informal, non-formal dan formal (Fitri & Ondeng, 2022: 44).

Pondok pesantren menjadi salah satu instansi vital yang dapat membina dan membentuk karakter kuat dan tangguh dari santrinya, oleh karena itu melalui pengurusnya pondok pesantren harus memiliki strategi yang kukuh dalam melakukan proses pembinaan akhlak. Strategi ini dapat berupa strategi komunikasi persuasif yang dapat menjadi pengaruh dan mendorong santrinya untuk senantiasa berperilaku baik dan berkahlakul karimah.

Komunikasi dibutuhkan manusia sebagai makhluk sosial untuk saling terhubung dan berinteraksi dengan baik terhadap sesamanya. Interaksi yang dimaksud mengakibatkan terjadinya transimi dan interpretasi yang memungkinkan dalam prosesnya, komunikasi dapat merubah kepercayaan dan tingkah atau perilaku seseorang yang diajak bicara (Afiati, 2015: 11). Dalam proses komunikasi terdapat komunikator sebagai pengirim pesan dan komunikan sebagai penerima pesan.

Komunikasi persuasif menurut Maulana dan Gumelar (2013) adalah kemampuan komunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain. Komunikasi persuasif bertujuan memengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator (Masruroh, 2020: 31). Strategi komunikasi persuasif adalah sebuah strategi yang dibangun dari perpaduan rancangan strategi komunikasi dengan manajemen komunikasinya yang dapat saling mempengaruhi. Proses mempengaruhi ini dilakukan guna mencapai tujuan dari komunikasi itu sendiri. Yaitu agar tersampainya pesan dalam komunikasi yang dapat mempengaruhi sikap, akhlak, perilaku, atau pendapat seseorang.

Pondok Pesantren Ash-Sholeh merupakan salah satu pesantren modern yang terletak di kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung. Pondok pesantren atau Ponpes Ash-Sholeh merupakan lembaga pendidikan Islam yang bertujuan untuk mencetak santri penghafal Al-Qur'an yang berakhlakul karimah. Peneliti menemukan bahwa masih ditemukan santri yang cenderung memiliki pergeseran akhlak sebagai akibat dari dampak negatif perkembangan zaman. Pergeseran akhlak ini cenderung disebabkan karena perubahan usianya yang tergolong masih dalam fase remaja menuju dewasa, hal ini dituturkan oleh salah satu pengurus pondok pesantren ketika peneliti melakukan wawancaranya dengan pengurus pondok pesantren. (Komsahudin, 2023)

Dalam ilmu psikologi, pola perubahan dari sikap, perilaku atau tindakan dapat dilihat dari rentang usia yang masih labil secara emosi dan rentan melakukan perubahan. Perubahan yang terjadi juga dapat berimplikasi pada kehidupan keberagamaan santri tersebut dalam menentukan sudut pandang ketika berperan

sebagai *problem solver* yang harus menciptakan solusi untuk masalah yang sedang dihadapi.

Peneliti juga melakukan beberapa pengamatan terhadap perubahan perilaku atau akhlak yang terjadi terhadap santri tersebut. Salah satunya bisa terjadi sebagai akibat dari adanya fenomena tertentu dilingkungan yang mempengaruhinya. Fenomena ini bisa terjadi karena latar belakang dari konteks kehidupan sosialnya yang cenderung dipengaruhi oleh perkembangan dan kemajuan teknologi.

Dakwah merupakan upaya mengajak manusia menuju Allah, dakwah mengingatkan manusia untuk mengerjakan perbuatan yang *makruf* (kebajikan) dan menjauhi yang perbuatan yang *munkar* (keji). Dakwah bisa menjadi salah satu upaya pembinaan akhlak santri, dengan menggunakan berbagai macam metode dakwah guru atau ustaz sebagai pengurus pondok pesantren dapat membentuk santri yang bermoral baik, sopan dalam berbicara dan perbuatan serta mulia dalam tingkah laku.

Pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh memiliki program dakwah yaitu kajian rutin yang diselenggarakan setiap minggu. Para santri wajib mengikuti kajian ini untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman keagamaan Islam. Pengurus Ponpes Ash-sholeh juga melakukan strategi komunikasi persuasif dalam dakwahnya di kajian tersebut, mereka membentuk satu rencana dan rancangan agar dapat membantu santrinya melakukan perubahan tingkah laku atau akhlak sesuai dengan apa yang telah diajarkan di dalam Islam hingga memiliki *akhlakul karimah*. Tentunya, kajian mingguan ini merupakan upaya yang dilakukan secara berkala

untuk mencetak ide-ide baru agar komunikasi yang dijalin antara pengurus dan santri menjadi lebih efektif.

Terdapat banyak hal menarik dalam kajian mingguan ini, selain bahasan materinya yang beragam, mulai dari kitab Al-Qur'andan Hadist, Ilmu Akhlak dan juga Fiqih, kajian ini juga mampu menarik minat santri dan juga generasi muda yang ada diwilayah sekitar untuk turut serta karena pembina melakukan ajakan yang strategis dan kebijakan yang persuasif sehingga mendorong santrinya untuk turut serta dalam kajian ini. Selain itu, *Da'i* dalam kajian ini juga menyampaikan pesan-pesan dakwah secara santai dan dengan pendekatan humoris kepada santri, bahkan terbuka untuk saling bertukar pikiran dan pendapat secara dialogis.

Dari fenomena tersebut, peneliti menemukan sesuatu yang saling terkait dan terhubung, yaitu bagaimana sebuah pola strategi komunikasi persuasif yang dibangun oleh pengurus Pondok Pesantren dapat membina akhlak santri dan menyelamatkan mereka dari kemerosotan akhlak yang terjadi hari ini. Fenomena tersebut sangat terkait dengan bagaimana peneliti sebagai salah satu mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat mengamati seberapa penting proses dan strategi komunikasi yang dibangun pengurus Pondok Pesantren, sehingga dapat berakibat pada pembinaan akhlak santri. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan mencari tahu dan menggali lebih dalam lagi terkait: **“Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam Pembinaan Akhlak Santri (Studi Kasus di Pondok Pesantren Ash-Sholeh Kabupaten Bandung).**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka fokus penelitian yang akan diteliti lebih dalam adalah:

1. Bagaimana strategi psikodinamika pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam pembinaan akhlak santri?
2. Bagaimana strategi sosiokultural pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam pembinaan akhlak santri?
3. Bagaimana *meaning constraction* pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam pembinaan akhlak santri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi psikodinamika pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam pembinaan akhlak santri;
2. Untuk mengetahui Bagaimana strategi sosiokultural pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam pembinaan akhlak santri;
3. Untuk mengetahui bagaimana *meaning constraction* pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam pembinaan akhlak santri.

D. Kegunaan Penelitian

Secara umum, ada dua kegunaan dalam penelitian ini. Keduanya dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan sumbangsih dalam mengaplikasikan teori-teori yang saling terkoneksi dan

terhubung di Prodi Komunikasi Penyiaran Islam agar khazanah keilmuan dapat mengalami peningkatan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam memberikan pandangan baru, khususnya kepada santri Pondok Pesantren As-Sholeh atau pembaca (secara umum) agar memahami bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dibangun pengurusnya untuk membangun pembinaan akhlak. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi atau rujukan untuk penelitian berikutnya.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Pada penelitian ini menjadikan beberapa penelitian terdahulu sebagai tinjauan Pustaka dan landasan dalam melakukan penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Skripsi Endah Zahrani (2020), yang berjudul *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta)*”, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subyek penelitian, dalam penelitian tersebut subyek penelitiannya adalah pemateri program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta, sedangkan dalam penelitian ini adalah pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh Kabupaten Bandung. Fokus penelitian tersebut adalah strategi persuasif

pemateri program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta dalam menumbuhkan minat belajar filsafat, sedangkan fokus penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh dalam membina akhlak para santrinya.

Hasil penelitian tersebut Dr. Fahrudin Faiz, M.Ag. sebagai pemateri program Ngaji Filsafat telah melakukan komunikasi persuasif dalam menumbuhkan minat belajar filsafat pada program Ngaji di Masjid Jenderal Sudirman (MJS) Yogyakarta sehingga menimbulkan minat belajar filsafat pada santri Ngaji Filsafat.

Persamaan dari penelitian ini yaitu menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach.

- 2) Skripsi Zulfiani Zafitri (2020), yang berjudul *“Strategi Komunikasi Persuasif Pembina dalam Membentuk Karakter Santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi”*, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Perbedaan penelitian tersebut terletak pada fokus penelitiannya, skripsi tersebut berfokus pada karakter santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi dan strategi yang digunakan Pembina dalam membentuk karakter santri-santrinya. Hasil penelitiannya strategi komunikasi persuasif pembinaan karakter santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi ditunjukkan dengan berbagai metode dalam membina santri guna

membentuk karakter santri yang beraqidah, mampu menguasai ilmu, kleuhuran akhlak, kedewasaan bersikap dan mandiri diantaranya dengan metode integrasi, tatanan dan ganjaran. Persamaan dari penelitian ini yaitu menggunakan jenis metode penelitian kualitatif.

- 3) Skripsi Neng Novi Naila Izzati (2021), yang berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Penjualan Emas (Studi Kasus Toko Mas Sinar Simpati Cianjur)*”, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuludin dan Dakwah, Insitut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta.

Penelitian Neng Novi membahas hasil penelitian yang berfokus pada hasil studi kasus yang dijabarkan secara deskriptif bagaimana strategi komunikasi dan pengaruhnya dalam meningkatkan penjualan emas. Dia membuktikan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat memberikan pengaruh terhadap *selling* suatu produk, sedangkan penelitian ini berfokus pada studi kasus strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh. Persamaannya yaitu terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan metode kualitatif.

- 4) Skripsi M. Deka Algasmi (2022), yang berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islami Terhadap Followers Nya*”, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penelitian tersebut berfokus pada strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh instagram Fuadbakh dalam menanamkan nilai-nilai keislaman kepada *followers* nya, dimana melalui konten program keislaman dan strategi yang digunakan sama dengan penelitian ini yaitu menggunakan strategi Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach.

No.	Judul Skripsi	Penulis	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Ngaji Filsafat Di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta)	Endah Zahrani	2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode Penelitian; ▪ Sama-sama mengkaji strategi komunikasi persuasif menggunakan teori Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach 	Penelitian Endah berfokus pada strategi persuasif pemateri program Ngaji Filsafat yaitu Dr. Fahrudin Faiz di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta dalam menumbuhkan minat belajar filsafat bagi santri Ngaji Filsafat.
2.	Strategi Komunikasi Persuasif Pembina dalam Membentuk Karakter Santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi	Zulfiani Zafitri	2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode Penelitian; ▪ Sama-sama mengkaji strategi komunikasi persuasif 	Penelitian Zulfani memfokuskan penelitiannya pada karakter santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi dan strategi yang digunakan Pembina dalam membentuk karakter-karakter santrinya dengan menggunakan teori komunikasi persuasif yang mendetail dan berbeda.

3.	Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Penjualan Emas (Studi Kasus Toko Mas Sinar Simpati Cianjur	Neng Novi Naila Izzati	2021	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode Penelitian ▪ Sama-sama mengkaji strategi komunikasi persuasif 	<p>Penelitian Neng Novi membahas hasil penelitian yang berfokus pada hasil studi kasus yang dijabarkan secara deskriptif bagaimana strategi komunikasi dan pengaruhnya dalam meningkatkan penjualan emas. Dia membuktikan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat memberikan pengaruh terhadap <i>selling</i> suatu produk.</p>
4	Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-nilai Islam Terhadap Followers Nya	M. Deka Algasm	2022	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode Penelitian ▪ Sama-sama menggunakan teori komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach 	<p>Penelitian tersebut berfokus pada strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh instagram Fuadbakh dalam menanamkan nilai-nilai keislaman kepada <i>followers</i> nya, dimana melalui konten program keislaman</p>

Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan

F. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

1) Teori Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu cara yang dapat mengatasi permasalahan dalam berkomunikasi, permasalahan dalam komunikasi sering kali terjadi di mana pesan yang disampaikan tidak tersampaikan dengan baik dan efektif. Komunikasi yang berhasil sering kali disebut dengan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif adalah saat komunikator berhasil menyampaikan apa yang dimaksud, di mana rangsangan yang di sampaikan oleh pengirim atau sumber berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan di pahami penerima hal ini disebutkan Tubbs & Moss dalam (Vardhani & Tyas, 2018: 10) Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan sebuah strategi. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. (Effendy, 2008: 301).

2) Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Roeach

Penelitian ini menggunakan salah satu teori strategi komunikasi persuasif. Strategi komunikasi persuasif adalah strategi yang memadukan antara rencana dan manajemen komunikasi demi tercapainya tujuan komunikasi itu sendiri. Tujuan komunikasi ini dicapai guna dapat memberikan pengaruh sikap, perilaku ataupun

akhlak dari seseorang. Penelitian ini menggunakan strategi komunikasi persuasif yang ditemukan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Roeach, strategi komunikasi persuasif itu dibagi ke dalam beberapa bagian diantaranya:

1. Strategi Psikodinamika

Strategi Psikodinamika adalah strategi yang memiliki asumsi dasar tentang ciri-ciri biologis manusia yang merupakan warisan yang juga dipengaruhi oleh kondisi emosional dan kognitif seseorang dari hasil belajarnya (Soemirat, 2007: 129).

2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi sosiokultural adalah strategi yang memiliki asumsi bahwa perilaku atau perubahan sikap yang terjadi pada seseorang atau individu didasari oleh faktor yang mendorong dan berasal dari luar individu itu sendiri. Faktor luar ini dapat berupa lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan teman, atau lingkungan kerja (Firdaus, 2020: 10).

3. Strategi *The Meaning Constraction*

Strategi ini memiliki asumsi bahwa pengetahuan dapat menjadi pengaruh penting dalam mengubah perilaku seseorang. Hal ini diyakini oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Roeach bahwa pengetahuan dapat membentuk sebuah perilaku. Perilaku ini merupakan bagian dari strategi yang bercirikan belajar berbuat (*learn-do*) (Soemirat, 2007: 31).

3) Teori Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan untuk menyampaikan sesuatu. Hal yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dimaknai sebagai sebuah pesan dalam proses komunikasi tersebut (Suciati, 2013: 249).

2. Pengertian Persuasif

Secara istilah, persuasif adalah sebuah perubahan perilaku ataupun sikap yang terjadi karena dampak dari penyebaran informasi yang diperoleh dari orang lain, yang secara tidak langsung menciptakan perubahan perilaku (Werner, 2011: 177).

3. Pengertian Komunikasi Persuasif

Secara tujuan, komunikasi persuasif bertujuan untuk mengajak atau berfungsi sebagai ajakan yang dilontarkan oleh komunikator kepada komunikan agar mau mengikuti dan mengambil tindakan sebagaimana seperti yang diinginkan oleh komunikator. Pada umumnya, komunikan diberikan perspektif tertentu kemudian digiring untuk mempercayai dan mengambil tindakan sesuai dengan perspektif yang telah diberikan. Agar komunikator berhasil dalam merencanakan komunikasi persuasif ini secara efektif, maka komunikator memerlukan strategi dan teknik-teknik tertentu yang harus dikuasai (Batara, 2005: 70-71).

4) Teori Metode Dakwah

1. Pengertian Metode Dakwah

Metode dapat diartikan sebagai suatu tata cara yang berfungsi untuk menuntun seseorang agar melakukan sesuatu secara sistematis dan teratur (Partanto, 1994: 461). Sedangkan dakwah adalah sebuah proses mengajak dan menyeru seseorang untuk melaksanakan nilai-nilai ajaran Islam. Maka, metode dakwah dapat dikatakan sebagai tata cara yang secara sistematis dan teratur dapat digunakan untuk mengajak dan menyeru seseorang agar patuh terhadap nilai-nilai Islam. Hal ini sebagaimana firman Allah dalam surat an-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl:125)

2. Macam-Macam Metode Dakwah

Dalam aktivitasnya, metode dakwah terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya: Dakwah *Bil Lisan*; Dakwah *bil Hikmah*; Dakwah *Al-Mau'idhah Al-Hasanah*; Dakwah *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*.

Dakwah *Bil Lisan* adalah dakwah yang dilakukan melalui lisan atau dari mulut ke mulut. Berikutnya, *Dakwah bil Hikmah* adalah dakwah dengan metode mengajak atau menyeru seseorang dengan persuasif. Sebagaimana pendapat Toha Yahya Umar yang menyatakan, hikmah dalam metode ini adalah meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya (Munir, 2009: 12-13).

Sedangkan Dakwah *Al-Mau'idhah Al-Hasanah* adalah metode dakwah yang harus diimbangi dengan kepiawaian dalam ilmu retorika dan juga dialog atau diskusi. Terakhir, Dakwah *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan* adalah metode dakwah dengan jalan berdebat (Saputra, 2012: 253).

b. Landasan Konseptual

Landasan konseptual dalam penelitian ini digambarkan dengan konsep dakwah melalui kajian mingguan yang dilaksanakan oleh Pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh untuk para Santrinya dan juga masyarakat umum. Peneliti juga perlu menelaah konsep kajian dan juga pembinaan akhlak yang dilakukan melalui kajian tersebut. Secara singkat (sebelum dijabarkan pada bab berikutnya), landasan konseptual tersebut adalah sebagai berikut:

1) Konsep Dakwah

Para ahli mendefinisikan dakwah ke dalam beberapa pengertian, namun dari beberapa pengertian yang ada, konsep dakwah secara umum bermakna sebagai sebuah ajakan, seruan, panggilan, undangan

untuk mengajak *mad'u* berada di jalan Allah SWT (Budiantoro, 2017: 264).

2) Konsep Kajian

Menurut Muhzakir, kajian adalah suatu istilah yang secara general digunakan untuk menggambarkan sebuah proses kegiatan mengkaji atau mempelajari ilmu agama (Dirdjosanjoto, 1999: 3).

3) Konsep Pembinaan Akhlak

Pembinaan secara general diartikan sebagai sebuah upaya untuk membangun dan menumbuhkan sesuatu yang positif secara sadar dan terus menerus. Oleh karenanya, pembinaan akhlak dapat dikatakan sebagai upaya yang secara sadar dan terus menerus digunakan untuk membangun dan menumbuhkan akhlak yang positif sesuai ajaran Islam yaitu *akhlakul karimah*.



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh Melalui Pengajian Mingguan Dalam Pembinaan Akhlak Santri (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Ash-Sholeh Kabupaten Bandung).

G. Langkah-Langkah Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Pondok Pesantren Ash-Sholeh yang beralamat di Kp. Lalareun RT. 01 RW. 03 Desa Pangguh Kec. Ibum Kab. Bandung.

b. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma adalah sebuah proses yang acuannya terhadap pembahasan, pemanfaatan dan peranan serta hambatan dan solusi yang akhirnya menimbulkan sebuah kerangka baru untuk diteliti dan ditemukan masalahnya, paradigma ini adalah paradigma konstruktivisme. Sedangkan pendekatan adalah sebuah upaya yang dirancang agar peneliti mendapatkan gambaran bagaimana proses dari penelitian yang akan dilakukan.

Dari kedua pengertian tersebut, maka peneliti memilih pendekatan yang dapat berfokus pada bagaimana strategi komunikasi persuasif pengurus Pondok Pesantren dalam pembinaan akhlak santri terbentuk, peneliti telah membuat kerangka dan rancangannya melalui panduan wawancara dan observasi. Sedangkan, pendekatan yang dipilih adalah pendekatan kualitatif dengan konteks khusus dan metode alamiah (Moleong, 2012: 24).

Paradigma yang akan diterapkan dan pendekatan kualitatif merupakan kombinasi yang relevan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data dengan sedalam-dalamnya (Kriyantoto, 2017: 110).

c. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif, yaitu dengan pendekatan Studi Kasus. Metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif kualitatif. Dengan metode ini, peneliti akan terfokus untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fakta dan data yang sudah digali dengan penjelasan-penjelasan yang sifatnya naratif dan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang diamati. Ciri metode deskriptif ini ialah titik berat pada observasi dan suasana ilmiah. (Rahmat J. , 2007: 25)

Sedangkan, metode penelitian dengan pendekatan Studi Kasus adalah salah satu metode penelitian kualitatif yang ditemukan oleh Creswell. Dengan pendekatan metode penelitian jenis ini, peneliti dapat lebih memahami satu peristiwa atau *problem* dengan dikumpulkannya segala data dan fakta dalam berbagai bentuk informasi yang kemudian akan dikelola dan didapatkan konfirmasi dari kredibilitas data yang dimaksud. Hingga pada akhirnya, pada pendekatan *case study* atau studi kasus ini, masalah dan fokus penelitian dapat diselesaikan dengan baik.

Metode penelitian kualitatif ini juga dijelaskan oleh Strauss dan Corbin sebagai sebuah penelitian yang temuannya tidak mengacu pada prosedur statistik atau bentuk hitungan yang lain (Afrizal, 2015: 12). Oleh karenanya data-data yang akan diperoleh adalah berupa kumpulan kata-

kata, catatan lapangan saat observasi, transkrip wawancara, foto, catatan kecil pribadi atau dokumen lainnya yang terkait.

d. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Peneliti menggunakan jenis data kualitatif dalam penelitiannya. Jenis data ini mengumpulkan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata dan kalimat. Maka hasil penelitian akan diuraikan dalam bentuk narasi yang sistematis dan logis. Tentunya, dengan metode dan pendekatan kualitatif seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

2) Sumber Data

Sumber data yang pertama adalah data primer. Data primer adalah sumber data dalam penelitian yang diperoleh dari sumber utama atau informan, baik dengan teknik pengumpulan data wawancara maupun observasi. Sumber data primer ini dikumpulkan peneliti melalui wawancara dan observasi pengurus Pondok Pesantren Ash-Sholeh.

Sedangkan sumber data yang kedua adalah data sekunder yang merupakan data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, melainkan peneliti mengkaji ulang data-data yang sudah ada melalui arsip dokumen, artikel-artikel, atau sumber bacaan berupa buku yang berkaitan dengan objek terkait yang diteliti.

e. Informan atau Unit Analisis

1) Informan

Informan adalah narasumber yang bisa diajak untuk wawancara dan menggali berbagai sumber data yang diperlukan dalam proses penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah Pengurus Harian, Pengurus Bidang Pendidikan & Pondok Pesantren serta Ketua Pengurus Kajian Mingguan di Pondok Pesantren Ash- Sholeh.

2) Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitiannya, peneliti memilih teknik *purposive sampling* untuk digunakan. Teknik ini menuntun peneliti untuk menentukan informan sebagai sumber informasi dengan dilandaskan pada fokus penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

f. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah kegiatan atau percakapan yang dilakukan antara satu orang dengan orang lainnya, atau satu orang dengan kelompok melalui proses tanya jawab dalam *direct communication* (Komunikasi Langsung). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur menurut Esternberg (2022) dalam (Sugiyono, 2012: 73) wawancara terstruktur digunakan bila peneliti telah mengetahui pasti tentang informasi apa yang akan di peroleh. Peneliti telah menyiapkan terlebih dahulu instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan.

2) Observasi

Teknik ini dimaksudkan untuk menjangring *original action* maupun *original interaction* di lapangan (Sudadyana, 2018:174). Dalam observasi seperti ini, ada beberapa yang menjadi fokus dalam observasi, diantaranya: (1) Tingkah laku non-verbal; (2) Tingkah laku linguistik; (3) Tingkah laku khusus; (4) Tingkah laku ekstra linguistic (A. Muri Yusuf, 2014: 9).

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang dipergunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya. (Syahida, 2020: 113-130).

g. Teknik Penentuan Keabsahan Data

1) Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas dilakukan oleh peneliti agar menjamin akurasi, kebenaran dan keabsahan dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

2) Uji Transferabilitas

Uji transferabilitas ini dimaksudkan agar hasil penelitian ini dapat dipastikan transparansinya. Uji transferabilitas ini memastikan bahwa objek penelitian sesuai dengan konteksnya dan memiliki letak perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan di wilayah lain.

3) Kecukupan Referensi

Adapun referensi yang digunakan peneliti dalam penyusunan hasil penelitiannya adalah buku-buku, artikel dan jurnal ilmiah, serta penelitian sebelumnya yang relevan. ini juga dapat memperkaya data di lapangan.

h. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif analisis data yang digunakan akan melalui beberapa proses diantaranya : (1) reduksi data : proses dimana data diklarifikasi, dibagi lagi ke dalam komponen-komponen hingga terseleksi data mana yang digunakan dan mana yang akan dibuang, difokuskan serta disederhanakan; (2) penyajian/*display* data : proses dimana dilakukan perangkaian informasi dari data yang diperoleh dan pengorganisasian data untuk pengambilan kesimpulan; (3) verifikasi : proses dimana kesimpulan ditarik sebagai hasil penelitian, baik hasil sementara atau hasil penelitian akhir. Ketiga proses tersebut juga diperkuat oleh Miles dan Huberman dalam bentuk teknis analisis mengalir (*flow chart*) (Huberman, t.t: 142).

i. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel Rencana Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan			
		Oktober	November	Desember	Januari
1.	Menentukan judul penelitian latar belakang penelitian, proses penelitian				
2.	Konsultasi mengenai judul yang diajukan dengan dosen pembimbing				
3.	Meminta persetujuan mengenai judul yang telah disusun dan pertimbangkan dosen pembimbing				

4.	Meminta persetujuan ketua dan sekretaris jurusan				
5.	Ujian Proposal				
6.	Melengkapi berkas pendaftaran SUPS				
7.	Melaksanakan SUPS				

Tabel 1.2 Rencana Penelitian