

## Strategi Prodi dan Alumni KPI dalam meningkatkan Peran Da'i/ah di Sumatera Selatan



Penelitian ini dilakukan oleh Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag, MA dan M.Randika Hamadia, M.Sos, Dosen Prodi KPI FDK UIN Raden Fatah Palembang melalui dukungan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang - Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat tahun anggaran 2021 dengan judul Strategi Prodi dan Alumni KPI dalam meningkatkan peran da'i/ah di Sumatera Selatan.

Hasil Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Prodi dan alumni KPI dalam meningkatkan peran da'i/ah di Sumatera Selatan belum maksimal. Hal ini dapat dianalisis dari kurikulum yang diterapkan selama ini belum berafiliasi secara lebih focus pada profil lulusan KPI sebagai da', Ulama, komunikator Islam.
2. Peluang untuk meningkatkan peran da'i/ah di Sumatera Selatan sesungguhnya sangat luas, dengan meningkatnya jumlah masjid/mushalla di Sumatera Selatan, Lembaga-lembaga dakwah yang menjelma dalam berbagai implementasi, bahkan terdapat Lembaga dakwah yang melakukan open rekrutmen untuk melakukan pembinaan kapasitas dan kompetensi para da'i. Selain itu, di Sumatera Selatan menjadi Da'i/ah adalah merupakan kebanggaan tersendiri dan dapat meningkatkan income.
3. Sedangkan hambatannya adalah persoalan individu, dengan beranggapa bahwa yang menjadi da'i/ah tidak harus alumni KPI, masih ada yang lain yang bisa menjalani peran da'i/ah. Pemahaman dasar keagamaan Islam dan metodologi dakwah yang masih rendah menyebabkan para alumni belum mau berkiprah sebagai da'i/ah.



Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag,. M.A.  
Muhammad Randicha Hamandia, S.Kom.I, M.Sos



# STRATEGI PRODI dan ALUMNI KPI

## DALAM MENINGKATKAN PERAN DA'I/AH DI SUMATERA SELATAN



**STRATEGI PRODI DAN ALUMNI KPI  
DALAM MENINGKATKAN PERAN DA'I/AH  
DI SUMATERA SELATAN**

Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag., M.A.  
Muhammad Randicha Hamandia, S.Kom.I, M.Sos

**Dilarang memperbanyak, mencetak atau menerbitkan  
Sebagian maupun seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit**

**Ketentuan Pidana**

**Kutipan Pasal 72 Undang-undang Republik Indonesia  
Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta**

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

---

## **Strategi Prodi dan Alumni KPI dalam Meningkatkan Peran Da'i/ah di Sumatera Selatan**

---

Penulis : Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag., M.A.  
M. Randicha Hamandia, S.Kom.I, M.Sos  
Layout : Tri Septiana Kebela  
Desain Cover : Haryono

Diterbitkan Oleh:

**Rafah Press** bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat UIN RF Palembang  
Anggota IKAPI (No. Anggota 004/SMS/2003)

Dicetak oleh:

CV. Amanah  
Jl. Mayor Mahidin No. 142  
Telp/Fax : 366 625  
Palembang – Indonesia 30126  
E-mail :noerfikri@gmail.com

Cetakan I: November 2021

15,5 x 23 cm

xiv, 156 hlm

Hak Cipta dilindungi undang-undang pada penulis

All right reserved

ISBN : 978-623-250-300-7

## ABSTRAK

Prodi merupakan tumpuan bagi para mahasiswa yang menempuh studi di Perguruan tinggi. Profil lulusan yang telah ditetapkan menjadi orientasi dalam menetapkan Capaian Pembelajaran. Standar Kualifikasi Lulusan pun serta merta menjadi acuan dalam menetapkan rencana kurikulum, matakuliah, praktikum, magang, dsb untuk mewujudkan profil lulusan tersebut. Sebagai program studi yang berorientasi pada pengembangan skill akademis bidang ceramah, tabligh dan memiliki kualifikasi da'i/ulama, prodi KPI seharusnya menyiapkan kurikulum, matakuliah, praktikum, magang bahkan pengayaan materi yang berorientasi pada peningkatan skill da'iah yang sesuai. Namun tidak di prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang. Peran da'iah di Sumatera Selatan banyak diambil alih oleh alumni prodi lain. Disorientasi kurikulum menjadi factor utama penyebab terjadinya ketidaktercapaian standar kualifikasi lulusan yang diharapkan. Peluang yang tersedia tidak termanfaatkan dengan baik jika hambatan menjadi menjadi dominan. Untuk itu penelitian ini dilakukan guna memperoleh gambaran yang real tentang Peran Prodi dan alumni KPI dalam meningkatkan peran da'iah di Sumatera Selatan.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif menggunakan analisis Miles and Huberman melalui data reduction, data display dan conclusion. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, Prodi dan alumni KPI belum maksimal dalam menetapkan rencana, proses dan evaluasi terhadap kurikulum yang berorientasi pada lulusan KPI yang menjadi da'iah professional di Sumatera Selatan. *Kedua*, Peluang meningkatkan peran da'iah sangat besar dengan berkembangnya jumlah masjid/mushalla di Sumatera Selatan, Lembaga dakwah yang semakin berkembang dan berpartisipasi aktif dalam mengembangkan peran da'iah. *Ketiga*,

Hambatan dalam mengembangkan peran da'i/ah adalah factor individu, pandangan bahwa peran da'i/ah tidak harus dimainkan oleh alumni KPI menyebabkan mereka kurang serius dalam menjalani peran da'i/ah. Selain itu, kapasitas dan kompetensi public speaking, dasar-dasar Keislaman yang seharusnya ditempa pada saat mengambil matakuliah terabaikan karena menjadi da'i/ah memiliki tanggungjawab bukan hanya menyampaikan melaikan penjagaan apa yang telah disampaikan tersebut. Rekomendasi penelitian ini adalah agar prodi lebih maksimal dalam Menyusun kurikulum yang berorientasi pada pengembangan skill da'i, muballigh, Ulama dengan menetapkan matakuliah yang berkaitan dengan dakwah, keagamaan islam, metodologi yang aktual sehingga lulusan prodi KPI menjadi lebih jelas.

*Keywords:* prodi KPI, alumni, da'i/ah, strategi, peran

## Abstract

The department is the foundation for college students who are studying in higher education. The graduate university profile that has been determined is the orientation in determining Learning Outcomes. Graduates' Qualification Standards also become a reference in determining curriculum plans, courses, practicums, internships, etc. to realize the graduate profile. As a department oriented to the development of academic skills in the field of lectures, tabligh (preaching Islam) and has qualifications of preachers/ulama, the Islamic Communication study program should prepare curriculum, courses, practicums, internships and even enrichment of material that is oriented to increasing the appropriate da'i/ah skills. But not in the Islamic Communication and broadcasting department at UIN Raden Fatah Palembang.

The role of da'i/ah (Islamic Preacher) in South Sumatera has been taken over by graduates of other department. Curriculum disorientation is the main factor causing the non-achievement of the expected graduate qualification standards. The available opportunities are not utilized properly if the obstacles become dominant. For this reason, this research was conducted in order to obtain a real picture of the role of department and it's graduates in increasing the role as Islamic Preacher in South Sumatra.

The method used is descriptive qualitative using Miles and Huberman analysis through data reduction, data display and conclusion. The results of this study indicate that: Firstly, The department of Islamic Communication and broadcasting have not been maximal in setting plans, processes and evaluations of curriculum oriented towards it graduates who become professional islamic Preacher in South Sumatera. Secondly, the opportunity to increase the role of them is so opened by the growing number of mosques/mushalla in South Sumatra, da'wah institutions are growing and actively

participate in developing the role of da'i/ah (Islamic preacher). Thirdly, Barriers in developing the role of Islamic Preacher are individual factors, the view that the role of ulama does not have to be played by graduation of Islamic Communication and broadcasting departmen causes them to be less serious in carrying out the role of da'i/ah. In addition, the capacity and competence of public speaking, the basics of Islamic thought that should be forged when taking courses are neglected because being a preacher has a responsibility not only to convey but to safeguard what has been conveyed. The recommendation of this research is that the study program is more optimal in developing a curriculum that is oriented to the development of the skills of preachers, preachers, Ulama by setting courses related to da'wah, Islamic religion, actual methodologies so that graduates of Islamic Communication and broadcasting become clearer.

## تجريد البحث

القسم هو الأساس لطلاب الكلية الذين يدرسون في التعليم العالي. ملف الجامعة الذي تم تحديده هو التوجه في تحديد مخرجات التعلم. أصبحت معايير تأهيل الخريجين أيضاً مرجعاً في تحديد خطط المناهج والدورات والتدريبات العملية والتدريب الداخلي وما إلى ذلك لتحقيق ملف الخريجين. بصفته قسمًا موجهًا نحو تنمية المهارات الأكاديمية في مجال المحاضرات ، والتبليغ (الدعوة للإسلام) ولديه مؤهلات الدعاة / العلماء ، يجب على برنامج دراسة الاتصال الإسلامي إعداد المناهج والدورات والتدريبات العملية والتدريب الداخلي وحتى إثراء المواد التي هي موجهة نحو زيادة مهارات الداعي / آه المناسبة. ولكن ليس في قسم الاتصال والبعث الإسلامي في جامعة ردين فتاح الإسلامية الحكومية بفالمبناح.

تولى خريجو الأقسام الأخرى دور الداعي في جنوب سومطرة. يعد ارتباك المناهج هو العامل الرئيسي الذي يتسبب في عدم تحقيق معايير تأهيل الخريجين المتوقعة. لا يتم استغلال الفرص المتاحة بشكل صحيح إذا أصبحت العقبات مهيمنة. لهذا السبب ، تم إجراء هذا البحث من أجل الحصول على صورة حقيقية لدور القسم وخريجه في زيادة دور الداعية الإسلامي في جنوب سومطرة.

الطريقة المستخدمة هي الطريقة الوصفية باستخدام تحليل Miles و Huberman من خلال تقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج. تشير نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي: أولاً ، لم يكن قسم الاتصال والبعث الإسلامي في أقصى مستوياته في وضع الخطط والعمليات والتقييمات

للمناهج الموجهة نحو الخريجين الذين أصبحوا واعظًا إسلاميًا محترفًا في جنوب سومطرة. ثانيًا ، إن فرصة زيادة دورهم تفتح من خلال العدد المتزايد من المساجد / المشلى في جنوب سومطرة ، ومؤسسات الدعوة آخذة في النمو وتشارك بفاعلية في تطوير دور الداعي (الداعية). ثالثًا ، تعتبر العوائق في تطوير دور الداعية عوامل فردية ، فالرأي القائل بأن دور العلماء لا يجب أن يلعبه تخرج رجال الاتصال الإسلامي والبث الإذاعي يجعلهم أقل جدية في القيام بدور الداعي. /آه. بالإضافة إلى ذلك ، فإن قدرة الخطابة وكفاءته ، وأساسيات الفكر الإسلامي التي يجب تزييفها عند أخذ الدورات الدراسية ، مهملة لأن كونك واعظًا له مسؤولية ليس فقط في نقل ما تم نقله ولكن الحفاظ عليه. يوصي هذا البحث بأن يكون البرنامج الدراسي هو الأفضل في تطوير منهج موجه نحو تنمية مهارات الدعاة والخطباء والعلماء من خلال وضع دورات تتعلق بالدعوة والدين الإسلامي ومنهجيات فعلية حتى يتمكن خريجو الجامعة من تصبح الاتصالات والبث الإسلامي أكثر وضوحًا.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

*Alhamdulillah*, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT karena atas limpahan Berkah, Rahmat, Karunia, dan RidhoNya peneliti dapat menyelesaikan dengan baik Buku Hasil Penelitian yang berjudul “**Strategi Prodi dan Alumni KPI dalam meningkatkan Peran Da’i/ah di Sumatera Selatan**”. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada baginda Rasulullah, Muhammad SAW, Nabi akhir zaman yang mencintai ummatnya meski belum pernah berjumpa, semoga kita semua tergolong dalam umatnya dan kelak mendapatkan syafa’at di yaumil qiyamah.

Buku ini ditulis sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah dari tim peneliti atas kegiatan penelitian Peningkatan Mutu Kegiatan Penelitian berbasis *output* pada kluster Penelitian Terapan Pengembangan Nasional. Pada kesempatan ini izinkan kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Rektor dan Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UIN Raden Fatah Palembang beserta unturnya yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini. Terima kasih pula kami sampaikan kepada Bapak/Ibu para dosen anggota peneliti, seluruh tim dokumen yang telah membantu menghimpun data yang dibutuhkan peneliti. Selain itu, kepada seluruh crew LP2M UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan dorongan dan dukungan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar.

Buku ini memuat tentang strategi pogram studi KPI fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah dalam meningkatkan

peran da'i/da'iyah di Sumatera Selatan Indonesia. Prodi sebagai agen sentral transformasi knowledge, skill, behaviour bagi mahasiswa sehingga lulusannya sesuai dengan profil lulusan yang diharapkan. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman, tampaknya strategi Prodi dan alumni perlu ditingkatkan lagi agar dapat melahirkan lulusan yang representative. Memanfaatkan peluang dan mengantisipasi hambatan adalah solusi terbaik bagi Lembaga agar eksis, representative dan up to date.

Akhirnya, peneliti mengharapkan agar Buku Hasil Penelitian ini dapat memenuhi fungsinya sebagai khazanah ilmu pengetahuan dan dapat memberikan informasi bagi civitas akademika UIN Raden Fatah Palembang, masyarakat, dan literature lainnya. Selain itu, buku ini diharapkan menambah referensi tentang keilmuan dakwah dan komunikasi Islam sehingga bermanfaat bagi para peminat pengembangan dakwah dan komunikasi Islam.

Peneliti menyadari pula bahwa Buku Hasil Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari para pembaca sangat diharapkan, guna perbaikan dan penyempurnaan Buku Hasil Penelitian ini. Peneliti tak lupa menyampaikan permohonan maaf jika dalam penulisan Buku Hasil Penelitian ini terdapat kekeliruan dan kekurangan. Demikian, dan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Palembang, Oktober 2021  
Ketua Tim

Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag, MA

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Orisinalitas Penelitian dan Kajian Terdahulu .....	7
E. Kerangka Teori .....	12
F. Metodologi Penelitian .....	23
<b>BAB II. STRATEGI PRODI DAN ALUMNI KPI DALAM MENINGKATKAN PERAN DA'IAH</b>	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	31
B. Kerangka Teori .....	35
C. Strategi dan Peran Da'i/ah .....	78
D. Peluang dan Hambatan dalam menjalani peran Da'i/ah .....	90
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan sumber data .....	91
B. Teknik Pengumpulan Data.....	93
C. Teknis Analisis Data .....	95
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	97
B. Pembahasan .....	129

<b>BAB V. PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	145
B. Saran .....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>147</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>151</b>
<b>INDEKS.....</b>	<b>155</b>

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

<b>Gambar 2.1.</b> Model Jarum Hipodermik .....	40
<b>Gambar 2.2.</b> Model Komunikasi Lasswell .....	44



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan bagi masyarakat, baik di dalam cara berpikir, sikap maupun tingkah laku. Dari satu sisi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membuat manusia lebih sempurna dalam menguasai, mengolah dan melestarikan alam untuk kepentingan dan kesejahteraan hidup manusia, Kecanggihan teknologi memungkinkan manusia untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkannya, termasuk dalam pelaksanaan dakwah.<sup>1</sup> Namun, dari sisi yang lain, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat merubah gaya hidup manusia menjadi hegemoni, merasa diri paling hebat, bahkan dapat menganggap bahwa Tuhan dapat ditandingi.

M. Quraish Shihab menegaskan bahwa memang jika dakwah yang dimaksud adalah dakwah yang sempurna, maka tentu saja tidak semua orang dapat melakukannya. Peran informasi yang sedemikian pesat dengan sajian nilai-nilai baru yang seringkali membingungkan, semua itu menuntut adanya kelompok khusus, yang menangani dakwah dan membentengi informasi yang menyesatkan.<sup>2</sup>

Perkembangan dakwah harus sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan peradaban manusia supaya dakwah Islam mampu mewarnai ke seluruh aspek kehidupan manusia. Di era globalisasi seperti sekarang ini, menjadi suatu keharusan bagi juru dakwah untuk

---

<sup>1</sup>Humaemah Wahid, *Televisi dan Proses Transformasi Informasi*, Jurnal Dakwah Vol.4 No. 2,2002, h. 14

<sup>2</sup>M. Quraish Shihab, *Surah Ali Imran, Surah An-Nisa' Cet. I*, (Jakarta: Lentera Hati, 2000), h. 162

memanfaatkan segala bentuk teknologi yang ada untuk mempermudah pencapaian tujuan dan sasaran dakwah. Tanpa memanfaatkan media dakwah yang ada, dakwah tidak akan mengalami kemajuan. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menyebabkan timbulnya perubahan-perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, baik dari segi keberagaman, politik maupun perubahan tradisi dalam masyarakat modern.<sup>3</sup> Dakwah tidak hanya terbatas dipahami sebagai upaya penyampaian ajaran Islam melalui pengajian, khutbah jum'at, ceramah di atas mimbar, ceramah pada hari-hari besar Islam, tetapi pemahaman dakwah lebih dari sekedar itu.<sup>4</sup>

Peradaban umat manusia pada zaman milenial merupakan era teknologi informasi yang canggih. John Naisbitt, mengungkapkan "*we are moving toward the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anytime-voice, data, text or image at the speed of light*" (kita sedang bergerak ke arah kemampuan berkomunikasi apa saja kepada siapa pun, di mana pun, berbentuk apa pun (baik itu) suara, data, tulisan atau gambar (citra) dengan (menggunakan kecepatan suara). Dalam rangka dakwah Islamiyah, kita harus mampu berdialog dengan kebudayaan modern dan secara aktif mengisi dengan substansi dan nuansa- nuansaislami. Hal ini hanya bisa dilakukan bila memahami arus globalisasi secara benar dan tidak tertinggal dengan informasi-informasi aktual dari manca negara.

---

<sup>3</sup>Istina Rakhmawati, *Potret Dakwah di Tengah Era Globalisasi dan Perkembangan Zaman*, At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 1 No. 1, Januari-Juni 2013, h. 78

<sup>4</sup>Muslimin Ritonga, *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI) Vol. 3 No. 1, Tahun 2019, h. 61

Tantangan dakwah di era globalisasi semakin kompleks karena pesan-pesan melalui media massa seperti internet memberikan tawaran-tawaran ide dan nilai-nilai yang dikemas dalam suatu paket yang menarik. Hal tersebut menyebabkan terjadinya pergeseran nilai dalam masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Akan tetapi sebaliknya dakwah dapat memanfaatkan media modern itu untuk identifikasi dakwah. Permasalahan-permasalahan yang tengah, dan akan dihadapi oleh masyarakat adalah permasalahan yang juga dihadapi oleh umat Islam.

Tantangan dakwah di era globalisasi sangat kompleks karena manusia mempunyai kecenderungan untuk menyatukan gerak secara global dengan bangsa-bangsa di dunia. Hal ini dapat menyebabkan pergeseran nilai dalam masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Oleh karena itu diperlukan pengembangan strategi dakwah yang mampu menawarkan ajaran Islam pada masyarakat sehingga mampu mengantisipasi problem hidupnya. Perkembangan teknologi, terutama teknologi internet, tak bisa dipungkiri akan membawa perubahan yang cukup mendasar dan menjadi media untuk transformasi ilmu pengetahuan secara efektif.

Perkembangan jumlah tempat ibadah umat Islam di Sumatera Selatan cukup signifikan. Misalnya, pada tahun 2018 jumlah masjid berkisar pada 6979 dan mushalla 3430. Pada tahun 2020 jumlah masjid menjadi 9887 dan Mushalla menjadi 4862.<sup>5</sup> Terdapat sekitar 2908 masjid yang baru pada tahun 2020. Sedangkan jumlah Mushalla bertambah 1432. Artinya Jumlah masjid dan Mushalla pada tahun 2020 sebanyak 14.749. Jika pada saat yang sama perlu 14.749

---

<sup>5</sup> Sumber: Kanwil Kemenag Agama RI Propinsi Sumatera Selatan, diakses dari [www.kemenagsumsel.go.id](http://www.kemenagsumsel.go.id) pada Januari 2021

tenaga da'i/da'iah dalam proses dakwah maka perlu sejumlah itu pula. Sedangkan jumlah alumni yang tersebar di Sumatera Selatan khususnya prodi KPI pada tahun ini adalah berkisar 354 alumni.

Fenomena ini menandakan bahwa kebutuhan akan da'i/ah di Sumatera Selatan masih sangat banyak. Sementara itu, Program Studi Komunikasi dan penyiaran Islam sebagai salah satu program studi yang ada di fakultas Dakwah dan komunikasi di PTKI memiliki bidang yang sangat relevan dengan kualifikasi da'i/ah yaitu dalam ilmu komunikasi dan dakwah. Untuk itu maka perlu ditempuh Langkah-langkah berikut: *Pertama*, level teoritik (*knowledge, based capability*), Prodi KPI harus mampu menjadikan perangkat ilmu komunikasi dan ilmu dakwah sebagai basis dari desain aktivitas dan gerakan penyiaran Islam melalui berbagai pendekatan paradigmatic, teoritik, dan metodologis. *Kedua*, pada level praktis (*field practice experience*) Prodi KPI harus mampu memfasilitasi tumbuh kembangnya kemampuan yang dapat menjadi pijakan kompetensi profesi sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam seperti, memiliki skill di bidang peliputan, pencaharian, dan publikasi informasi di media massa.

Selain itu, lulusan prodi KPI seharusnya memiliki skill praktis di bidang hubungan masyarakat, bidang advokasi dan pembuatan kebijakan komunikasi, bidang literasi informasi, serta bidang dakwah islamiyah. Soft skill bidang public speaking, dan ilmu-ilmu kemasyarakatan.<sup>6</sup> Sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan dalam visi dan misi prodi, bahwa kompetensi utama yang ingin dicapai dari prodi ini

---

<sup>6</sup>Aan Herdiana, *Paradigma Keilmuan KPI dalam Pesrpektif Dakwah*, Jurnal Komunika, Vol. 10. No. 2, Juli-Desember 2016

adalah menjadi Ulama dan da'I yang kompeten di masyarakat.<sup>7</sup> Kompetensi selanjutnya adalah mejadi broadcaster yang handal, tenaga humas, Tim kreatif periklanan, ilmuan dan peneliti di bidang komunikasi Penyiaran Islam.

Keberhasilan alumni dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan berkarya di tengah-tengah masyarakat, merupakan salah satu tolak ukur untuk mengetahui keberhasilan dan mutu lulusan bagi sebuah program studi. Undang-Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, pasal 5 butir (b) mengisyaratkan bahwa “Tujuan pendidikan adalah dihasilkannya lulusan yang menguasai cabang Ilmu Pengetahuan dan/atau Teknologi untuk memenuhi kepentingan nasional dan peningkatan daya saing bangsa.” Berdasarkan tujuan pendidikan itu dapat dikatakan bahwa alumni atau lulusan Perguruan Tinggi diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan berperan di tengah-tengah masyarakat. Sedangkan dari jumlah alumni tersebut di atas, sebagian sudah diteliti dan penulis berusaha melengkapi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Berapa yang sudah mendapatkan pekerjaan baik yang sesuai maupun yang tidak sesuai dengan keahliannya, berapa alumni yang melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi (pasca sarjana), dan berapa alumni yang belum mendapatkan pekerjaan.

Untuk mewujudkan visi misi, teori dan praktis, tentu diperlukan sebuah strategi atau desain untuk mengkolaborasikan kedua hal tersebut. Mengingat kedua hal ini, sangat penting dimiliki oleh prodi Komunikasi dan

---

<sup>7</sup> Tim Penyusun, *Katalog Mahasiswa Prodi KPI FDK UIN RFP*, (Palembang, Rafah Press, 2020, h.6

Penyiaran Islam, agar keilmuannya relevan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi. Oleh karena itu, “strategi prodi KPI dan alumni dalam meningkatkan peran da’i/ah” layak untuk diteliti .

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan oleh peneliti, maka peneliti akan membuat rumusan masalah sebagai acuan untuk menjawab masalah-masalah penting yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi prodi dan alumni komunikasi dan penyiaran Islam dalam meningkatkan peran da’i/ah di Sumatera Selatan?
2. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat peran prodi komunikasi dan penyiaran islam dalam meningkatkan peran da’i/ah di Sumatera Selatan?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis implementasi strategi prodi dan alumni komunikasi dan penyiaran Islam dalam meningkatkan peran da’i/ah di Sumatera Selatan.
- b. Untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat peningkata peran prodi dan alumni komunikasi dan penyiaran Islam dalam meningkatkan peran da’i/ah di Sumatera Selatan.

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Teoritis**

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi khazanah keilmuan, baik dari segi formal maupun

non formal, guna untuk memberikan ilmu tentang konsep dan cara berdakwah agar komunikasi dan penyiaran Islam dapat mengikuti sesuai dengan perkembangan teknologi dan informasi.

- 2) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi testimoni dalam mengembangkan pendekatan, strategi, dan metode dakwah serta menjadi sarana peningkatan wawasan akademis terutama dalam kajian tentang eksistensi prodi komunikasi dan penyiaran Islam di kota/kabupaten yang ada di Sumatera Selatan.

b. Praktis

- 1) Sebagai kontribusi pemahaman bagi prodi komunikasi dan penyiaran Islam agar profil lulusan utama sebagai da'i, muballigh, dan penceramah dapat direvitalisasi Kembali atau terwujud secara lebih terkonsentrasi dibandingkan profil lainnya.
- 2) Sebagai penguatan informasi kepada para alumni KPI untuk menjadikan profesi da'i/ah sebagai profesi yang mulia, bagi yang sudah menjalani peran tersebut agar tetap istiqomah serta mampu membangun komunikasi pada masyarakat, pemerintah (kekuasaan) dalam berdakwah, serta berupaya meningkatkan kapasitas dan kompetensi agar dakwah yang disampaikan lebih efektif.

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

Telaah pustaka merupakan uraian sistematis tentang hasil dari berbagai penelitian terdahulu terkait tema atau persoalan yang akan dikaji dan akan diteliti tesis. Untuk mengetahui beberapa penelitian yang sejalan penelitian ini,

kajian pustaka diperlukan agar penelitian ini tidak sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam hal ini peneliti akan memfilter hasil bacaan tersebut, yang kemudian di gunakan sebagai rujukan pada tulisan tesis ini. Bersumber pada hasil kepustakaan, maka peneliti mendapatkan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang lain. Oleh karena itu, peneliti akan menguraikan hasil penelitian sebelumnya sebagai referensi, seperti yang tersuguh dibawah ini.

Satu, penelitian yang dilakukan oleh Aan Herdiana mengenai “Paradigma keilmuan KPI dalam perspektif dakwah”.<sup>8</sup> Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini membahas tentang keilmuan KPI dalam perspektif dakwah, bahwa pada dasarnya desain ilmu KPI tidak bisa lepas dari dua hal, yaitu teori (keilmuan) dan praktis (implemetasinya). Adapun hasil penelitian ini bahwa untuk memunculkan karakter dari KPI itu sendiri selain dari segi keilmuan dan praktek yang menjadi perhatian adalah sebagai berikut. *Pertama*, harus ada kesepahaman antara dosen dan mahasiswa. *Kedua*, untuk mata kuliah-kuliah teknis-praktis, dibutuhkan dosen pengajar dari praktisi langsung, yang memahami dunia kerja. *Ketiga*, untuk lebih memaksimalkan potensi yang ada pada diri mahasiswa. *Keempat*, untuk memperkuat mahasiswa KPI dalam profesinya, yakni yang sejalan dan sesuai dengan pengembangan profesinya, yaitu seperti radio, televisi, perkantoran, Publik Relation (PR), humas dan sebagainya.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh A. Syarifuddin dan Siti Hajariyah mengenai, “Urgensi dan Peran Studi

---

<sup>8</sup> Aan Herdiana, “Paradigma Keilmuan KPI dalam Perspektif Dakwah”, Komunika, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, IAIN Purwokerto, Vol. 10 No. 2, Juli-Desember 2016.

Komunikasi Penyiaran Islam dalam Standarisasi Khatib”.<sup>9</sup> Penelitian ini membahas tentang fenomena mencuatnya da’i dadakan atau yang dikenal dengan da’i selebritis yang sering muncul di media sosial seperti youtube, *whatsapp*, facebook dan sejenisnya. Da’i dadakan ini sering memunculkan kontra di masyarakat karena tidak sesuai dengan kelimuan yang di gelutinya, misalnya ada tayangan keagamaan yang mana narasumber salah dalam penulisan ayat al-qur’an dan lainnya. Fenomena inilah yang menjadi alasan dasar pemerintah membuat sertifikasi penceramah atau muballig, seperti sertifikasi khatib. Adapun hasil penelitian menjelaskan bahwa standarisasi Khatib belum perlu dilakukan karena faktor antara lain Pemerintah belum mampu mengkaver seluruh kebutuhan hidup mereka jika para Khatib menjadi tanggungan Pemerintah. Selain itu banyaknya masjid/mushalla menjadi penyebab banyaknya kebutuhan akan eksistensi Khatib sehingga keberadaannya sangat urgen bagi umat Islam di Indonesia. Selain itu, prodi komunikasi penyiaran Islam belum perlu untuk standarisasi Khatib karena orientasi lulusan KPI UIN Raden Fatah Palembang bukanlah untuk menghasilkan sarjana bidang da’i atau Khatib secara spesifik. Namun juga mereka lulusan KPI harus sanggup menguasai akademik dan non akademik yang relevan dengan visi misi prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang guna agar mampu dan kuat dalam berdaya saing dengan lulusan lainnya.

---

<sup>9</sup> A. Syarifuddin dan Siti Hajariyah, “Urgensi dan Peran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dalam Standarisasi Khatib”, Jurnal Wardah, UIN Raden Fatah Palembang.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan Harjani Hefni mengenai “Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam”,<sup>10</sup> Penelitian membahas tentang perkembangan komunikasi Islam, baik secara keilmuan maupun institusional. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa Al-Qur’an dan hadits serta kitab-kitab ulama terdahulu memuat banyak sekali informasi yang memuat tentang komunikasi. Tetapi, perkembangan ilmu komunikasi Islam baru mulai berkembang di abad ke-20. Pada sisi lain perkembangan tersebut juga dipengaruhi oleh perkembangan ilmu komunikasi terutama ketika teknologi komunikasi dan media komunikasi berkembang pesat seiring dengan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh A. Said Hasan Basri mengenai, “Eksistensi dan Peran Alumni dalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah”.<sup>11</sup> Penelitian ini membahas tentang sejauh mana pengaruh alumni sebagai produk akhir yang dihasilkan perguruan tinggi keberadaannya berperan penting bagi kualitas dan eksistensi perguruan tinggi yang meluluskannya. Oleh karena itu, upaya strategis dalam rangka memperhatikan keberadaan alumni ini harus dilakukan, karena selain menjadi sasaran mutu perguruan tinggi, alumni juga menjadi media evaluasi dan tolak ukur kesuksesan suatu perguruan tinggi. Adapun hasil penelitian tersebut adalah bahwa perguruan tinggi dapat dikatakan sukses jika mampu mencetak alumni yang dapat

---

<sup>10</sup> Harjani Hefni, “Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam”, Jurnal Komunikasi Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol. 04 No. 02, Desember 2014.

<sup>11</sup> A Said Hasan Basri, “Eksistensi dan Peran Alumni dalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah”, Jurnal Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol XI, No. 1, Tahun 2011

diserap dunia kerja atau memiliki nilai sosio ekonomis yang tinggi. Menurut Ruwiyanto, ada tiga indikator yang harus dimiliki suatu perguruan tinggi. *Pertama*, perguruan tinggi mencetak alumni yang memiliki daya saing tinggi. *Kedua*, perguruan tinggi memberikan bekal kompetensi, keahlian, keterampilan dan kepribadian yang sesuai pada kelulusannya, ditunjukkan melalui adanya kesesuaian antara *background* pendidikan dengan pekerjaan yang diperoleh. *Ketiga*, indikator-indikator tersebut dapat diukur melalui penelitian pelakan alumni. Melalui penelitian ini akan diperoleh berbagai informasi yang sangat berguna bagi pengembangan fakultas dakwah.

*Kelima*, penelitian yang dilakukan oleh Mohd. Rafiq dan Zilfaroni mengenai, “Studi Pelacakan Peran dan Pekerjaan Alumni Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan”.<sup>12</sup> Penelitian ini menggunakan *mixing study* (kualitatif dan kuantitatif). Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisa data hasil dari wawancara dengan alumni KPI. Sedangkan kuantitatif digunakan untuk mengolah data numerik statistik dari penyebaran angket kepada responde sebanyak 46 orang yang dijadikan sampel dari penelitian ini. Penelitian ini membahas tentang mendeskripsikan profil alumni 1998 hingga 2018 jurusan komunikasi penyiaran Islam FDIK IAIN Padangsidimpuan di masyarakat dan dunia kerja, menjelaskan tentang kesesuaian kompetensi alumni KPI dengan pekerjaan alumni, mengungkap fakta kendala alumni KPI dalam memperoleh

---

<sup>12</sup> Mohd Rafiq dan Zilfaroni, “Studi Pelacakan Peran dan Pekerjaan Alumni Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan”, Jurnal Hikmah, IAIN Padangsidimpuan, Vol 13, No. 2, Desember 2019.

pekerjaan, dan menjelaskan faktor penyebab sulitnya menjalankan kompetensi alumni KPI di lingkungan masyarakat. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa ditemukan kondisi alumni sebagian sudah berjalan sebagaimana sasaran dan capaian berdasarkan visi misi FDIK IAIN Padangsidempuan dalam aktifitas dan profesi yang diemban. Kesesuaian pekerjaan alumni KPI FDIK berdasarkan kompetensi adalah da'i 60,86%, praktek media 13,04%, penyuluh agama 8,69%, jurnalis 17,39%. Sementara kendala alumni dalam memperoleh pekerjaan sesuai dengan kompetensi, da'i 26,08%, praktisi media 21,73%, penyuluh agama 30,43%, jurnalis 19,56% dan tenaga humas 8,69%. Dan penilaian terhadap alumni KPI, sangat baik 54,34%, baik 39,13%, dan kurang 0%.

Berdasarkan beberapa pemaparan kajian pustaka yang peneliti rangkum diatas, adapun hasil dari beberapa penelitian tersebut bisa dianalisis bahwa memang belum ada menguraikan secara signifikan terkait apa yang akan penulis teliti. Namun penelitian ataupun artikel yang peneliti gunakan sebagai kajian pustaka ini akan menjadi kegunaan pedoman ataupun perbandingan penelitian.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Konsep Komunikasi Dakwah**

Dakwah merupakan sebuah usaha untuk mengajak seseorang, berupa seruan, bujukan kepada kebajikan sesuai dengan fitrah manusia dan senada dengan tuntunan al-qur'an dan hadits. Didalam dakwah terkandung sebuah ide yang lebih progresivitas, sebuah proses yang dilakukan secara terus menerus menuju kepada hal yang baik sebagai upaya mewujudkan

tujuan dari dakwah.<sup>13</sup> Dalam prakteknya, kegiatan dakwah berupaya untuk mentransformasikan nilai-nilai agama kepada umat dalam membentuk pemahaman umat tentang nilai kehidupan.

Kegiatan dakwah sudah dimulai sejak turunnya wahyu pertama kali kepada Rasulullah SAW. Proses dakwah dilakukan dengan menyesuaikan perkembangan zaman dan berkembang budaya dimana lokasi dakwah itu berada. Keberadaan dakwah yang mengikuti perkembangan tersebut berdampak pada perencanaan dan strategi dakwah yang dilakukan berbeda sesuai waktu dan tempatnya.

Dalam dakwah terdapat sebuah aktivitas untuk menciptakan perubahan pribadi dan sosial secara kultural yang berdasarkan pada tingkahlaku pembaharunya.<sup>14</sup> Dengan demikian, maka yang menjadi fokus dari kegiatan dakwah adalah perubahan, perbaikan terhadap diri individu, keluarga dan sosial masyarakat untuk menjadi lebih baik sesuai pada tuntunan. Terdapat dua segi dakwah yang meski tidak dapat dipisahkan, namun memiliki perbedaan yaitu terkait “isi” dan “bentuk”, “substansi” dan “forma”, “pesan” dan “cara menyampaikan”, “esensi” dan “metode”.<sup>15</sup> Dari masing-masing segi, dakwah menyangkut kedua-duanya sekaligus.

---

<sup>13</sup> Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 17.

<sup>14</sup> Masrial Masrial, “Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat,” *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian* 6, no. 1 (2018): 68, <https://doi.org/10.15548/turast.v6i1.689>.

<sup>15</sup> Wahyu Illahi, *loc.cit.*

Menyampaikan pesan dakwah telah diperintahkan dalam Al-qur'an surah Ali Imran ayat 104:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.*<sup>16</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, jelas bahwa perintah dakwah adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan melalui komunikasi personal maupun secara massa. Pesan dakwah yang disampaikan harus bertujuan kepada kemaslahatan orang banyak, tanpa mempertimbangkan Islam atau belum memeluk Islam.

Komunikasi merupakan bentuk pengiriman pesan atau informasi dari pengirim pesan yang disebut sebagai komunikator kepada penerima pesan sebagai komunikan.<sup>17</sup> Pesan yang dikirim oleh seorang komunikator bertujuan untuk mendapatkan pengertian dari masing-masing pihak, komunikator akan mengolah pesan yang dikirim dengan mempertimbangkan komunikan yang akan menerima pesan tersebut. Permasalahan yang sering terjadi dalam komunikasi tidak terlepas dari kesalahan penyampaian komunikator

---

<sup>16</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Bukhara Al-qur'an tajwid dan terjemah*, 2010, Q.S. Al Imran, Ayat 104.

<sup>17</sup> Muqsi, "Hubungan Dakwah dan Komunikasi," 4, diakses 18 September 2019, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/2763/2027>.

yang menyebabkan pesan tidak dapat diolah dengan baik dan tidak menghasilkan respon. Bila dalam hubungan komunikasi tidak menghasilkan respon dengan baik, maka kesalahan utama bersumber pada komunikator.<sup>18</sup>

Dalam komunikasi, bentuk pesan yang diciptakan tidak hanya berupa verbal akan tetapi non verbal adalah pesan yang diciptakan oleh komunikator. Secara tidak kita sadari aktivitas keseharian manusia dipenuhi dengan komunikasi, tangisan bayi pertama kali saat dilahirkan adalah salah satu contoh komunikasi yang diciptakan oleh bayi tersebut sebagai komunikatornya. Ada beberapa kemungkinan yang mendasari terjadinya komunikasi, seperti memperkuat sikap dan tingkahlaku orang lain, mengubah sikap dan perilaku orang, hingga sebagai pemantapan hubungan antar manusia.<sup>19</sup>

Dengan demikian bahwa, objek kajian komunikasi dakwah merupakan fungsi dan peran komunikasi dakwah, hal ini disebabkan objek material komunikasi dakwah adalah manusia yang merupakan sasaran dakwah, sementara objek formalnya adalah segala aktifitas komunikasi yang berperan dalam pelaksanaan dakwah.<sup>20</sup> Komunikasi dakwah berfungsi untuk memahami pola komunikasi dalam kegiatan dakwah yang dilakukan oleh individu kepada manusia sebagai target komunikasi dakwah. sebagai komunikator dakwah, terdapat 3 metode dakwah yang dapat

---

<sup>18</sup> Ida Suryani Wijaya, "Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan," 2015, 58, <https://doi.org/10.21093/lj.v17i1>. h. 428.

<sup>19</sup> Muqsi, *op.cit.*, h. 5.

<sup>20</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 31.

digunakan dalam proses dakwah, yaitu (1) *al-hikmah* (bijaksana), yang menawarkan hakikat filosofis dari makna-makna yang ada disekelilingnya. (2) *al-maw'idah al-hasanah* (pelajaran yang baik), merupakan sebuah metode dakwah yang menjabarkan tentang ajaran Islam dalam kehidupan praktis. Dalam hal ini peran bahasa verbal sangat minim digunakan, karena lebih mempertimbangkan pengalaman ber Islam dalam kehidupan nyata. (3) *al-jidal allati hiya ahsan* (berdebat atau berdiskusi dengan cara yang baik), metode ini dilakukan dengan cara berdiskusi dan majelis analisis, masalah yang ditemukan akan ditampilkan dan pada metode ini lebih menekankan pada keterbukaan wawasan.<sup>21</sup>

Dalam komunikasi dakwah, terdapat beberapa komponen penting untuk membentuk terjadinya sebuah komunikasi yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Proses dakwah akan dimulai dari Da'i sebagai seorang komunikator, peran komunikator dakwah adalah menyampaikan pesan yang berasal dari buah pikiran dan perasaan komunikator untuk membuat orang lain menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat dan prilaku.<sup>22</sup> Keberhasilan sebuah pesan tidak hanya tergantung pada isi yang disampaikan, melainkan kemampuan berkomunikasi dan kredibilitas komunikator. Efektifitas kegiatan komunikasi dakwah akan terlihat dari etos komunikator dalam

---

<sup>21</sup> Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah; Paradigma untuk Aksi*, Pertama (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2010), h. 54.

<sup>22</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 77.

mempersiapkan hingga pelaksanaan, sikap komunikator dan daya tarik komunikator.

Komponen lain dalam proses komunikasi dakwah adalah mad'u atau dalam istilah komunikasi dikenal dengan komunikan, penerima pesan, khalayak, audience. Komunikan adalah aspek utama dalam komunikasi, komunikan atau mad'u merupakan sasaran atau target dari perubahan yang menjadi tujuan. Komunikan dalam komunikasi dakwah bisa berbentuk perorangan, kelompok dan massa. Memahami tipologi mad'u menjadi tolak ukur dalam keberhasilan komunikasi dakwah, komunikator yang tidak memahami mad'unya akan mengalami kegagalan dalam proses dakwah. Komponen komunikasi dakwah lainnya ialah pesan dakwah dalam komunikasi dakwah, pesan adalah materi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, pesan yang disampaikan merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal. Gagalnya berkomunikasi disebabkan karena pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan komunikan yang akan menerima pesan tersebut, sehingga untuk mencegah terjadinya kegagalan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan pesan:<sup>23</sup>

- a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian terget tujuan komunikasi.
- b) Pesan yang disampaikan hendaknya memiliki tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama

---

<sup>23</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 99.

antara komunikator dan komunikan, sehingga akan sama-sama mengerti.

- c) Pesan hendaknya membangkitkan kebutuhan pribadi komikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d) Pesan harus menyarankan sebuah cara untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi suatu kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Isi pesan dakwah pada umumnya adalah masalah-masalah yang berkaitan dengan islam, akan tetapi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa masalah pokok:

- a) Pesan akidah yang berkaitan dengan keimanan
- b) Pesan syariah tentang fiqih, muamalah, ibadah
- c) Pesan akhlak yang meliputi akhlak kepada Allah dan akhlak kepada mahluk dan alam.

Sedangkan menurut Ali Yafie membagi bentuk pesan dakwah dalam lima masalah pokok yang hendaknya dibahas:<sup>24</sup>

- a) Masalah kehidupan
- b) Masalah manusia
- c) Masalah harta benda
- d) Masalah ilmu pengetahuan
- e) Masalah akidah

Berangkat dari pesan terkait permasalahan yang dihadapi umat, maka pesan dakwah akan lebih berisi karena diliputi rasa empati, sehingga juru dakwah akan memahami situasi yang dihadapi. Secara umum pesan

---

<sup>24</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h.102.

dakwah adalah ajaran Allah yang disampaikan berupa nilai-nilai Al-qur'an dan hadist.

Komponen komunikasi dakwah selanjutnya adalah media dakwah untuk menyampaikan komunikasi dakwah. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada target atau penerima, media komunikasi dalam dakwah saat ini telah mengalami transformasi mulai dari media tradisional hingga media modern. Menentukan jenis media yang digunakan tidak hanya berdasarkan kesukaan komunikator, akan tetapi dibutuhkan kemampuan komunikator memahami komunikan sehingga mengetahui media yang sesuai berdasarkan karakteristik komunikan. Dalam komunikasi dakwah, media yang digunakan tidak hanya dalam satu jenis, akan tetapi dituntut untuk menghadirkan beberapa media dalam kegiatan komunikasi dakwah, semakin bervariasi media yang digunakan maka semakin besar potensi diterimanya pesan yang disampaikan.

## **2. Pengertian Peran**

Peran dapat diartikan sebagai sesuatu yang ada dalam dirinya untuk melakukan sesuatu tindakan atau wewenang yang dimainkan oleh seseorang. Peran dapat dilakukan oleh individu maupun lembaga dalam rangka mencapai tujuan yang baik yang bersifat sosial maupun non sosial. Untuk itu sebelum mengetahui peran lembaga terlebih dahulu mengetahui tentang lembaga atau organisasi tersebut. Menurut Sondang, lembaga atau organisasi diartikan sebagai setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan bersama yang terikat secara formal dalam suatu ikatan hirarki dimana selalu

terdapat hubungan antara seorang atau kelompok yang disebut pimpinan dan seorang yang disebut bawahan.<sup>25</sup>

Soerjono Soekamto dalam buku *Memperkenalkan Sosiologi* menjelaskan bahwa. Status merupakan sebuah posisi dari suatu sistem sosial, sedangkan peran atau peranan adalah pola perilaku yang terkait pada status tersebut.<sup>26</sup>

Secara terminologi peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan atau status apabila seseorang atau kelompok melaksanakan hak-hak dan kewajiban peran adalah seperangkat tindakan yang diharapkan dari seorang pemilik status masyarakat sesuai dengan bidang atau kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran.<sup>27</sup> Maka peran merupakan unsur yang dinamis dari suatu kedudukan atau posisi sebagaimana dijelaskan dalam pengertian diatas. Penting perananan adalah karena dia mengatur perilaku seseorang, perananan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain sehingga orang lain yang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan orang-orang sekelompoknya.<sup>28</sup>

Peran juga dapat dimaknai sebagai seberapa jauh sebuah aktifitas dalam merubah sesuatu. Jadi istilah peran sering dipakai dalam upaya mengukur suatu aktifitas apapun dalam rangka memperoleh suatu

---

<sup>25</sup> Sondang P. Siagian, *Peranan Staf dalam Manajemen*, (Jakarta: Gunung Agung, 1995), h. 20.

<sup>26</sup> Soerjono Soekamto, *Memperkenalkan Sosiologi*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1988), h. 33.

<sup>27</sup> Soerjono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 1987), h. 220

<sup>28</sup> Soerjono Soekamto, *op.cit.*, h.238

pengaruh atau dampak dari kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, organisasi maupun lembaga. Dalam hal ini, peran fakultas dakwah dan khususnya prodi komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang sangat dibutuhkan aksi konkretnya dalam membangun agar para da'i di kabupaten/kota di Sumatera Selatan selalu eksis.

### 3. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Menurut Arifin, bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan, guna mencapai tujuan.<sup>29</sup> Menurut Onong Uchajana Effendy, strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai makro dan dimaknai secara mikro. Dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi dua ganda, yaitu menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Dan menjembatani *cultural gap*, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan

---

<sup>29</sup> Anwar Arifin, *Strategi Dakwah Perspektif ilmu Komunikasi*, (Bandung: Khalifah Mediatama, 2015), h. 35

lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung dari bagaimana strategi komunikasi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya. Dari pendapat tersebut terlihat bahwa makna strategi komunikasi lebih cenderung mengarah pada upaya mengemas pesan untuk dapat dikomunikasikan dengan baik.<sup>30</sup>

Dalam perumusan dan penetapan strategi dakwah sebagai sebuah bentuk perubahan terencana, merupakan hal yang kompleks dan memerlukan kecerdasan, kemampuan manajerial, keterampilan berorganisasi, dan visi misi kedepan. Oleh karena itu, langkah strategi awal yang dilakukan oleh prodi komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan peran da'i atau alumni agar di Sumatera Selatan adalah sebagaimana yang disampaikan oleh Anwar Arifin, yaitu 1) tersedianya komunikator dakwah, 2) adanya organisasi dakwah yang terpercaya, 3) mengenal khalayak, 4) menyusun pesan, 5) menetapkan metode, 6), memilih dan memilah media serta mewarnai media massa dan media sosial untuk membangun dan membina citra dan opini public yang berpihak kepada dakwah dan Islam secara berkesinambungan. Jadi, strategi komunikasi dakwah ini adalah kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari da'i atau muballig serta organisasi atau lembaganya, pesan, metode, dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global)*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h.5.

<sup>31</sup> Anwar Arifin, *Strategi op.cit.*, h. 51

## F. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah tentang penguatan prodi komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang dalam menghidupkan peran da'i yang ada di kota/kabupaten Sumatera Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan Observasi, wawancara dan dokumentasi.

### 2. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian terdapat dua sumber data yang akan digali, guna mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan oleh penulis, sekaligus menjadi bahan bagi penulis untuk menjadikan hasil penelitian berupa karya ilmiah. Dalam hal ini, penulis akan melakukan satu cara untuk menentukan subjek penelitian dengan menggunakan *Purposive sampling (purposeful selection)* dengan teknik *gonvenience sampling*. *Purposive sampling* dipilih karena pertimbangan pemilihan informan penelitian yang sesuai dengan data yang dibutuhkan. Peneliti menentukan sendiri *informan* berdasarkan Observasi pra penelitian yang dilakukan. Misalkan informan hanya mengambil siapa saja untuk dijadikan wakil dari subjek penelitian, kemudian mengamati atau mewawancarainya.<sup>32</sup>

Lofland, sebagaimana dikutip Nana Syaodih Sukmadinata, menyatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan,

---

<sup>32</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKIS 2007), h. 90

dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>33</sup> Berkaitan dengan itu, maka dalam penelitian ini data-data yang diperoleh ada dua sumber data diantaranya:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan atau data dari hasil wawancara dengan narasumber saat diadakan penelitian.<sup>34</sup> Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai yang terkait dengan judul penelitian dan yang terkait dengan rumasan masalah, seperti pimpinan fakultas, prodi KPI, dan alumni KPI UIN Raden Fatah Palembang yang terjun langsung dalam gerakan dakwah islamiyah di Sumatera Selatan. Melalui forum alumni Komunikasi Penyiaran Islam data-data yang diperlukan diharapkan dapat terkumpul. Tujuannya, agar peneliti dapat mengidentifikasi pendekatan, strategi, dan metode yang dapat dijadikan sebagai strategi prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan peran da'i di kota/kabupaten Sumatera Selatan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen, laporan-laporan serta materi lainnya yang ada relevansi dengan fokus penelitian.<sup>35</sup> Dalam hal ini, data sekunder terkait penelitian ini adalah berupa buku, disertasi, tesis, jurnal, artikel dan dari

---

<sup>33</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h. 55.

<sup>34</sup> Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), h. 84.

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 85

hasil penelitian yang lain terkait penguatan peran prodi KPI UIN Raden Fatah dengan subjek dan objek yang berbeda.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan tehnik *triangulasi* yaitu Observasi, wawancara dan dokumentasi.<sup>36</sup> Data yang dikumpulkan, yaitu berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari sumber pertama dan melalui beberapa prosedur dan teknik. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung, yang biasanya berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

#### a. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Teknik Observasi ini merupakan teknik pengamatan objek, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang disengaja dan dilakukan secara sistematis. Didukung dengan pencatatan terhadap gejala-gejala yang berhasil diteliti.<sup>37</sup> Pengamatan atau Observasi, biasanya dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung gejala-gejala terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis, dan kultural di tengah-tengah masyarakat.

---

<sup>36</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 246.

<sup>37</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 36.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah non partisipisan. Dalam hal ini, peneliti akan menggunakan penelitian non partisipan, yaitu mengamati secara tidak langsung kegiatan-kegiatan komunikasi dakwah yang dilakukan oleh alumni KPI UIN Raden Fatah Palembang dalam bentuk wawancara, melihat video-video yang terkait dengan penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah teknik memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan diwawancarai (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>38</sup> Pertimbangan penggunaan teknik ini adalah untuk mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian-kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. Wawancara yang dilakukan yaitu wawancara semi struktural, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibanding dengan wawancara terstruktur.

Menurut Irwan Soehartono, wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara (pengumpulan data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam (tape recorder).<sup>39</sup> Melalui

---

<sup>38</sup> Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), h.3.

<sup>39</sup> Irwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Social Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h. 67.

wawancara, maka peneliti dapat berinteraksi secara langsung dengan para narasumber. Dengan cara ini diharapkan akan didapatkan informasi yang mendalam dan lengkap. Berdasarkan objeknya, interview yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview perorangan (*personal interview*) yaitu dimana pewawancara hanya berhadapan dengan seorang informan saja.

Untuk mempermudah proses pemerolehan informasi terkait kondisi dan peran alumni maka Peneliti menggunakan google form. Sedangkan, untuk mendapatkan data dan informasi terkait Strategi prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan peran da'i di Sumatera Selatan, Peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan dekan/para wadek nya, Kprodi KPI dari periode ke periode.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan lain sebagainya.<sup>40</sup> Teknik ini digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh sebelumnya. Adapun dokumen yang diperlukan yang relevansi dengan objek penelitian.

#### 4. Teknik Analisis Data

Peneliti akan menggunakan metode analisis data Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data

---

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 206.

(*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).<sup>41</sup> Adapun langkah-langkah analisa data sebagaimana berikut:

a. Reduksi Data

Langkah awal yang peneliti lakukan dalam menganalisa penelitian adalah dengan reduksi data. Reduksi data digunakan untuk melakukan penyortiran dan pengelompokan data yang telah didapatkan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan tindakan. Menurut Sutopo dan Harsono menyatakan bahwa sajian data berupa narasi kalimat, gambar, skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.

c. Menarik Kesimpulan

Proses ini adalah tahap akhir dari analisis data, yaitu dengan menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan yang

---

<sup>41</sup> Pawito, *op.cit.*, h. 104.

diambil merupakan hasil proses kritis dari data-data yang telah didapatkan, sehingga memperoleh pengetahuan tentang sejauh mana sebuah teori diimplementasikan.



## **BAB II**

### **STRATEGI PRODI DAN ALUMNI KPI DALAM MENINGKATKAN PERAN DA’I/AH**

#### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema sebagai literatur review, di antaranya:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Aan Herdiana mengenai “Paradigma keilmuan KPI dalam perspektif dakwah”.<sup>42</sup> Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini membahas tentang keilmuan KPI dalam perspektif dakwah, bahwa pada dasarnya desain ilmu KPI tidak bisa lepas dari dua hal, yaitu teori (keilmuan) dan praktis (implemetasinya). Adapun hasil penelitian ini bahwa untuk memunculkan karakter dari KPI itu sendiri selain dari segi keilmuan dan praktek yang menjadi perhatian adalah sebagai berikut. *Pertama*, harus ada kesepahaman antara dosen dan mahasiswa. *Kedua*, untuk mata kuliah-kuliah teknis-praktis, dibutuhkan dosen pengajar dari praktisi langsung, yang memahami dunia kerja. *Ketiga*, untuk lebih memaksimalkan potensi yang ada pada diri mahasiswa. *Keempat*, untuk memperkuat mahasiswa KPI dalam profesinya, yakni yang sejalan dan sesuai dengan pengembangan profesinya, yaitu seperti radio, televise, perkantoran, PR, humas dan sebagainya.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh A. Syarifuddin dan Siti Hajariyah mengenai, “Urgensi dan Peran Studi

---

<sup>42</sup> Aan Herdiana, “Paradigma Keilmuan KPI dalam Perspektif Dakwah”, *Komunika*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, IAIN Purwokerto, Vol. 10 No. 2, Juli-Desember 2016.

Komunikasi Penyiaran Islam dalam Standarisasi Khatib”.<sup>43</sup> Penelitian ini membahas tentang fenomena mencuatnya da’i dadakan atau yang dikenal dengan da’i selebritis yang sering muncul di media sosial seperti youtube, *whatsapp*, facebook dan sejenisnya. Da’i dadakan ini sering memunculkan kontra di masyarakat karena tidak sesuai dengan kelimuan yang di gelutinya, misalnya ada tayangan keagamaan yang mana narasumber salah dalam penulisan ayat al-qur’an dan lainnya. Fenomena inilah yang menjadi alasan dasar pemerintah membuat sertifikasi penceramah atau muballig, seperti sertifikasi khatib. Adapun hasil penelitian menjelaskan bahwa standarisasi Khatib belum perlu dilakukan karena faktor antara lain Pemerintah belum mampu mengkover seluruh kebutuhan hidup mereka jika para Khatib menjadi tanggungan Pemerintah. Selain itu banyaknya masjid/mushalla menjadi penyebab banyaknya kebutuhan akan eksistensi Khatib sehingga keberadaannya sangat urgen bagi umat Islam di Indonesia. Selain itu, prodi komunikasi penyiaran Islam belum perlu untuk standarisasi Khatib karena orientasi lulusan KPI UIN Raden Fatah Palembang bukanlah untuk menghasilkan sarjana bidang da’i atau Khatib secara spesifik. Namun juga mereka lulusan KPI harus sanggup menguasai akademik dan non akademik yang relevan dengan visi misi prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang guna agar mampu dan kuat dalam berdaya saing dengan lulusan lainnya.

---

<sup>43</sup> A. Syarifuddin dan Siti Hajariyah, “Urgensi dan Peran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dalam Standarisasi Khatib”, *Jurnal Wardah*, UIN Raden Fatah Palembang.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan Harjani Hefni mengenai “Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam”,<sup>44</sup> Penelitian membahas tentang perkembangan komunikasi Islam, baik secara keilmuan maupun institusional. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa Al-Qur’an dan hadits serta kitab-kitab ulama terdahulu memuat banyak sekali informasi yang memuat tentang komunikasi. Tetapi, perkembangan ilmu komunikasi Islam baru mulai berkembang di abad ke-20. Pada sisi lain perkembangan tersebut juga dipengaruhi oleh perkembangan ilmu komunikasi terutama ketika teknologi komunikasi dan media komunikasi berkembang pesat seiring dengan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh A. Said Hasan Basri mengenai, “Eksistensi dan Peran Alumni dalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah”.<sup>45</sup> Penelitian ini membahas tentang sejauh mana pengaruh alumni sebagai produk akhir yang dihasilkan perguruan tinggi keberadaannya berperan penting bagi kualitas dan eksistensi perguruan tinggi yang meluluskannya. Oleh karena itu, upaya strategis dalam rangka memperhatikan keberadaan alumni ini harus dilakukan, karena selain menjadi sasaran mutu perguruan tinggi, alumni juga menjadi media evaluasi dan tolak ukur kesuksesan suatu perguruan tinggi. Adapun hasil penelitian tersebut adalah bahwa perguruan tinggi dapat

---

<sup>44</sup> Harjani Hefni, “Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam”, Jurnal Komunikasi Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol. 04 No. 02, Desember 2014.

<sup>45</sup> A Said Hasan Basri, “Eksistensi dan Peran Alumni dalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah”, Jurnal Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol XI, No. 1, Tahun 2011

dikatakan sukses jika mampu mencetak alumni yang dapat diserap dunia kerja atau memiliki nilai sosio ekonomis yang tinggi. Menurut Ruwiyanto, ada tiga indikator yang harus dimiliki suatu perguruan tinggi. *Pertama*, perguruan tinggi mencetak alumni yang memiliki daya saing tinggi. *Kedua*, perguruan tinggi memberikan bekal kompetensi, keahlian, keterampilan dan kepribadian yang sesuai pada kelulusannya, ditunjukkan melalui adanya kesesuaian antara *background* pendidikan dengan pekerjaan yang diperoleh. *Ketiga*, indikator-indikator tersebut dapat diukur melalui penelitian pelacakan alumni. Melalui penelitian ini akan diperoleh berbagai informasi yang sangat berguna bagi pengembangan fakultas dakwah.

*Kelima*, penelitian yang dilakukan oleh Mohd. Rafiq dan Zilfaroni mengenai, “Studi Pelacakan Peran dan Pekerjaan Alumni Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan”.<sup>46</sup> Penelitian ini menggunakan *mixing study* (kualitatif dan kuantitatif). Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisa data hasil dari wawancara dengan alumni KPI. Sedangkan kuantitatif digunakan untuk mengolah data numerik statistik dari penyebaran angket kepada responden sebanyak 46 orang yang dijadikan sampel dari penelitian ini. Penelitian ini membahas tentang mendeskripsikan profil alumni 1998 hingga 2018 jurusan komunikasi penyiaran Islam FDIK IAIN Padangsidempuan di masyarakat dan dunia kerja, menjelaskan tentang kesesuaian kompetensi alumni KPI dengan pekerjaan alumni,

---

<sup>46</sup> Mohd Rafiq dan Zilfaroni, “Studi Pelacakan Peran dan Pekerjaan Alumni Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan”, Jurnal Hikmah, IAIN Padangsidempuan, Vol 13, No. 2, Desember 2019.

mengungkap fakta kendala alumni KPI dalam memperoleh pekerjaan, dan menjelaskan faktor penyebab sulitnya menjalankan kompetensi alumni KPI di lingkungan masyarakat. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa ditemukan kondisi alumni sebagian sudah berjalan sebagaimana sasaran dan capaian berdasarkan visi misi FDIK IAIN Padangsidempuan dalam aktifitas dan profesi yang diemban. Kesesuaian pekerjaan alumni KPI FDIK berdasarkan kompetensi adalah da'i 60,86%, praktek media 13,04%, penyuluh agama 8,69%, jurnalis 17,39%. Sementara kendala alumni dalam memperoleh pekerjaan sesuai dengan kompetensi, da'i 26,08%, praktisi media 21,73%, penyuluh agama 30,43%, jurnalis 19,56% dan tenaga humas 8,69%. Dan penilaian terhadap alumni KPI, sangat baik 54,34%, baik 39,13%, dan kurang 0%.

Dari penelitian terdahulu dapat dianalisis posisi penelitian ini adalah menyoal strategi Program Studi KPI dalam mewujudkan kompetensi da'i (*Islamic Preacher*) para alumni (lulusannya) dan peran para alumni sebagai da'i apakah dimainkan, lalu apa kekuatan (peluang) dan apa kendalanya (hambatan) dari peran da'i yang dijalani sehingga terdeskripsi Langkah-langkah yang ditempuh dan dilakukan agar secara akademis dapat dianalisis koherensi atau implementasi strategi yang dilakukan program studi KPI FDK UIN Raden Fatah Palembang dalam menjalani peran alumni di Sumatera Selatan dalam dakwah sebagai da'i.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Pencapaian tujuan organisasi**

Strategi adalah suatu proses penentuan rencana pemimpin atasan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau

upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah. Orientasinya adalah untuk mengajak orang lain untuk berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.<sup>47</sup>

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Menurut Arifin, bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan, guna mencapai tujuan.<sup>48</sup> Menurut Onong Uchajana Effendy, strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.

Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai makro dan dimaknai secara mikro. Dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi dua ganda, yaitu menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Dan menjembatani *cultural gap*, misalnya suatu program

---

<sup>47</sup> Mubasyaroh, *Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2). DOI: <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>. (2017).

<sup>48</sup> Anwar Arifin, *Strategi Dakwah Perspektif ilmu Komunikasi*, (Bandung: Khalifah Mediatama, 2015), h. 35

yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung dari bagaimana strategi komunikasi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya. Dari pendapat tersebut terlihat bahwa makna strategi komunikasi lebih cenderung mengarah pada upaya mengemas pesan untuk dapat dikomunikasikan dengan baik.<sup>49</sup>

Dalam perumusan dan penetapan strategi dakwah sebagai sebuah bentuk perubahan terencana, merupakan hal yang kompleks dan memerlukan kecerdasan, kemampuan manajerial, keterampilan berorganisasi, dan visi misi kedepan. Oleh karena itu, langkah strategi awal yang dilakukan oleh prodi komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang dalam memberikan penguatan kepada para da'i atau alumni agar eksis di kabupaten/kota di Sumatera Selatan adalah sebagaimana yang disampaikan oleh Anwar Arifin, yaitu 1) tersedianya komunikator dakwah, 2) adanya organisasi dakwah yang terpercaya, 3) mengenal khalayak, 4) menyusun pesan, 5) menetapkan metode, 6), memilih dan memilah media serta mewarnai media massa dan media sosial untuk membangun dan membina citra dan opini public yang berpihak kepada dakwah dan Islam secara berkesinambungan. Jadi, strategi komunikasi dakwah ini adalah kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari da'i atau muballig serta

---

<sup>49</sup> Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Ero Global)*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 5.

organisasi atau lembaganya, pesan, metode, dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak.<sup>50</sup>

Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip oleh Sukristoo, mendefinisikan strategi sebagai suatu proses dimana para pemimpin senior, yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, merumuskan rencana dan menyiapkan metode dan upaya untuk mencapai tujuannya. Jadi, Strategi adalah langkah persuasif yang harus anda ambil untuk mencapai suatu tujuan, strategi bersifat jangka panjang, dan taktik bersifat jangka pendek. Strategi dan tindakan sebagai sarana untuk mencapai suatu rencana. Salah satu arti strategi dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah perencanaan yang matang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pada dasarnya strategi adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan, strategi harus mewakili semacam taktik daripada bertindak sebagai peta jalan yang menunjukkan arah.<sup>51</sup>

## **2. Teori-teori Komunikasi Umum**

Sebelum menguraikan konsep Komunikasi Penyiaran Islam maka perlu dipaparkan teori-teori komunikasi secara umum sebagai berikut:

### **a. Teori *Hypodermic Needle***

Wilbur Schram menjelaskan bahwa media massa, komunikator, lebih pintar dan lebih penting daripada publik. Ada banyak istilah lain untuk teori ini. Kita sering menyebutnya sebagai teori jarum suntik (*Hypodermic needle*), teori peluru (*Bullet*

---

<sup>50</sup> Anwar Arifin, *op.cit.*, h. 51

<sup>51</sup> Husein Umar. *Strategic Management in Action*. Cet. 5. (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 31

Theory) teori sabuk transmisi (transmission belt theory). Dari perbedaan istilah teori ini, dapat dipahami bahwa transfer pesan hanya satu arah dan memiliki dampak yang kuat pada pengirim pesan.<sup>52</sup>

Teori ini menegaskan bahwa masyarakat umum sebenarnya sensitif terhadap pengaruh pesan media massa. Dia mengatakan efek yang diinginkan dapat dicapai jika pesannya “tepat sasaran”. Jarum hipodermik dianggap sebagai hubungan stimulus – respons (SR). Media massa diibaratkan dengan sebuah jarum suntik besar yang bertindak sebagai stimulan (S) yang sangat kuat dan secara spontan menghasilkan respon kuat (R) secara otomatis dan refleks.<sup>53</sup>

Teori jarum suntik, juga dikenal sebagai teori jarum hipodermik, pada dasarnya adalah model komunikasi satu arah yang didasarkan pada asumsi bahwa komunikasi massa bersifat langsung dan cepat kepada media massa dan memiliki dampak yang sangat menentukan. Media massa adalah gambaran jarum raksasa yang menyuntikkan dirinya ke khalayak pasif. Masyarakat umumnya dianggap sebagai kelompok yang homogen dan sensitif. Jadi pesan bahwa media yang langsung dan cepat memiliki dampak yang kuat pada komunikator masih dapat diterima.

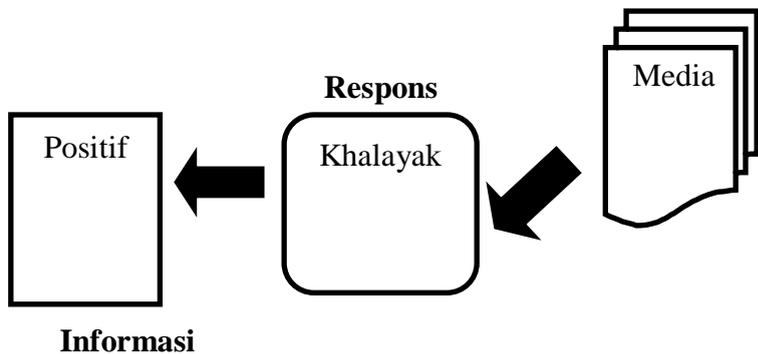
Model Jarum Hipodermik diungkapkan oleh Hovland, Type, dan Kelley. Dalam model ini

---

<sup>52</sup> Wardhana Walid. *201 Teori dan Model Komunikasi Massa Teori Jarum Hipodermik (Hypodermic Needle Model)*. h. 10

<sup>53</sup> Yudi Abdullah. *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Ed1. Cet.1-(Yogyakarta: Deepublish), Desember 2017 h. 95-96

terdapat variabel unsur komunikasi. Variabel-variabel komunikator ditunjukkan dengan kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas terdiri dari dua komponen, yaitu profesionalisme dan integritas. Profesionalisme diukur ketika komunikator percaya bahwa dia tahu jawaban yang “benar” dan integritas diukur dengan persepsi komunikator tentang seberapa adil komunikator dalam menyampaikan pesan.<sup>54</sup>



**Gambar 2.1.** Model Jarum Hipodermik  
 Sumber: Diadaptasi dari Hovland, Jenis, dan Kelley<sup>55</sup>

Variabel pesan meliputi struktur pesan, jenis pesan, dan daya tarik pesan. Struktur pesan adalah pola penalaran (implisit dan eksplisit), pola urutan argumentasi (mana yang lebih dahulu, argumentasi yang disenangi dan yang tidak disenangi), pola objektif (satu sisi atau dua sisi). Jenis pesan

<sup>54</sup> Mahi M Hikmat, *Jurnalistik: Literary Journalism*, Cet-1,( Jakarta Timur: Kencana, 2018), h. 43

<sup>55</sup> Morris M.A, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio & Televisi*. Cet.6, (Jakarta: Kencana, 2018), h. 15

menunjukkan variasi linguistik dalam penyampaian pesan (pengulangan, kejelasan, pembendaharaan kata). *Appeals* pesan menunjukkan motif psikologis yang terkandung dalam pesan (rasional, emosional, *fear appeals*, *reward appeals*). Variabel media dapat berupa media elektronik, media cetak, atau saluran interpersonal.<sup>56</sup>

#### **b. Teori Agenda Setting**

*Agenda Setting* diperkenalkan oleh Mc Combs dan DL Shaw berjudul *The Agenda Setting Fuction of Mass Media*. Asumsi dasar teori *agenda setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat. Teori *agenda setting* menganggap bahwa masyarakat akan belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> *Ibid.* h. 44

<sup>57</sup> Bungin Burhan. *Sosiologi Komjunikasi (Teori, paradigma dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*, (Jakarta :Kencana 2011), h. 285-286

Mc Combs dan Donald Shaw mengatakan pula, bahwa *audience* tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Misalnya, dalam merefleksikan apa yang dikatakan oleh para kandidat dalam suatu kampanye pemilu, media massa terlihat menentukan mana topik yang penting. Dengan kata lain, media massa menetapkan ‘agenda’ kampanye tersebut dan kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa.<sup>58</sup>

### c. Teori Harold D Laswell

Model Lasswell sering diterapkan pada media massa. Model ini berarti bahwa beberapa saluran dapat mengirimkan satu pesan. Model laswell ini telah dikritik karena tampaknya menyiratkan keberadaan komunikator dan pesan yang menentukan bagaimana komunikasi terjadi<sup>59</sup>

Model Lasswell menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi yaitu. *Who* (siapa), *says what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (unsur pengaruh) *and in which channel*.

---

<sup>58</sup> Hidjanto Djamal, Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Oprasional dan Regulasi*, (Jakarta:kencana, 2011), h. 69

<sup>59</sup> Muhammad Mufid. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, cet ke-3 (jakarta :kencana, 2010), h. 22

Model Lasswell dapat dilihat lebih lanjut sebagai berikut:

1) *Who* (siapa)

*Who* yang dapat dipahami sebagai salah satu sumber atau komunikator, yaitu, pihak yang membutuhkan komunikasi dan yang juga merupakan inisiator komunikasi akan terus berlangsung untuk memulai komunikasi. Pihak-pihak tersebut dapat berupa individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

2) *Says What* (Pesan)

Menggambarkan suatu pesan yang disampaikan kepada penerima dan sumber. Pesan dapat diartikan sebagai gagasan kedalam kode simbol, seperti bahasa isyarat yang terdiri dari elemen, struktur isi, pengolahan dan kode. Pesan yang disampaikan bisa berupa pengetahuan dan informasi.<sup>60</sup>

3) *In Which Channel* (saluran /media)

Suatu media untuk menyampaikan pesan dari sumber, kepada penerima, baik secara langsung, ataupun tidak langsung, seperti berbicara, gestur tubuh, kontak mata, radio, televisi, surat, buku dan gambar.

4) *To Whom* (Siapa/penerima)

*To whom* dapat dijelaskan bahwa seseorang yang menerima pesan dari komunikasi dapat berupa suatu kelompok, individu,

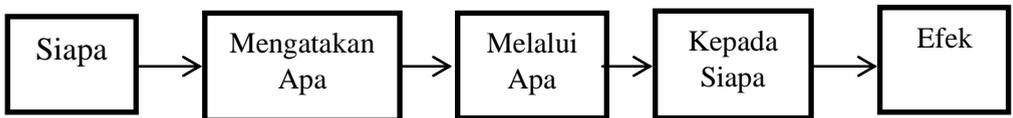
---

<sup>60</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), h. 50

organisasi atau suatu negara yang menerima pesan dari sumber, hal ini dapat disebut tujuan(*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikasn, penafsir, penyandi balik (*decoder*).

5) *With What Effect* ( Pengaruh/efek)

Merupakan efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya wawasan pengetahuan. Dalam efek komunikasi ini dapat dinyatakan dua hal yaitu apa yang ingin dicapai dan apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi.<sup>61</sup>



**Gambar 2.2**

Model Komunikasi Lasswell

*Sumber: Buku Pengantar Ilmu Komunikasi*

### **3. Komunikasi Islam sebaagai bagian dari Ilmu Komunikasi**

#### **a. Definisi Komunikasi Islam**

Merujuk pada definisi umum bahwa komunikasi berasal dari bahasa latin yang berarti communis dimana arti dari kata tersebut adalah sama. Sama dalam definisi komunikasi ialah persamaan makna, jadi komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna terhadap suatu pesan yang

---

<sup>61</sup> *Ibid.*, h. 51

disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Hovland menyebutkan bahwasanya komunikasi adalah bagian dari suatu proses yang memungkinkan seseorang untuk memberikan rangsangan dengan tujuan mempengaruhi interpretasi orang lain terhadap sesuatu.<sup>62</sup>

Selain itu, komunikasi memiliki peranan penting bagi kehidupan manusia, dimana dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya. Komunikasi dapat digolongkan kepada kebutuhan yang paling mendasar, hal tersebut dikarenakan segala hal yang terjadi dan akan terjadi dalam hidup manusia diperoleh dari caranya berkomunikasi.

Oleh karena itu, maka komunikasi Islam dapat dimaknai sebagai sebuah proses penyampaian pesan-pesan keIslaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Dengan demikian, maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (*how*), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keIslaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (*iman*), syariah (*Islam*), dan akhlak (*ihsan*). Soal cara (*kaifiyah*), dalam Al-Quran dan Al-Hadis ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif.

---

<sup>62</sup> Carl I Hovland, *Communicatoon and Persuasion*, (New Haven, CT: Yale Univerity Press, 1953), h. 22

Dengan kata lain, komunikasi Islam diartikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain.

#### **b. Tujuan Komunikasi Islam**

Tujuan Komunikasi Islam ialah memberi kabar gembira dan ancaman, mengajak pada yang ma'ruf dan mencegah kemungkaran, memberi peringatan pada yang lalai, menasehati dan menegur. Dalam hal ini komunikasi Islam senantiasa merubah perlakuan buruk individu atau khalayak sasaran kepada perlakuan yang baik. Tidak seperti komunikasi umum yang menyampaikan informasi yang baik dan informasi yang buruk, serta berusaha mempengaruhi khalayak sesuai dengan keinginan komunikator yang dapat bertendensi positif ataupun negatif. Dalam pandangan komunikasi Islam, komunikasi dapat dilakukan dengan lima sasaran yaitu: <sup>63</sup>

- 1) Komunikasi dengan diri sendiri
- 2) Komunikasi dengan orang lain, baik berupa individu, publik, maupun massa
- 3) Komunikasi dengan Allah yang dilakukan oleh seseorang ketika sedang melaksanakan salat, berzikir atau berdo'a

---

<sup>63</sup> Syukur Kholil, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2007), h. 9

- 4) Komunikasi dengan hewan, seperti kucing, harimau, anjing, ayam dan binatang lainnya
- 5) Komunikasi dengan makhluk halus seperti jin yang dapat dilakukan oleh orang-orang tertentu yang mendapat kelebihan dari Allah.

### c. Prinsip-prinsip Komunikasi Islam

Di dalam Al-Quran, prinsip komunikasi Islam setidaknya ada enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (*qaulan*) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yakni :

#### 1) *Qaulan Sadida*,

*Qaulan Sadidan* berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta.

Manusia di samping memiliki tempramen dan karakter yang berbeda-beda, ia juga memiliki titik-titik kesamaan yang bersifat universal. Di antara ciri umum manusia adalah berpikir logis, sehingga dalam proses komunikasi sebaiknya dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang logis pula.

Dalam Al-Qur'an, term *qaulan sadida* dapat diartikan dengan perkataan yang lurus dan benar. Term *qaulan sadida* disebut dua kali dalam Al-Qur'an, yaitu pada surat An-Nisa ayat 9 dan al-ahzab ayat 70-71, Allah berfirman:

*“dan hendaklah orang-orang takut, kalau-kalau di belakang hari, mereka meninggalkan anak keturunan yang lemah yang mereka merasa cemas akan nasib mereka dan hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengatakan perkataan yang betul”.*

Dalam ayat lain dijelaskan:

*“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan berbicaralah dengan ucapan-ucapan yang benar. Niscaya Allah akan memperbaiki bagimu amal-amalmu”.*

Dalam kaitannya dengan surat An-Nisa ayat 9, al-Razi mengatakan bahwa *qaulan sadida* adalah ucapan yang adil dan benar. Ayat tersebut di atas antara lain mengandung perintah untuk berkata yang benar yang didahului dengan perintah bertaqwa.

Sedangkan ayat 71 merupakan janji keberhasilan jika pendekatan ini dipergunakan. Jadi, pelaksanaan dakwah dengan pendekatan *qaulan sadida* itu harus berdiri di atas landasan taqwa. Pesan dari ayat tersebut adalah bahwa barangsiapa berdakwah dengan *qaulan sadida* dan dakwahnya berdiri di atas landasan taqwa, maka dakwahnya tidak hanya memiliki daya panggil terhadap *mad'u*, tetapi juga membangun kepribadian da'i itu sendiri. Aktivitas da'i yang dijalankan dengan lurus dan benar atas pertolongan Allah menjadikan perbuatannya menjadi konstruktif, karena suatu perbuatan yang

didasarkan kepada kepatuhan kepada Allah dan Rasul Nya, maka perbuatan itu sendiri sudah merupakan suatu keberuntungan.

Menurut Ibnu Mazhur, kata *sadida* yang dikaitkan dengan kata *qaula* mempunyai makna “mengenai sasaran” (*yushib al-qashad*), karena itu pesan dakwah secara psikologis dapat menyentuh *mad'u*, jika materi yang disampaikan menggunakan perkataan yang benar, baik dari segi bahasa maupun logika serta berpijak pada taqwa.

## 2) *Qulan Ma'rufa*

Dalam bahasa Arab, kata *al-ma'ruf* sering diartikan dengan *al-khair* atau *al-ihsan* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia “yang baik-baik”. Jadi, *qaulan ma'rufa* dapat diartikan dengan perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas.

Dalam Al-Qur'am perkataan *qaulan ma'rufa* ditemukan dalam empat tempat: pertama, surat Al-Baqarah (2) ayat 235. Yang dimaksud dengan *qaulan ma'rufa* dalam ayat ini adalah rayuan halus kepada seorang wanita untuk dipinang. Ayat ini mengandung etika komunikasi dalam menimbang perasaan wanita, apalagi wanita yang dicerai suaminya. Kedua, dalam surat an-nisa (4) ayat 5. Dalam ayat ini *qaulan ma'rufa* berkonotasi kepada pembicara yang pantas terhadap seseorang yang belum dewasa atau orang dewasa yang tergolong bodoh. Ketiga, dalam surat an-nisa (4) ayat 8 lebih mengarah pada *qaulan ma'rufa* dalam upaya bagaimana

menenangkan perasaan family, anak yatim, dan orang miskin yang hadir sewaktu pembagian harta warisan. Dan keempat surat al-ahzab (23) ayat 32 dalam ayat ini *qaulan ma'rufa* berarti tuntunan kepada wanita (istri Rasulullah) agar berbicara secara wajar, tidak perlu bermanja-manja, tersipu-sipu, cengeng atau bersikap yang berlebihan yang dapat mengundang birahi laki-laki lawan bicara. Ketentuan ini perlu diperhatikan oleh *da'iyat* (juru dakwah wanita) dalam menyampaikan misi dakwahnya.

Menurut Jalaluddin Rahmat, *qaulan ma'rufa* berarti pembicaraan yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan kesulitan kepada yang lemah. Artinya, jika kita tidak dapat membantu secara materi, maka kita harus memberikan bantuan secara psikologis. Dalam surat Al-Baqarah (2) ayat 263, Allah berfirman:

*“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari pada sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima) Allah maha kaya lagi maha penyantun”.*

### 3) ***Qaulan Baligha***,

Prinsip selanjutnya dalam komunikasi Islam adalah *Qaulan Baligha*. Kata *baligha* berarti tepat, lugas, fasih, dan jelas maknanya. *Qaulan Baligha* artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (*straight to the point*), dan tidak berbelit-belit atau bertele-

tele. Gaya bicara dan pilihan kata dalam berkomunikasi dengan orang awam tentu harus dibedakan dengan saat berkomunikasi dengan kalangan cendekiawan. Berbicara di depan anak TK tentu harus tidak sama dengan saat berbicara di depan mahasiswa. Dalam konteks akademis, seorang komunikator sebaiknya menggunakan bahasa akademis. Saat berkomunikasi di media massa, bahasa jurnalistik akan lebih tepat menjadi bahasa komunikasi massa (*language of mass communication*). Demikian juga ketika berbicara dengan anak-anak dalam kehidupan rumah tangga maka harus disesuaikan dengan tingkat kemampuan masing-masing anak. Hal ini karena anak yang satu dengan anak yang lain pasti memiliki kemampuan dan kapasitas yang berbeda walaupun berasal dari satu ayah dan satu ibu.

Term *Qaulan Baligha* terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Nisa (4) ayat 63, Allah berfirman:

*“Mereka adalah orang-orang yang Allah tahu apa yang ada dihati mereka. Maka berpalinglah kamu darinya, tetapi nasehatilah dan katakanlah kepada mereka apa yang tersirat dalam hati mereka sendiri dengan kata-kata yang mengesankan dalam hati mereka”.*

Ayat ini berkenaan dengan sikap orang-orang munafiq yang ketika dihadapan Rasulullah berpura-pura baik, tetapi ketika berada di belakang, mereka menentang dakwah Rasulullah. Dalam menghadapi orang-orang yang berkarakter munafik, dakwah harus disampaikan dengan

*Qaulan Baligha*, yaitu perkataan yang membekas pada jiwa mereka.

Perkataan yang *baligha*, menurut Ishfhani mempunyai cirri-ciri sebagai berikut:

- a) Suatu perkataan dianggap *baligh* ketika dalam diri seseorang terkumpul tiga sifat (1) memiliki kebenaran dari sudut bahasa; (2) mempunyai kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan, dan (3) mengandung kebenaran secara substansial.
- b) Perkataan dianggap *baligh* ketika perkataan itu dipahami maksud oleh pendengar sama dengan apa yang dimaksud oleh yang berkata.<sup>64</sup>

Kalimat dakwah yang *persuasive* bagi orang munafik adalah kalimat yang tajam, pedas, menyentuh, tetapi benar baik dari segi bahasa maupun substansinya. Dalam surat Al-Baqarah (2): 8-20 merupakan contoh statemen yang tajam, yang menggambarkan kecaman terhadap orang-orang kafir dan munafiq. Meskipun tingkah laku munafiq sangat sulit untuk diubah tetapi dengan *qaulan baligha* paling tidak membuat orang munafik tidak berkutik dihadapan da'i.

Penyampaian dakwah kepada orang munafiq dengan *qaulan baligha* harus disertai dengan sikap yang keras dan tegas, sebagaimana firman Allah Swt Q. S. At-Taubah/9: 73:

*“wahai Nabi Musa berjuanglah dengan segala kesanggupanmu dalam melawan orang-orang kafir dan munafiq dan bersikap keraslah engkau*

---

<sup>64</sup> Raghīb al-Isfahani, *Mu'jam Mufradat alFazh al-Qur'an* (Beirut: Dar al-Fikr, t.t), h. 58-59

*terhadap mereka. Tempat mereka adalah neraka Jahannam dan itulah tempat kesudahan yang paling buruk”*

Intinya, *Qaulan Baligha* dimaknai sebagai Bahasa yang sesuai dengan paradigma (*frame of reference*) dan pengalaman (*field of experience*) dari komunikator agar pesan yang disampaikan sampai kepada komunikan.

#### 4) ***Qaulan Karima.***

Istilah *qaulan karima* terdapat dalam surat Al-Isra ayat 23, Allah befirman:

*“Dan Tuhan engkau telah memerintahkan kamu untuk tidak menyembah selain kepada Nya. Dan berbuat baiklah kamu kepada orang tua kamu, jika salah seorang diantara mereka telah lanjut usianya atau keduanya sudah tua, janganlah sekali-kali engkau berkata “cis” kepada mereka dan janganlah engkau suka menggertak mereka. Tetapi berkatalah dengan ucapan mulia (sopan dan lembut)”*.

Dalam bahasa Arab, term “*karima*” mengandung arti kata-kata yang penuh dengan kebajikan (*katsir al-khair*). Jika dikaitkan dengan *qaul*, maka ia berarti *sahlan wa layyinan*, yakni perkataan yang mudah dan lembut. Ayat di atas pada dasarnya merupakan tuntunan akhlak bagi seorang anak terhadap orang tua. Seorang anak berkewajiban berbuat baik kepada orang tua, merawatnya dan tidak boleh berbuat kasar. Apabila dipandang perlu untuk menegur (mengingatkan) orang tuanya, maka hendaklah dilakukan dengan menggunakan *qaulan karima*.

Inilah etika komunikasi dalam Islam, yaitu penghormatan terhadap orang tua. Berkomunikasi dengan orang lain dengan penuh rasa hormat. Dengan demikian, penggunaan *qaulan karima* ini didasarkan pada prinsip pergaulan dalam Islam, yaitu menghormati yang lebih tua dan menghargai yang muda.

Dengan kata lain, *Qaulan Karima* adalah perkataan yang mulia, diiringi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama. Dalam ayat tersebut perkataan yang mulia wajib dilakukan saat berbicara dengan kedua orangtua. Kita dilarang membentak mereka atau mengucapkan kata-kata yang sekiranya menyakiti hati mereka. *Qaulan Karima* harus digunakan khususnya saat berkomunikasi dengan kedua orangtua atau orang yang harus kita hormati. Dalam konteks jurnalistik dan penyiaran, *Qaulan Karima* bermakna menggunakan kata-kata yang santun, tidak kasar, tidak vulgar, dan menghindari “*bad taste*”, seperti jijik, muak, ngeri, dan sadis. Secara implisit, prinsip ini mengarahkan kepada komunikator agar ketika berkomunikasi kepada orang yang lebih tua, bukan hanya orangtua sendiri agar menggunakan prinsip *qaulan karima*, tetapi dengan audiens yang dalam usia tertentu perlu dipedomani prinsip ini.

5) ***Qaulan Layinan***,

*Qaulan Layina* berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat

menyentuh hati. Dalam Tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud layina ialah kata kata sindiran, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas, apalagi kasar.

Term *qaulan layyina* dalam Al-Qur'an dapat dijumpai dalam Q. S. Thaha (20) ayat 44. Ayat ini menggambarkan tentang dakwah Nabi Musa dan Harun as. Allah berfirman:  
*"Pergilah kalian berdua menemui Fir'aun dan berkatalah kepadanya dengan perkataan yang lembut mudah-mudahan ia menjadi ingat dan takut"*

Ayat di atas menjelaskan bahwa dakwah yang ditunjukkan kepada penguasa tiran model Fir'aun hendaklah menggunakan bahasa dakwah *qaulan layyina*. Dalam bahasa arab, sebagaimana disebutjab Raghīb ak-Isfahani bahwa kata "layyina" mengandung arti dari kasae, yakni halus dan lembut.<sup>65</sup>

Dengan demikian dakwah *qaulan layyina* dapat dipahami sebagai dakwah dengan tutur kata yang lemah lembut, yakni kata-kata yang dirasakan oleh mad'u sebagai sentuhan yang halus, tanpa menyentuh atau mengusik kepekaan perasaan. Dengan perkataan yang lemah lembut, secara tidak langsung orang yang kasar atau zalim tidak mendapat kesempatan untuk menunjukkan kekerasannya atau sekurang-kurangnya ada waktu untuk memperhatikan kata-

---

<sup>65</sup> Raghīb al-Isfahani, *Mu'jam Mufradat alFazh al-Qur'an* (Beirut: Dar al-Fikr, t.t), h.478

kata da'i dalam bentuk komunikasi. Dengan menggunakan perkataan yang lemah lembut setidaknya tidak membuat gusar penguasa zhalim yang berposisi sebagai mad'u. jika kesempatan pertama belum berhasil menyadarkannya, paling tidak bisa memberi waktu baginya untuk merenungkannya.

6) ***Qaulan Maysura.***

Prinsip keenam adalah *Qaulan Maysura*. *Qaulan Maysura* bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan.

Term *qaulan maysura* terdapat dalam Q. S. Al-Isra (17) ayat 28, Allah berfirman:

*“Jika engkau berpaling dari mereka (tidak sanggup memberinya), karena engkau masih mengharapkan karunia dari Allah, maka katakanlah kepada mereka dengan perkataan lemah lembut”.*

Dalam bahasa Arab, term *qaulan maysura* berasal dari kata *yasara* yang berarti mudah, lawan dari *masura* yang berarti sulit. Ketika kata *maysura* dikatakan dengan sifat *qaul*, maka dapat dipahami sebagai perkataan yang mudah diterima dan pantas di dengar. Jalaluddin rahmat menyatakan bahwa sebenarnya *qaulan maysura*

lebih tepat diartikan ucapan yang menyenangkan yang berisi hal-hal yang menggembirakan.<sup>66</sup>

Jika dilihat munasabah ayat tersebut dengan ayat sebelum dan sesudahnya (Q. S. Al-Isra: 26-30), maka term *qaulan maysura* berhubungan dengan tata karma pergaulan dengan kerabat, orang miskin, musafir, yang menyangkut pemenuhan kebutuhan materi dan kebutuhan lainnya. Sedangkan ayat 28 di atas mengisyaratkan bahwa jika seseorang merasa tak sanggup memberikan bantuan kepada kerabat fakir miskin dan ibnu sabil, maka ketika bermaksud meninggalkan mereka untuk mencari jalan keberuntungan bagi dirinya sendiri hendaklah berpamitan secara baik dengan tutur kata yang mudah dipahami, tidak menyakitkan dan tidak menimbulkan salah paham.

Jadi, *qaulan maysura* ditunjukkan kepada orang-orang yang berada di bawah garis kemiskinan yang membutuhkan pertolongan, sehingga mereka jarang bisa mencerna informasi yang diterimanya secara cermat. Dalam kondisi demikian, perkataan yang sulit bis dipersepsi secara keliru dan menimbulkan reaksi yang keliru pula. Adapun substansi dakwah pada masyarakat miskin adalah menjaga mereka tidak terjerumus melakukan kekufuran.

---

<sup>66</sup> Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual* (Bandung: Rosda Karya, 1992), h.91

Sebagai catatan penting bahwa etika berkomunikasi Islami dapat dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:<sup>67</sup>

- 1) Memulai dan mengakhiri pembicaraan dengan salam.

Komunikator sangat dianjurkan untuk memulai dan mengakhiri pembicaraan dengan mengucapkan salam, yaitu ucapan *assalamu'alaikum*, dan seterusnya.

- 2) Berbicara dengan lemah lembut

Komunikator dalam komunikasi Islam ditekankan agar berbicara secara lemah lembut, sekalipun dengan orang-orang yang secara terang-terangan memusuhinya.

- 3) Menggunakan perkataan yang baik

Di samping berbicara dengan lemah lembut, komunikator Islam juga harus menggunakan ucapan yang baik-baik yang dapat menyenangkan hati komunikan.

- 4) Menyebut hal-hal yang baik tentang diri komunikan

Komunikator diharapkan menyebutkan hal-hal yang baik tentang diri komunikan, karena dengan ini komunikan akan merasa senang. Keadaan ini dapat mendorong komunikan untuk melaksanakan pesan-pesan komunikasi sesuai dengan yang diharapkan komunikator.

---

<sup>67</sup> Syukur Kholil, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2007), h. 13

5) Menggunakan hikmah dan nasehat yang baik

Prinsip penggunaan hikmah dan nasehat yang baik antara lain disebutkan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125

6) Berlaku adil.

Komunikator harus berlaku adil ketika melakukan aktivitas komunikasi.

7) Menyesuaikan bahasa dan isi pembicaraan dengan keadaan komunikan.

Prinsip selanjutnya komunikasi Islam adalah komunikator harus menyesuaikan bahasa dan isi pembicaraan dengan keadaan khalayak atau komunikan. Anjuran ini disampaikan Allah dalam surat An-Nahl ayat 125 seperti yang tertulis di atas. Dalam ayat ini Allah mengisyaratkan ada tiga tingkatan manusia, yaitu kaum intelektual, masyarakat menengah dan masyarakat awam yang harus diajak berkomunikasi sesuai dengan keadaan mereka.

8) Berdiskusi dengan cara yang baik

Diskusi sebagai salah satu kegiatan komunikasi harus dilakukan dengan cara yang baik. Di samping surat An-Nahl ayat 125 tadi, Allah juga menyarankan agar berdiskusi dengan cara yang baik,

9) Lebih dahulu mengatakan apa yang dikomunikasikan

Dalam komunikasi Islam, komunikator dituntut untuk melakukan lebih dahulu apa yang disuruhnya untuk dilakukan orang lain. Allah sangat membenci orang-orang yang mengkomunikasikan sesuatu pekerjaan yang

baik kepada orang lain yang ia sendiri belum melakukannya

- 10) Mempertimbangkan pandangan dan pikiran orang lain.

Pada lazimnya pandangan dan pemikiran beberapa orang akan lebih baik dan bermutu dibandingkan dengan pandangan dan pemikiran perseorangan. Oleh karena itu dalam komunikasi Islam sangat dianjurkan bermusyawarah untuk mendapatkan pandangan dan pemikiran dari orang banyak. Di samping itu suatu kebijakan atau keputusan yang diambil dengan jalan musyawarah, secara psikologis dirasakan oleh seluruh anggota masyarakat sebagai keputusan bersama dan tanggung jawab bersama yang harus dijalankan dengan sebaik-baiknya.

- 11) Berdoa kepada Allah SWT ketika melakukan kegiatan komunikasi yang berat.

Seorang komunikator dianjurkan berdoa kepada Allah ketika melakukan komunikasi yang dipandang berat.

#### **4. Da'i/ah sebagai Komunikator Dakwah**

Da'i adalah orang yang menyampaikan dakwah, dari segi Bahasa adalah untuk jenis kelamin laki-laki. Sedangkan jika perempuan maka disebut da'iyah. Sebelum menjelaskan tentang da'i/ah sebagai komunikator maka perlu dijelaskan terlebih dahulu unsur-unsur dakwah secara umum.

Dakwah merupakan sebuah usaha untuk mengajak seseorang, berupa seruan, bujukan kepada kebijakan sesuai dengan fitrah manusia dan senada

dengan tuntunan al-qur'an dan hadits. Didalam dakwah terkandung sebuah ide yang lebih progresivitas, sebuah proses yang dilakukan secara terus menerus menuju kepada hal yang baik sebagai upaya mewujudkan tujuan dari dakwah.<sup>68</sup> Dalam prakteknya, kegiatan dakwah berupaya untuk mentransformasikan nilai-nilai agama kepada umat dalam membentuk pemahaman umat tentang nilai kehidupan.

Kegiatan dakwah sudah dimulai sejak turunnya wahyu pertama kali kepada Rasulullah SAW. Proses dakwah dilakukan dengan menyesuaikan perkembangan zaman dan berkembang budaya dimana lokasi dakwah itu berada. Keberadaan dakwah yang mengikuti perkembangan tersebut berdampak pada perencanaan dan strategi dakwah yang dilakukan berbeda sesuai waktu dan tempatnya.

Dalam dakwah terdapat sebuah aktivitas untuk menciptakan perubahan pribadi dan sosial secara kultural yang berdasarkan pada tingkahlaku pembaharunya.<sup>69</sup> Dengan demikian, maka yang menjadi fokus dari kegiatan dakwah adalah perubahan, perbaikan terhadap diri individu, keluarga dan sosial masyarakat untuk menjadi lebih baik sesuai pada tuntunan. Terdapat dua segi dakwah yang meski tidak dapat dipisahkan, namun memiliki perbedaan yaitu terkait "isi" dan "bentuk", "substansi" dan "forma", "pesan" dan "cara menyampaikan", "esensi" dan

---

<sup>68</sup> Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 17.

<sup>69</sup> Masrial Masrial, "Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat," *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian* 6, no. 1 (2018): 68, <https://doi.org/10.15548/turast.v6i1.689>.

“metode”.<sup>70</sup> Dari masing-masing segi, dakwah menyangkut kedua-duanya sekaligus.

Menyampaikan pesan dakwah merupakan proses menjalankan perintah Al-qur’an dalam surah Ali Imran ayat 104:

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

*Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.*<sup>71</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa perintah dakwah adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan melalui komunikasi personal maupun secara massal. Pesan dakwah yang disampaikan harus bertujuan kepada kemaslahatan orang banyak, tanpa mempertimbangkan Islam atau belum memeluk Islam.

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan atau informasi dari pengirim pesan yang disebut sebagai komunikator kepada penerima pesan sebagai komunikan.<sup>72</sup> Pesan yang dikirim oleh seorang komunikator bertujuan untuk mendapatkan pengertian dari masing-masing pihak, komunikator akan mengolah pesan yang dikirim dengan mempertimbangkan komunikan yang akan menerima pesan tersebut.

---

<sup>70</sup> *Ibid.*, h.17.

<sup>71</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Bukhara Al-qur’an tajwid dan terjemah*, 2010, Q.S. Al Imran, Ayat 104.

<sup>72</sup> Muqsi, “Hubungan Dakwah dan Komunikasi,” 4, diakses 18 September 2019, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/2763/2027>.

Permasalahan yang sering terjadi dalam komunikasi tidak terlepas dari kesalahan penyampaian komunikator yang menyebabkan pesan tidak dapat diolah dengan baik dan tidak menghasilkan respon. Bila dalam hubungan komunikasi tidak menghasilkan respon dengan baik, maka kesalahan utama bersumber pada komunikator.<sup>73</sup>

Dalam komunikasi, bentuk pesan yang diciptakan tidak hanya berupa verbal akan tetapi non verbal yakni pesan yang diciptakan oleh komunikator. Secara tidak disadari aktivitas keseharian manusia dipenuhi dengan komunikasi, tangisan bayi pertama kali saat dilahirkan adalah salah satu contoh komunikasi yang diciptakan oleh bayi tersebut sebagai komunikatornya. Ada beberapa kemungkinan yang mendasari terjadinya komunikasi, seperti memperkuat sikap dan tingkahlaku orang lain, mengubah sikap dan prilaku orang, hingga sebagai pemantapan hubungan antar manusia.<sup>74</sup>

Dengan demikian, objek kajian komunikasi dakwah merupakan fungsi dan peran komunikasi dakwah, hal ini disebabkan objek material komunikasi dakwah adalah manusia yang merupakan sasaran dakwah, sementara objek formalnya adalah segala aktifitas komunikasi yang berperan dalam pelaksanaan dakwah.<sup>75</sup> Komunikasi dakwah berfungsi untuk memahami pola komunikasi dalam kegiatan dakwah

---

<sup>73</sup>Ida Suryani Wijaya, "Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan," 2015, h. 58, <https://doi.org/10.21093/lj.v17i1.428>.

<sup>74</sup>Muqsi, *op.cit.*, h. 5.

<sup>75</sup>Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 31.

yang dilakukan oleh individu kepada manusia sebagai target komunikasi dakwah. sebagai komunikator dakwah, terdapat 3 metode dakwah yang dapat digunakan dalam proses dakwah, yaitu (1) *al-hikmah* (bijaksana), yang menawarkan hakikat filosofis dari makna-makna yang ada disekelilingnya. (2) *al-maw'idah al-hasanah* (pelajaran yang baik), merupakan sebuah metode dakwah yang menjabarkan tentang ajaran Islam dalam kehidupan praktis. Dalam hal ini peran bahasa verbal sangat minim digunakan, karena lebih mempertimbangkan pengalaman ber Islam dalam kehidupan nyata. (3) *al-jidal allati hiya ahsan* (berdebat atau berdiskusi dengan cara yang baik), metode ini dilakukan dengan cara berdiskusi dan majelis analisis, masalah yang ditemukan akan ditampilkan dan pada metode ini lebih menekankan pada keterbukaan wawasan.<sup>76</sup>

Dalam komunikasi dakwah, terdapat beberapa komponen penting untuk membentuk terjadinya sebuah komunikasi yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Proses dakwah akan dimulai dari Da'i sebagai seorang komunikator, peran komunikator dakwah adalah menyampaikan pesan yang berasal dari buah pikiran dan perasaan komunikator untuk membuat orang lain menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat dan prilaku.<sup>77</sup> Keberhasilan sebuah pesan tidak hanya tergantung pada isi yang disampaikan, melainkan kemampuan berkomunikasi dan kredibilitas

---

<sup>76</sup> Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah; Paradigma untuk Aksi*, Pertama (Bandung: Sempiosa Rekatama Media, 2010), h. 54.

<sup>77</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 77.

komunikator. Efektifitas kegiatan komunikasi dakwah akan terlihat dari etos komunikator dalam mempersiapkan hingga pelaksanaan, sikap komunikator dan daya tarik komunikator.

Komponen lain dalam proses komunikasi dakwah adalah mad'u atau dalam istilah komunikasi dikenal dengan komunikan, penerima pesan, khalayak, audience. Komunikan adalah aspek utama dalam komunikasi, komunikan atau mad'u merupakan sasaran atau target dari perubahan yang menjadi tujuan. Komunikan dalam komunikasi dakwah bisa berbentuk perorangan, kelompok dan massa. Memahami tipologi mad'u menjadi tolak ukur dalam keberhasilan komunikasi dakwah, komunikator yang tidak memahami mad'unya akan mengalami kegagalan dalam proses dakwah. Komponen komunikasi dakwah lainnya ialah pesan dakwah dalam komunikasi dakwah, pesan adalah materi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, pesan yang disampaikan merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal. Gagalnya berkomunikasi disebabkan karena pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan komunikan yang akan menerima pesan tersebut, sehingga untuk mencegah terjadinya kegagalan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan pesan:<sup>78</sup>

- a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian target tujuan komunikasi.

---

<sup>78</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 99.

- b) Pesan yang disampaikan hendaknya memiliki tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga akan sama-sama mengerti.
- c) Pesan hendaknya membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d) Pesan harus menyarankan sebuah cara untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi suatu kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Isi pesan dakwah pada umumnya adalah masalah-masalah yang berkaitan dengan islam, akan tetapi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa masalah pokok:

- a) Pesan akidah yang berkaitan dengan keimanan
- b) Pesan syariah tentang fiqih, muamalah, ibadah
- c) Pesan akhlak yang meliputi akhlak kepada Allah dan akhlak kepada makhluk dan alam.

Sedangkan Ali Yafie membagi bentuk pesan dakwah dalam lima masalah pokok yang hendaknya dibahas:<sup>79</sup>

- a) Masalah kehidupan
- b) Masalah manusia
- c) Masalah harta benda
- d) Masalah ilmu pengetahuan
- e) Masalah akidah

Berangkat dari pesan terkait permasalahan yang dihadapi umat, maka pesan dakwah akan lebih berisi

---

<sup>79</sup> Wahyu Illahi, *op.cit.*, h 102.

karena diliputi rasa empati, sehingga juru dakwah akan memahami situasi yang dihadapi. Secara umum pesan dakwah adalah ajaran Allah yang disampaikan berupa nilai-nilai Al-qur'an dan hadist.

Komponen komunikasi dakwah selanjutnya adalah media dakwah untuk menyampaikan komunikasi dakwah. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada target atau penerima, media komunikasi dalam dakwah saat ini telah mengalami transformasi mulai dari media tradisional hingga media modern. Menentukan jenis media yang digunakan tidak hanya berdasarkan kesukaan komunikator, akan tetapi dibutuhkan kemampuan komunikator memahami komunikasi sehingga mengetahui media yang sesuai berdasarkan karakteristik komunikasi. Dalam komunikasi dakwah, media yang digunakan tidak hanya dalam satu jenis, akan tetapi dituntut untuk menghadirkan beberapa media dalam kegiatan komunikasi dakwah, semakin bervariasi media yang digunakan maka semakin besar potensi diterimanya pesan yang disampaikan.

Inti dakwah adalah *amar ma'ruf nahi munkar*. Oleh karena itu, dalam proses penyampaian pesan dakwah seorang da'i kepada mad'unya adalah dalam upaya menyeru kebaikan dan mencegah terjadinya kemungkar. Semua itu dilakukan adalah dalam rangka mewujudkan kebahagiaan umat manusia (terutama muslim) baik di dunia maupun di akhirat. Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa *amar ma'ruf nahi munkar* merupakan fardhu kifayah bagi umat Islam. Sebagaimana dimaktub dalam firman Allah:

*“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”*(Ali imran : 104)

Umat lain tidak menyuruh umat manusia kepada setiap yang ma’ruf dan tidak mencegah dari yang mungkar. Dan mereka tidak melakukan jihad untuk itu, bahkan ada di antara mereka yang melakukan jihad untuk itu, bahkan ada diantara mereka yang belum melakukan jihad. Jika umat islam seperti (Bani Israil) berjihad, pada umumnya hanya untuk membela negeri mereka dari serangan musuh, sebagaimana perang mereka melawan penyerang yang zhalim bukan untuuk dakwah dan mengajak kepada petunjuk dan kebaikan dan bukan pula menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, sebagaimana perkataan nabi Musa kepada kaumnya:

*“Hai kaumku, masuklah ke tanah suci (Palestina) yang telah ditentukan Allah bagimu, dan janganlah kamu lari kebelakang (karena takut kepada musuh), maka kamu menjadi orang-orang yang merugi” Mereka berkata: "Hai Musa, sesungguhnya dalam negeri itu ada orang-orang yang gagah perkasa, sesungguhnya kami sekali-kali tidak akan memasukinya sebelum mereka ke luar daripadanya. Jika mereka ke luar daripadanya, pasti kami akan memasukinya" Berkatalah dua orang diantara orang-orang yang takut (kepada Allah) yang Allah telah memberi nikmat atas keduanya: "Serbulah mereka dengan melalui pintu gerbang (kota) itu, maka bila kamu memasukinya niscaya kamu akan menang. Dan*

*hanya kepada Allah hendaknya kamu bertawakkal, jika kamu benar-benar orang yang beriman" Mereka berkata: "Hai Musa, kami sekali sekali tidak akan memasukinya selama-lamanya, selagi mereka ada didalamnya, karena itu pergilah kamu bersama Tuhanmu, dan berperanglah kamu berdua, sesungguhnya kami hanya duduk menanti disini saja" (Al-Maidah:21-24)*

Dan juga firman Allah Swt: “

*Apakah kamu tidak memperhatikan pemuka-pemuka Bani Israil sesudah Nabi Musa, yaitu ketika mereka berkata kepada seorang Nabi mereka: "Angkatlah untuk kami seorang raja supaya kami berperang (di bawah pimpinannya) di jalan Allah". Nabi mereka menjawab: "Mungkin sekali jika kamu nanti diwajibkan berperang, kamu tidak akan berperang". Mereka menjawab: "Mengapa kami tidak mau berperang di jalan Allah, padahal sesungguhnya kami telah diusir dari anak-anak kami?". Maka tatkala perang itu diwajibkan atas mereka, merekapun berpaling, kecuali beberapa saja di antara mereka. Dan Allah Maha Mengetahui siapa orang-orang yang zalim” (Al-Baqarah : 246)*

Ayat diatas menerangkan bahwa motivasi utama mereka dalam berperang karena diusir dari rumah-rumah (atau kampung Halaman) dan anak-anak mereka. Meski demikian mereka pengecut, tidak mau melakukan perang yang diwajibkan kepada mereka itu. Sehingga tidak halal bagi mereka harta rampasan perang (ghanimah) dan mereka tidak dapat menggauli budak.

Padahal sesungguhnya umat yang beriman sebelum kita yang tersebar adalah bani israil, sebagaimana diterangkan dalam hadits yang disepakati kebenarannya dalam hadits shahih bukhari dan shahih muslim yang berasal dari riwayat ibnu abbas bahwa rasulullah pernah bersabda:

*"Semalam diperlihatkan kepadaku para nabi bersama umatnya masing-masing. Ada seorang nabi yang hanya lewat bersama satu orang; ada seorang nabi yang sama dua orang; kemudian ada nabi yang bersama sekelompok orang; dan ada nabi yang sendiri. Lalu aku melihat sekelompok umat yang banyak, - dalam suatu riwayat- "Tiba-tiba ada bukit tinggi yang penuh dengan manusia. Maka aku berkata: "Inilah umatku"? Maka dijawab: "Mereka itu umat dari bani Israil tapi lihatlah ke arah ini dan itu!" Maka saya melihat sekelompok umat manusia yang sangat banyak menutupi ufuk. Lalu dikatakan: Mereka itu adalah umatmu. Bersama mereka terdapat tujuh puluh ribu orang yang masuk Surga tanpa dihisab. Kemudian para sahabat membubarkan diri tanpa ada penjelasan kepada mereka. Maka para sahabat nabi saling bercerita, mereka mengatakan: "Kami dulu dilahirkan dalam keadaan syirik, tapi kami telah beriman kepada Allah dan Rasulnya, mungkin saja itu untuk anak-anak kami. Maka pembicaraan mereka sampai kepada Rasulullah lalu beliau bersabda: Mereka adalah orang yang tidak berobat dengan rajahan (besi yang dipanaskan), tidak meminta obat dengan ruyah, dan tidak menyandarkan nasib sial kepada burung namun mereka hanya bertawakal kepada Rabbnya. " Lalu bangkitlah Ukasyah bin Mihsan dan berkata: Apakah*

*aku termasuk di antara mereka Ya Rasulullah? Rasulullah menjawab "Ya". Kemudian ada seorang lagi berdiri dan berkata: Apakah aku juga termasuk di antara mereka? " Rasulullah menjawab: "Kamu telah didahului oleh Ukasyah.*

Oleh sebab itu maka ijma' umat merupakan suatu hujjah, karena Allah telah mengabarkan bahwa umat ini selalu menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari setiap yang mungkar. Jika mereka berijma' atau bersepakat; membolehkan yang haram, menggugurkan yang wajib, mengharamkan yang halal, atau menyampaikan sesuatu tentang Allah atau makhlukNya dengan batil berarti mereka telah menyuruh yang mungkar dan melarang yang ma'ruf sementara menyuruh yang mungkar dan melarang yang ma'ruf bukan termasuk *al-Kalimat at-thayyibat* (perkataan baik) dan amal yang shalih bahkan ayat di atas memberi pengertian bahwa segala sesuatu yang tidak diperintahkan oleh umat ini maka bukan termasuk perkara yang ma'ruf dan sesuatu yang tidak dilarang oleh mereka bukan termasuk perkara yang mungkar. Karena ciri utama umat islam selalu menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar. Bagaimana mungkin semua umat sepakat untuk menyuruh kepada setiap yang mungkar dan mencegah dari yang ma'ruf?

Jika amar ma'ruf nahi mungkar adalah termasuk kewajiban dan kebaikan yang paling agung dan mulia maka hendaklah maslahat dan keuntungannya lebih tampak daripada kerusakannya. Sebab tujuan utama para rasul diutus dan kitab- kitab samawi diturunkan adalah untuk merealisasikan kemaslahatan dan

menghilangkan kerugian dan Allah tidak menyukai kerusakan. Bahkan setiap perkara yang diperintahkan Allah pasti mengandung kebaikan dan keuntungan dan Allah telah memuji kebaikan, orang-orang yang melakukan kebaikan, dan orang-orang yang beriman serta beramal shalih, namun Allah sangat membenci kerusakan dan orang-orang yang membuat kerusakan. Maka jika kerusakan dan kerugian lebih banyak maka bukan termasuk perkara yang diperintahkan Allah meskipun harus meninggalkan kewajiban atau melanggar yang haram karena kewajiban seorang mukmin hanya bertakwa kepada Allah dalam memerintahkan hamba Allah bukan dituntut untuk memberi hidayah. Firman Allah:

*“ Hai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu; Tiadalah orang yang sesat itu akan memberi mudharat kepadamu apabila kamu telah mendapat petunjuk. hanya kepada Allah kamu kembali semuanya, Maka Dia akan menerangkan kepadamu apa yang telah kamu kerjakan.” (Al Maidah:105)*

Ayat tersebut dipahami bahwa perolehan petunjuk tidak akan mungkin terjadi kecuali dengan penunaian kewajiban. Jika seorang muslim telah menunaikan kewajiban amar ma'ruf dan nahi mungkar sebagaimana orang lain menunaikannya dengan baik maka dia tidak akan terpengaruh dengan kesesatan orang yang sesat. Dalam hal ini terkadang dia lakukan dengan hati, terkadang dengan lisan dan terkadang dengan tangan.

## 5. Peran Da'i/ah

Peran dapat diartikan sebagai sesuatu yang ada dalam dirinya untuk melakukan sesuatu tindakan atau wewenang yang dimainkan oleh seseorang. Peran dapat dilakukan oleh individu maupun lembaga dalam rangka mencapai tujuan yang baik yang bersifat sosial maupun non sosial. Untuk itu sebelum mengetahui peran lembaga terlebih dahulu mengetahui tentang lembaga atau organisasi tersebut. Menurut Sondang, lembaga atau organisasi diartikan sebagai setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan bersama yang terikat secara formal dalam suatu ikatan hirarki dimana selalu terdapat hubungan antara seorang atau kelompok yang disebut pimpinan dan seorang yang disebut bawahan.<sup>80</sup>

Soerjono Soekamto, menjelaskan bahwa peran adalah seperangkat tindakan yang diharapkan dari seorang pemilik status masyarakat. Status merupakan sebuah posisi dari suatu sistem sosial, sedangkan peran atau peranan adalah pola perilaku yang terkait pada status tersebut.<sup>81</sup>

Secara terminologi peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan atau status apabila seseorang atau kelompok melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan bidang atau kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran.<sup>82</sup> Maka peran

---

<sup>80</sup> Sondang P. Siagian, *Peranan Staf dalam Manajemen*, (Jakarta: Gunung Agung, 1995), h. 20.

<sup>81</sup> Soerjono Soekamto, *Memperkenalkan Sosiologi*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1988), h. 33.

<sup>82</sup> Soerjono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 1987), h. 220

merupakan unsur yang dinamis dari suatu kedudukan atau posisi sebagaimana dijelaskan dalam pengertian diatas. Penting perananan adalah karena dia mengatur perilaku seseorang, peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain sehingga orang lain yang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan orang-orang sekelompoknya.<sup>83</sup>

Peran juga dapat dimaknai sebagai seberapa jauh sebuah aktifitas dalam merubah sesuatu. Jadi istilah peran sering dipakai dalam upaya mengukur suatu aktifitas apapun dalam rangka memperoleh suatu pengaruh atau dampak dari kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, organisasi maupun lembaga. Dalam hal ini, peran fakultas dakwah dan khususnya prodi komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang dan alumninya sangat dibutuhkan aksi konkritnya sebagai da'i/ah di Sumatera Selatan dapat terwujud.

## **6. Revitaliasi peran Prodi KPI dalam pengembangan Dakwah**

Terkait dengan arah dan tujuan pengembangan fakultas dakwah, sudah dijelaskan oleh Salmadanis melalui seminar regional jurusan dakwah yang bertema “Menggagas Kembali Eksistensi Ilmu Dakwah”. Menurutnya, untuk lebih menjelaskan ke mana arah dan tujuan jurusan di Fakultas Dakwah, maka perlu ditelusuri akar pemikiran yang berkaitan dengan aspek

---

<sup>83</sup> *Ibid.*,h. 38

epistemologi dakwah dan dikaitkan dengan unsur-unsur dakwah yang mengitarinya<sup>84</sup>.

Kegiatan dakwah mempunyai beberapa unsur, yang antara unsur satu dengan yang lainnya mempunyai interaksi dan interrelasi. Unsur pertama adalah doktrin Islam (A), unsur kedua adalah da'i atau komunikator, baik sebagai individu maupun lembaga (B). Unsur ketiga adalah mad'u atau komunitas (C), dan unsur keempat adalah tujuan dakwah (D). Interaksi dan interrelasi antara keempat unsur dakwah tersebut melahirkan berbagai macam produk dakwah. Salah satu dari hasil interaksi dan interrelasi unsur-unsur antara B (da'i) dan C (mad'u) melahirkan pemikiran cara penyampaian dakwah secara lisan dan tulisan, yang dikenal dengan tabligh (menyampaikan) yang di dalamnya mengandung dua dimensi kekuatan; Komunikasi dan Penyiaran Islam. Inilah zona Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), kegiatan yang berdimensi massa dan kegiatan terlembaga.<sup>85</sup>

## **7. Alumni dan Penguatan Da'i**

Da'i/ah adalah sosok panutan di masyarakat. Sebab itu, apa pun yang dilakukan tidak pernah bisa dilepaskan dari apa yang diucapkan. Tidak sedikit dari mereka yang dijadikan barometer kebaikan bagi para audiens nya. Itulah sebabnya, fluktuasi eksistensinya dipengaruhi banyak oleh selera para jama'ah sebagai

---

<sup>84</sup> Sumarni Sumai, "Arah Dan Tujuan Program Studi Komunikasi PenyiaranIslam (KPI) Jurusan Dakwah" 3, no. 5 (2010), hal. 53

<sup>85</sup> Mohammad Zamroni, "Epistemologi Dan Rumpun Keilmuan KomunikasiPenyiaran Islam," Jurnal Informasi Vol. 45, No. 1 (2015), h.78

audiensnya. Oleh karenanya, da'i/ah tidak harus memiliki karekteristik yang baaik, berwawasan yang luas, terhindarkan dari sifat-sifat buruk seperti angkuh dan kesombongan. Secara rinci, setidaknya sifat-sifat yang melekat pada da'i/ah tersebut meliputi:

**a. Taqwa**

Yang dimaksud dengan taqwa adalah mengerjakan segala yang diperintahkan Allah, meninggalkan segala yang dilarang dan senantiasa bersifat dengan sifat *ahl al-iman*. Maka taqwa dengan segala perangkatnya akan memperlihatkan hasil yaitu rizki yang melimpah, hasil selalu terang dan indera selalu terbuka. Oleh karenanya ia dapat melihat apa saja yang diberikan padanya serta mengetahui hal-hal yang haq. Dalam hal ini Allah berfirman:

*“Barangsiapa yang bertaqwa kepada Allah, maka segala urusannya akan dimudahkan.”*

**b. Ikhlas**

Menurut Imam Al-Ghazali pada kitab *Ihya Ilum al-Din*, ketulusan hati atau ikhlas merupakan sifat bermanfaat dalam rangka menghindarkan diri dari syahwat kahfi yang mengajak pada syirik khafi. Tanpa sifat keikhlasan ini, sering kali terjadi bahwa seseorang diri mengagungkan dirinya berkat ilmu dan agamanya, sedangkan objek dakwah yang ada dihadapannya dianggap sebagai manusia bodoh dan berwawasan sempit. Bahkan mungkin saja tujuan dakwahnya adalah untuk membuat jarak perbedaan antara dirinya dengan orang lain dengan cara merendahkan *mad'u* (objek dakwah tersebut).

### c. Ilmu

Ilmu sebagaimana telah dijelaskan merupakan satu dari makna yang terkandung dalam kata “hikmah”. Menurut Imam Bukhari, ilmu menempati posisi penting melebihi ucapan dan perbuatan. Bahkan sebelum seseorang berucap dan berbuat, ia hendaklah mengetahui apa yang ia ucapkan dan apa yang ia lakukan. Pandangan ini dijelaskan oleh Imam Bukhari dalam kitab "*shahih al-bukhari*" pada bab ilmu *qabla al-qaul wa al-'amal* Pengertian ini diambil dari firman Allah dan sabda Nabi Muhammad. Karena itu, Hasan al-Bashri berpendapat bahwa orang yang bekerja tanpa ilmu bagaikan orang yang berjalan tanpa petunjuk.

### d. *Tawadlu'*

Tawadlu merupakan sifat rendah hati dihadapan orang lain. Sifat ini sangat penting dimiliki oleh seorang Da'I, sebab tabi'at manusia pada umumnya tidak mau menerima orang yang meninggalkan dirinya di depan mereka. Da'i yang demikian seakan-akan menunjukkan kekerdilannya dihadapan mereka walaupun apa yang ia katakan adalah haq dan kebenaran. Sifat *tawadlu'* ini merupakan buah dari *ma'rifah* dari Allah. Dalam hal ini, Allah berfirman: “*sabarkanlah dirimu bersama orang-orang yang menyeru Tuhan mereka di waktu pagi dan petang karena mengharapkan keridhaan Allah dan janganlah kamu palingkan kedua matamu karena mengharapkan perhiasan kehidupan dunia ini*”.

#### e. *Al-hilmu*

*Al-hilmu* adalah suatu karakter yang berfungsi untuk mencegah seseorang dari sifat marah. Sifat semacam ini sangat penting untuk dimiliki seorang da'i ketika menghadapi objek dakwah. Sebab objek dakwah yang ia hadapi bisa jadi memberikan reaksi yang beragam terhadap materi yang ia sampaikan. Salah satunya, mungkin saja terdapat objek dakwah yang memberikan reaksi negative terhadap aktivitas dakwahnya. Dalam kondisi demikian, seorang da'i harus tetap tenang dan jangan sampai terpancing kemarahannya. Nabi Muhammad Saw bersabda: *"Orang yang kuat itu bukanlah orang yang menang dalam bergulat, tetapi orang yang mampu menahan dirinya ketika ia marah"*.

### C. Strategi dan Peran Da'i/ah

Peran adalah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Kedudukan dalam hal ini diharapkan sebagai posisi tertentu di dalam masyarakat yang mungkin tinggi. Sedang-sedang saja atau rendah. Kedudukan adalah suatu wadah yang isinya adalah hak dan kewajiban tertentu. Sedangkan hak dan kewajiban tersebut dapat dikatakan sebagai peran. Oleh karena itu, maka seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dapat dikatakan sebagai pemegang peran (*role accupant*). Suatu hak sebenarnya merupakan wewenang untuk berbuat atau tidak berbuat, sedangkan kewajiban adalah beban atau tugas.<sup>86</sup> Secara sosiologis peranan adalah aspek dinamis yang

---

<sup>86</sup> R. Sutyo Bakir, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2009), h.348

berupa tindakan atau perilaku yang dilaksanakan oleh seseorang yang menempati atau memangku suatu posisi dan melaksanakan hak-hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Jika seseorang menjalankan peran tersebut dengan baik, dengan sendirinya akan berharap bahwa apa yang dijalankan sesuai dengan keinginan diri lingkungannya. Peran secara umum adalah kehadiran di dalam menentukan suatu proses keberlangsungan.<sup>87</sup> Peranan merupakan dinamisasi dari statis ataupun penggunaan dari pihak dan kewajiban atau disebut subyektif. Peran dimaknai sebagai tugas atau pemberian tugas kepada seseorang atau sekumpulan orang. Peranan memiliki aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.
- b. Peranan adalah suatu konsep perihal yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c. Peranan juga dapat diartikan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat

Miftah Thoha menjelaskan bahwasanya peranan itu merupakan perilaku yang diharapkan dari seseorang yang mempunyai status atau kedudukan tertentu.<sup>88</sup> Peranan itu sendiri adalah peranan individu, bagaimana seorang individu menjalankan fungsinya sebagai seorang makhluk sosial yang berhubungan dengan individu lain, atau dalam kehidupan antara atasan dan bawahan. Peranan kelompok adalah

---

<sup>87</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta : Rajawali Press, 2002), h. 242

<sup>88</sup> Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. (Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada, 2003), h, 10

kerjasama dua orang atau lebih dalam menjalankan peranannya sebagai seorang pemberi harapan orang lain. Adapun peranan komunikasi diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Komunikasi itu merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.
- b. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.

Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi.<sup>89</sup>

Adapun jenis-jenis peranan adalah sebagai berikut :

- 1) Peranan normatif adalah peran yang dilakukan seseorang atau lembaga yang didasarkan pada seperangkat norma yang dilakukan berlaku dalam kehidupan masyarakat.
- 2) Peran ideal adalah peranan yang dilakukan oleh seseorang atau lembaga yang didasarkan pada nilai-nilai ideal atau yang seharusnya dilakukan sesuai dengan kedudukannya didalam suatu sistem.
- 3) Peran faktual adalah peranan yang dilakukan seseorang atau lembaga yang didasarkan pada kenyataan secara kongkrit dilapangan atau kehidupan sosial yang terjadi secara nyata

Pada dasarnya desain keilmuan KPI tidak terlepas dari dua hal, Pertama, di level keilmuan, mampu menjadikan perangkat ilmu komunikasi dan ilmu dakwah sebagai basis dari desain aktivitas dan gerakan penyiaran Islam melalui berbagai pendekatan paradigmatis, teoritis, dan metodologis. Inilah yang disebut sebagai kemampuan pemahaman teoretik

---

<sup>89</sup>Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. (Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada, 2003), h, 12

(knowledgebased capability). Kedua, di level praktis, memfasilitasi tumbuh kembangnya kemampuan yang dapat menjadi pijakan kompetensi profesi sarjana KPI.<sup>90</sup>

Hakikatnya, mahasiswa KPI diorientasikan pada profesi sebagai penyiar, penulis dan humas.<sup>91</sup> Jika ketiga profesi tersebut yang dijadikan sebagai pilihan untuk profesi KPI, maka ada beberapa mata kuliah penambahan atau penghilangan yang dianggap kurang mendukung terhadap profesi tersebut. Namun, hal itu saja tidak cukup. Karena bagaimanapun, kemampuan teknis seperti menulis berita, reportase, teknik editing, dan lainnya, tidak akan maksimal jika hanya memaksimalkan jam pelajaran di kelas, apalagi mata kuliah tersebut rata-rata hanya 2 sks. Dalam hal ini, mahasiswa membutuhkan tempat untuk berlatih dan mengasah keterampilan tersebut.

Identitas atau karakteristik lulusan KPI, menjadi hal yang penting dalam proses pendidikan di perguruan tinggi (Islam). Hal ini karena identitas tersebut, berpengaruh kepada kurikulum, model pembelajaran, atau aktivitas pendukung lainnya. Secara umum, hemat penulis kurikulum KPI IAIN Purwokerto, sudah menunjukkan fokus kajian. Walaupun ada beberapa mata kuliah yang harus dievaluasi karena mempunyai makna yang kabur. Selain itu, ada beberapa catatan yang penulis sampaikan untuk dijadikan perhatian buat kita bersama, yaitu:

- a. Harus ada kesepahaman bersama (mahasiswa dan dosen), bahwa komunitas laboratorium Dakwah adalah bagian yang integral dari proses pembelajaran di kelas. Bahkan,

---

<sup>90</sup>Aan Herdiana, Paradigma Keilmuan KPI dalam Perspektif Dakwah, *Komunika*, Vol.10 No. 2, 2016, h. 1

<sup>91</sup> Abdul Basit dalam Aan Herdiana, *loc.it.*

untuk beberapa mata kuliah teknis, seperti teknik reportase, bisa saja proses pembelajaran tidak di kelas tetapi di laboratorium dakwah.

- b. Untuk mata kuliah-kuliah teknis-praktis, maka dibutuhkan dosen pengajar dari praktisi langsung, yang memahami dunia kerja. Pengalaman tidak ada julannya. Kemampuan dan pengalaman dosen praktisi, tidak bisa digantikan oleh seorang dosen yang berlabel Doktor sekalipun. Dalam hal ini, mahasiswa membutuhkan pengalaman dan pemahaman dari orang-orang yang terjun langsung dalam dunia kerja, tidak hanya dijejali teori-teori, karena ini memang mata kuliah teknis.
- c. Untuk lebih memaksimalkan potensi mahasiswa dakwah, maka menjadi sebuah alternatif jika dosen-dosen praktisi tersebut, juga menjadi pembinaan komunitas-komunitas laboratorium dakwah.

Selanjutnya untuk memperkuat kemampuan mahasiswa KPI dalam profesinya, fakultas dakwah dapat melakukan kerjasama dengan beberapa instansi atau lembaga yang sesuai dengan pengembangan profesi, seperti radio, televisi, perkantoran, dan sebagainya.

Da'i dan muballigh adalah pelaku dakwah yang secara etimologis berarti usaha memperluas penyebaran agama oleh orang yang bergelar mubaligh".<sup>92</sup> Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan bahwa mubaligh mempunyai dua arti "pertama sebagai pengantar dalam salat berjamaah, yaitu mengundang takbir agar kedengaran oleh makmum, kedua sebagai orang yang menyiarkan

---

<sup>92</sup> Wikipedia, *Ensiklopedia Bebas*. Akses 23:48, 9 Agustus 2015.

(menyampaikan) ajaran agama Islam”.<sup>93</sup>

Dari definisi tersebut dapat diambil pemahaman bahwa mubaligh ialah orang yang menyampaikan dakwah dan mengembangkan ajaran islam baik secara individu atau berkelompok. Secara teoritis, mubaligh memiliki fungsi sosial yang sangat menentukan dalam pengembangan dakwah islamiyah. Dengan fungsi sosial tersebut ialah sebagai menyambung risalah dan mengembangkan amanah amar ma'ruf nahi munkar dalam menyebarkan agama islam.

Skill mubaligh yang dimaksud adalah seorang dai yang memiliki kemampuan serta keterampilan dengan professional dalam menyampaikan dakwahnya yang dimana dalam hal tersebut komunikasi pada organisasi berperan penting dalam mengembangkan skill mubaligh tersebut. Dalam mengembangkan skill mubaligh pada mahasiswa maka diperlukannya kader da'ii yang memiliki wawasan ilmu pengetahuan dengan adanya pelatihan dan mengasah keterampilan dalam dakwah untuk menumbuhkan profesionalisme mahasiswa menjadi mubaligh berjalan secara baik.

Untuk itu, untuk mewujudkan da'i/ah yang professional bukanlah sesuatu yang terjadi secara tiba-tiba, atau muncul begitu saja. Da'i/ah yang professional perlu dilalui dan dijalani secara bertahap, mulai dari tingkat pemula, tingkat menengah dulu kemudian ia mencapai kemahiran dalam pengemasan materi, memanfaatkan media, dan memelihara hubungan dengan mitra dakwah yang luas.<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta, Pusat Bahasa 2008), h. 974.

<sup>94</sup> Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, Cetakan Pertama, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 247.

Secara teoritis, dakwah dapat dikategorikan tiga macam, yaitu dakwah bil lisan, bil hal dan bil kitabah. Dakwah bil lisan adalah dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lain-lain.<sup>95</sup> Dakwah bil hal, adalah dakwah dengan perbuatan nyata dimana aktivitas dakwah dilakukan melalui keteladanan dan tindakan amal nyata.<sup>96</sup> Dakwah bil Al-Qalam, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet.<sup>97</sup>

Sebagaimana yang telah disebutkan oleh Suryawati bahwa syarat untuk menjadi mubaligh yang professional adalah “memiliki sikap ikhlas, berbekal ilmu agama lemah lembut dan sabar dalam berdakwah”<sup>98</sup> dari beberapa aspek tersebut maka apabila telah dimiliki oleh setiap mubaligh maka sudah patut dikatakan bahwa aktivitas keagamaan akan baik hal tersebut dapat ditandai dengan lingkungan yang religious. Maka syarat menjadi mubaligh professional diantaranya :

a. Ikhlas

Seorang mubaligh tidak akan berhasil dalam da'wahnya kecuali ikhlas kepada Allah, baik dalam ucapan, perbuatan, maupun keinginannya serta kemauannya. Sebab, berda'wah kepada Allah adalah

---

<sup>95</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 11.

<sup>96</sup> Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: AMZAH 2008) h. 11.

<sup>97</sup> *Ibid.*

<sup>98</sup> Suryawati, *Metode Dakwah* (Jakarta, Mizan, 2010), h.144.

suatu ibadah, dan suatu ibadah itu baru benar jika syaratnya terpenuhi, yaitu ikhlas dan ittiba" kepada Nabi. Dengan melihat, memahami, mengamalkan, dan mengajarkan ayat-ayat Al-Quran dengan baik dan benar. Dalam agama Islam kedudukan ikhlas sangat besar pengaruhnya dalam berda"wah yang menjadikan agama islam sebagai agama yang bersih (dari syirik). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Az-Zumar ayat: 3 sebagai berikut:

أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الْخَالِصُ وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ مَا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُقَرِّبُونَا إِلَى اللَّهِ زُلْفَىٰ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ بَيْنَهُمْ فِي مَا هُمْ فِيهِ يَخْتَلِفُونَ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ كَاذِبٌ كَفَّارٌ

*"Ingatlah, Hanya kepunyaan Allah-lah agama yang bersih (dari syirik). dan orang-orang yang mengambil pelindung selain Allah (berkata): "Kami tidak menyembah mereka melainkan supaya mereka mendekatkan kami kepada Allah. dengan sedekat-dekatnya". Sesungguhnya Allah akan memutuskan di antara mereka tentang apa yang mereka berselisih padanya. Sesungguhnya Allah tidak menunjuki orang-orang yang pendusta dan sangat ingkar."(Q.S. Az-Zumar [39]: 3)*

Ayat ini turun sebagai penegasan dari Allah bahwa ibadah yang penuh keikhlasan dapat terwujud bila terbebas dari segala kesyirikan, ayat tersebut merupakan penguatan atas perintah untuk berbuat ikhlas yakni beribadah kepada Allah SWT dengan ikhlas menjalankannya sebagaimana Allah SWT maha memiliki semua kesempurnaan, karunia, dan agama yang bersih dari campuran syirik. Seseorang yang

bersih dari syirk dialah hamba yang diridhoi. Allah SWT memerintahkan manusia untuk memeluk agama Islam dengan mentauhidkan dan memerintahkan hambanya untuk menjauhi dari pada kesyirikan dengan memperbaiki lahir dan batin manusia. Amal perbuatan itu tidak dianggap sebagai amal shahih kecuali amal tersebut bersih dan benar diantaranya adalah amalan tersebut harus ikhlas karena Allah SWT.

b. Berbekal Ilmu Agama

Ilmu adalah buah dari keikhlasan dengan berbekal ilmu agamayang bersumberdari Al-Quran dan As-Sunnahseorang mubaligh akan mengetahui arah tujuan yang benar. Sedangkan tanpa ilmu, seorang mubaligh akan mendatangkan bahaya besar bagi agama dan umat. Hal yang menyebabkan seorang mubaligh sehingga dapat salah dalam menyampaikan dakwah dan jauh dari cahaya Ilahi adalahkebodohan. Karena syarat yang harus dimiliki mubaligh dalam berdakwah adalah harus memiliki ilmu agama dalam berdakwah, firman Allah SWT tentang orang-orang yang memiliki ilmu QSMujadalah: 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا  
يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا  
مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

*“Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di*

*antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Mujadalah [58]: 11)*

Dalil dan beberapa argumen ini mengharuskan seorang mubaligh yang berkiprah dalam dunia dakwah untuk selalu membekali diri dengan ilmu, dia akan mendapatkan keutamaan dari ilmu, karena dengan ilmu dia mendapatkan keutamaan dari Allah, memperoleh derajat dan kehormatan. Seorang mubaligh harus mengetahui mana yang harus disyariatkan danyang tidak disyariatkan, mampu membedakan sunnah dan bid'ah, yang baik danyang buruk, yang halal dan yang haram, syirik dan tauhid, karena semua inti dan tujuandari dakwahitusendiri.

c. Sabar

Sabar adalah bagian yang terpenting yang harus dimiliki mubaligh yang menginginkan keberhasilan dalam dakwahnya. Karena dalam menerima dakwah, manusia itu sendiri berbeda pemahaman ditambah lagi banyaknya subhat mereka banyak yang bisa mempengaruhi dalam menerima dakwah itu, dibutuhkan kesabaran tinggi bagi seorang mubaligh. Allah memberikan sabar dan lemah lembut agar manusia tidak berkeluh kisah dan marah. Rasulullah adalah cermin kita yang mana beliau sabar dalam berbagai macam keadaan.

Tak ada yang lebih memotivasi seorang mubaligh untuk bisa bersabar kecuali keihlasan, keyakinan, dan keimananya kepada Allah . Dengan kesabaran dan kelembutan pahalanya akan berlipat, pengaruhnya

menguat, dan keimananya bertambah. Selanjutnya ia berharap pahala Allah sebagai pengganti dari semua musibah yang menimpanya dalam rangkadakwah.

Bukan sekadar kekuatan badan membuat seseorang mulia. Sebab banyak binatang yang tentu lebih kuat dari pada manusia. Akan tetapi kekuatan sebenarnya yang harus dimiliki manusia utamanya seorang mubaligh adalah kekuatan menahan nafsu dengan menjauhkan diri dari rasa dendam, amarah, dan emosi yang berlebih-lebihan. Diantara pentingnya sabar bagi mubaligh.

- 1) Sabar tersebut menjadikan hamba-hamba Allah yang alim (berilmu) yang menyelisihii jalanya orang-orang yang jahil (bodoh)
- 2) Sabar menyebabkan mendapatkan kebahagiaan, keberuntungan dan keselamatan
- 3) Sabar menjadikan orang kuat menghadapi penderitaan dalam berdakwah
- 4) Allah akan memberikan buah kesabaran berupa surga, keberuntungan dan derajat yang tinggi.<sup>99</sup>

Selain dari beberapa kriteria di atas maka ada pula beberapa kriteria atau syarat lain seperti berikut:

- 1) Iman dan taqwa kepada Allah
- 2) Tulus ikhlas dan tidak mementingkan kepentingan diri pribadi
- 3) Ramah dan penuh pengertian
- 4) Tawadlu<sup>99</sup> (rendah hati)
- 5) Sederhana dan jujur

---

<sup>99</sup>Kusnawan, Aep. *Komunikasi Penyiaran Islam*. (Bandung: Benang Merah Press, 2004), h. 85.

- 6) Tidak memiliki sifat egoisme
- 7) Sifat semangat.<sup>100</sup>

Selanjutnya Syukir menyebutkan pula syarat penting untuk menjadi seorang Da'i antara lain berikut:

- 1) Berakhlak mulia
- 2) Ing ngarsa sung tuladha, ing madya mangunkarsa, tutwuri handayani.
- 3) Disiplin dan bijakasana
- 4) Berwibawa
- 5) Tanggung jawab
- 6) visioner.<sup>101</sup>

Secara umum, syarat Da'i berafiliasi kepada ketauladanan Nabi Muhammad dalam berdakwah dan syarat itu merupakan sifat wajib bagi Nabi dan rasul yang sudah kita kenal, yaitu Memiliki sifat shiddiq yang artinya benar. Benar perkataannya, benar pemikirannya dan benar tingkah lakunya menurut Allah dan rasulNya. Memiliki sifat amanah yang artinya terpercaya. Tugas mubaligh benar-benar diaplikasikan dalam keseharian dan bertanggung jawab segala tindak tanduknya di mata Allah dan masyarakat luas.

Memiliki sifat tabligh yang artinya menyampaikan (tidak menyembunyikan yang haq). Seorang mubaligh mampu menyampaikan yang haq (benar) itu haq dan yang bathil (rusak/salah) itu bathil dan tidak luntur dalam kondisi apapun. Yang terpenting mampu

---

<sup>100</sup> Andy Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah*.(YogyakartaLESFI,2002), h. 165.

<sup>101</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 94.

membawa pencerahan bagi umat. Memiliki sifat fathonah yang artinya cerdas dan tidak jemu (beku) dalam pemahaman. Seorang mubaligh hendaknya cerdas dalam melihat dan memahami problematika (permasalahan) yang terjadi ditengah-tengah umat.

#### **D. Peluang dan Hambatan dalam menjalani peran Da'i/ah**

Indonesia adalah merupakan penduduk muslim terbesar di dunia. Dari 224.000.000 penduduk Indonesia, 89 persen nya adalah muslim. Mereka memerlukan tempat ibadah (masjid/mushalla) di lingkungannya. Selain itu, Lembaga-lembaga dakwah yang tersebar di Indonesia sangat banyak, baik yang formal maupun non formal. Hampir setiap organisasi massa memiliki Lembaga dakwah.

Dari uraian tentang kriteria da'i, komponen-komponen dan prinsip-prinsip dakwah, sesungguhnya peran da'i/ah adalah profesi yang mulia dan dapat menjadi ladang, baik akhirat maupun dunia. Ladang akhirat karena misi dakwah adalah membawa perubahan kepada yang lebih baik, menjalankan ajaran Islam secara kaffah dan Bahagia dunia akhirat. Sedangkan ladang dunia karena membawa manfaat secara ekonomi, menambah jejaring dan silaturahmi. Selain itu, peran da'i/ah dapat dijalankan sebagai tambahan atau nilai tambah dari profesi pokok para alumni. Artinya, apa pun pekerjaannya, para alumni dapat meluangkan waktu untuk menjalani peran da'i/ah.

Sedangkan hambatan dalam meningkatkan peran da'i/ah adalah persoalan individu; kapasitas, kompetensi baik metodologis maupun substansi yang dimiliki mereka, sehingga perlu ditingkatkan, sesuai dengan perkembangan sains dan teknologi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Penelitian**

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah tentang strategi prodi komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan peran da'i/ah yang ada di Sumatera Selatan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan Observasi, wawancara dan dokumentasi.

##### **2. Sumber Data**

Dalam sebuah penelitian terdapat dua sumber data yang akan digali, guna mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan oleh penulis, sekaligus menjadi bahan bagi penulis untuk menjadikan hasil penelitian berupa karya ilmiah. Dalam hal ini, penulis akan melakukan satu cara untuk menentukan subjek penelitian dengan menggunakan *Purposive sampling (purposeful selection)* dengan teknik *gonvenience sampling*. *Purposive sampling* dipilih karena pertimbangan pemilihan informan penelitian yang sesuai dengan data yang dibutuhkan. Peneliti menentukan sendiri *informan* berdasarkan Observasi pra penelitian yang dilakukan. Misalkan informan hanya mengambil siapa saja untuk dijadikan wakil dari subjek penelitian, kemudian mengamati atau mewawancarainya.<sup>102</sup>

---

<sup>102</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKIS 2007), h. 90

Lofland, sebagaimana dikutip Nana Syaodih Sukmadinata, menyatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan, dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>103</sup> Berkaitan dengan itu, maka dalam penelitian ini data-data yang diperoleh ada dua sumber data diantaranya:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan atau data dari hasil wawancara dengan narasumber saat diadakan penelitian.<sup>104</sup> Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai yang terkait dengan judul penelitian dan yang terkait dengan rumusan masalah, seperti pimpinan fakultas, prodi KPI, dan alumni KPI UIN Raden Fatah Palembang yang terjun langsung dalam gerakan dakwah islamiyah di Sumatera Selatan. Melalui forum alumni Komunikasi Penyiaran Islam data-data yang diperlukan diharapkan dapat terkumpul. Tujuannya, agar peneliti dapat mengidentifikasi pendekatan, strategi, dan metode yang dapat dijadikan sebagai strategi prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan peran da'i di kota/kabupaten Sumatera Selatan.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen, laporan-laporan serta materi lainnya

---

<sup>103</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h. 55.

<sup>104</sup> Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), h. 84.

yang ada relevansi dengan fokus penelitian.<sup>105</sup> Dalam hal ini, data sekunder terkait penelitian ini adalah berupa buku, disertasi, tesis, jurnal, artikel dan dari hasil penelitian yang lain terkait penguatan peran prodi KPI UIN Raden Fatah dengan subjek dan objek yang berbeda.

## **B. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *triangulasi* yaitu Observasi, wawancara dan dokumentasi.<sup>106</sup> Data yang dikumpulkan, yaitu berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari sumber pertama dan melalui beberapa prosedur dan teknik. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung, yang biasanya berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

### **1. Observasi**

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Teknik Observasi ini merupakan teknik pengamatan objek, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang disengaja dan dilakukan secara sistematis. Didukung dengan pencatatan terhadap gejala-gejala yang berhasil diteliti.<sup>107</sup> Pengamatan atau Observasi, biasanya dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung

---

<sup>105</sup>*Ibid.*, h. 85

<sup>106</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 246.

<sup>107</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 36.

gejala-gejala terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis, dan kultural di tengah-tengah masyarakat.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah non partisipisan. Dalam hal ini, peneliti akan menggunakan penelitian non partisipan, yaitu mengamati secara tidak langsung kegiatan-kegiatan komunikasi dakwah yang dilakukan oleh alumni KPI UIN Raden Fatah Palembang dalam bentuk wawancara, melihat video-video yang terkait dengan penelitian ini.

## 2. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah teknik memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan diwawancarai (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>108</sup> Pertimbangan penggunaan teknik ini adalah untuk mengkontruksikan mengenai orang, kejadian-kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. Wawancara yang dilakukan yaitu wawancara semi struktural, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibanding dengan wawancara terstruktur.

Menurut Irwan Soehartono, wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara (pengumpulan data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam (tape recorder).<sup>109</sup> Melalui wawancara, maka

---

<sup>108</sup>Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), h. 3.

<sup>109</sup>Irwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Social Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h. 67.

peneliti dapat berinteraksi secara langsung dengan para narasumber. Dengan cara ini diharapkan akan didapatkan informasi yang mendalam dan lengkap. Berdasarkan objeknya, interview yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview perorangan (*personal interview*) yaitu dimana pewawancara hanya berhadapan dengan seorang informan saja.

Untuk mempermudah proses pemerolehan informasi terkait kondisi dan peran alumni maka Peneliti menggunakan google form. Sedangkan, untuk mendapatkan data dan informasi terkait Strategi prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan peran da'i di Sumatera Selatan, Peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan dekan/para wadek nya, Kprodi KPI dari periode ke periode.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan lain sebagainya.<sup>110</sup> Teknik ini digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh sebelumnya. Adapun dokumen yang diperlukan yang relevansi dengan objek penelitian.

## C. Teknik Analisis Data

Peneliti akan menggunakan metode analisis data Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan

---

<sup>110</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 206.

kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).<sup>111</sup> Adapun langkah-langkah analisa data sebagaimana berikut:

a. Reduksi Data

Langkah awal yang peneliti lakukan dalam menganalisa penelitian adalah dengan reduksi data. Reduksi data digunakan untuk melakukan penyortiran dan pengelompokan data yang telah didapatkan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan tindakan. Sutopo dan Harsono menyatakan bahwa sajian data berupa narasi kalimat, gambar, skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.

c. Menarik Kesimpulan

Proses ini adalah tahap akhir dari analisis data, yaitu dengan menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan yang diambil merupakan hasil proses kritis dari data-data yang telah didapatkan, sehingga memperoleh pengetahuan tentang sejauh mana sebuah teori diimplementasikan.

---

<sup>111</sup> Pawito, *op.cit.*, h. 104

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Profil Prodi KPI**

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) adalah salah satu program studi yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Program studi KPI beroperasi sejak Fakultas Dakwah dan Komunikasi (yang dahulu bernama Fakultas Dakwah) memperoleh izin menyelenggarakan Pendidikan sendiri setelah sebelumnya bergabung dengan Fakultas Ushuluddin. Tepatnya pada tanggal 27 Februari 1998 sesuai dengan Surat izin dari Departemen Agama yang sekarang menjadi Kementerian Agama RI fakultas Dakwah memiliki dua jurusan yang yaitu jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) dan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).

Sejak berdirinya prodi, KPI telah lebih kurang mengalami pergantian Ketua Prodi sebanyak delapan kali. Pada awalnya, Ketua Jurusan KPI dijabat oleh Dra. Hamidah, M.Ag, lalu kemudian diteruskan oleh Komaruddin Sahar, kemudian dijabat oleh Kusnadi, MA, kemudian Drs. Syahir Badruddin, lalu Manalullaili, M.Ed, kemudian Anita Trisiah, M.Sc, kemudian diteruskan oleh Dr. Fifi Hasmawati (sebagai pengganti antar waktu), lalu Neni Noviza, M.Pd.

Adapun visi Prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang terdapat dalam Buku Katalog dan kurikulum Prodi KPI sebagai berikut:

Terwujudnya Program studi sebagai lembaga pendidikan terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2030

dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berintegritas tinggi, berwawasan kebangsaan, dan berkarakter Islami.” Adapun misi Prodi KPI (1) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berwawasan kebangsaan, dan berkarakter Islami; Melakukan riset dan pengembangan dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berwawasan kebangsaan, dan berkarakter Islami; (2) Memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. (3) Mengembangkan kerjasama dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berwawasan kebangsaan, dan berkarakter Islami.

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam memiliki tujuan; (a) Menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berintegritas tinggi, berwawasan kebangsaan, dan berkarakter Islami. (b) Menyelenggarakan kegiatan pendidikan bidangeilmuan komunikasi dan penyiaran Islam berbasis pada profesionalitas yang memiliki keunggulan dan berstandar internasional. (c) Mengembangkan riset bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam dan mampu mempublikasikan hasil penelitian tersebut dalam bentuk jurnal lokal maupun internasional dalam versi cetak dan online serta terlibat pada pertemuan ilmiah, (d) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka menjadi lebih mandiri Terjalannya kerjasama secara internal maupun eksternal dalam berbagai level untuk pengembangan bidang Komunikasi dakwah Islam.

Adapun profil lulusan prodi KPI adalah menjadi da'i, Ulama, sebagai akademisi bidang komunikasi

penyiaran Islam, menjadi praktisi Komunikasi dan Penyiaran Islam, menjadi praktisi humas, broadcasting dan advertising.<sup>112</sup> Sebagai prodi yang memiliki asosiasi nasional, KPI bergabung dalam Asosiasi Komunikasi Islam (ASKOPIS) sehingga dalam menetapkan profil lulusan senantiasa mengacu pada ketetapan Askopis pusat. Profil utama lulusan sebagaimana ditetapkan Askopis adalah sebagai praktisi, peneliti, akademisi, advokasi kebijakan media, literasi informasi, da'i (muballigh), dan pengembang komunikasi dan penyiaran Islam yang konsen di bidang komunikasi dan dakwah menggunakan prinsip-prinsip ilmu komunikasi dan dakwah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir serta mampu menerapkannya dalam pengembangan keilmuan dan keahliannya dalam dunia kerja dan masyarakat dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas berlandaskan keislaman, keilmuan dan keahlian.<sup>113</sup>

## 2. Profil Sumatera Selatan

Sumatera Selatan atau pulau Sumatera bagian selatan yang dikenal sebagai provinsi Sumatera Selatan didirikan pada tanggal 12 September 1950 yang awalnya mencakup daerah Jambi, Bengkulu, Lampung, dan kepulauan Bangka Belitung dan keempat wilayah yang terakhir disebutkan kemudian masing-masing menjadi wilayah provinsi tersendiri akan tetapi memiliki akar budaya bahasa dari keluarga yang sama yakni bahasa

---

<sup>112</sup> Tim Penyusun, Katalog dan Matakuliah KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, tahun 2020, h. 9

<sup>113</sup> DPP Pusat Askopis, Standar Kualifikasi Lulusan Jenjang Sarjana dalam Capaian Pembelajaran Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, h. 1

Austronesia proto bahasa Melayu dengan pembagian daerah bahasa dan logat antara lain seperti Palembang, Ogan, Komering, Musi, Lematang dan masih banyak bahasa lainnya.

Menurut sumber antropologi disebutkan bahwa asal usul manusia Sumatera bagian selatan dapat ditelusuri mulai dari zaman paleolitikum dengan adanya benda-benda zaman paleolitikum pada beberapa wilayah antara lain sekarang dikenal sebagai Kabupaten Lahat, Kabupaten Sarolangun Bangko, Kabupaten Ogan Komering Ulu dan Tanjung Karang yakni desa Bengamas lereng utara pergunungan Gumai, di dasar (cabang dari Sungai Musi) sungai Saling, sungai Kikim lalu di desa Tiangko Panjang (Gua Tiangko Panjang) dan desa Padang Bidu atau daerah Podok Salabe serta penemuan di Kalianda dan Kedaton dimana dapat ditemui tradisi yang berasal dari acheulean yang bermigrasi melalui sungai Mekong yang merupakan bagian dari bangsa Monk Khmer.

Provinsi Sumatera Selatan sejak berabad yang lalu dikenal juga dengan sebutan Bumi Sriwijaya; pada abad ke-7 hingga abad ke-12 Masehi wilayah ini merupakan pusat kerajaan Sriwijaya yang juga terkenal dengan kerajaan maritim terbesar dan terkuat di Nusantara. Gaung dan pengaruhnya bahkan sampai ke Madagaskar di Benua Afrika. Sejak abad ke-13 sampai abad ke-14, wilayah ini berada di bawah kekuasaan Majapahit. Selanjutnya wilayah ini pernah menjadi

daerah tak bertuan dan bersarangnya bajak laut dari Mancanegara terutama dari negeri China.<sup>114</sup>

Secara administratif Provinsi Sumatera Selatan terdiri dari 12 Pemerintah Kabupaten dan 4 Pemerintah Kota, beserta perangkat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Pemerintah Kabupaten dan Kota membawahi Pemerintah Kecamatan dan Desa/Kelurahan. Pemerintahan Kabupaten/Kota tersebut sebagai berikut :

- (a) Kab. Ogan Komering Ulu (Ibukota Baturaja)
- (b) Kab. Ogan Komering Ulu Timur (Ibukota Martapura)
- (c) Kab. Ogan Komering Ulu Selatan (Ibukota Muara Dua)
- (d) Kab. Ogan Komering Ilir (Ibukota Kayu Agung)
- (e) Kab. Muara Enim (Ibukota Muara Enim)
- (f) Kab. Lahat (Ibukota Lahat)
- (g) Kab. Musi Rawas (Ibukota Muara Beliti)
- (h) Kab. Musi Banyuasin (Ibukota Sekayu)
- (i) Kab. Banyuasin (Ibukota Pangkalan Balai)
- (j) Kab. Empat Lawang (Ibukota Tebingtinggi)
- (k) Kota Ogan Ilir (Ibukota Indralaya)
- (l) Kota Palembang (Ibukota Palembang)
- (m) Kota Pagar Alam (Ibukota Pagar Alam)
- (n) Kota Lubuk Linggau (Ibukota Lubuk Linggau)
- (o) Kota Prabumulih (Ibukota Prabumulih)
- (p) Kabupaten Panukal Abab lematang Ilir (Ibukota Talang Ubi)
- (q) Kabuapten Musi Rawas Utara (Ibukota Muara Rupit)

---

<sup>114</sup> <https://sumselprov.go.id>, *sejarah sumatera selatan* (diakses pada 3 Oktober 2021 pukul, 09.18)

Jumlah agama yang menjadi meliputi 5 agama yaitu: Islam, Khatolik, Kristen, Budha dan Hindu. Di tahun 2003 persentase pengikut agama Islam sebesar 95,16 persen, Budha 1,53 persen, Khatolik 1,29 persen, Kristen 1,16 persen dan Hindu 0,86 persen.

Hubungan sosial terutama di dasarkan kepada semangat kebangsaan, walaupun dalam kehidupan sehari-hari sangat dipengaruhi oleh adat istiadat, seperti dalam bercakap-cakap atau cara bicara yang sopan. Pada umumnya penduduk Sumatera Selatan sangat hormat kepada para tamu dan pengunjung yang berasal dari daerah lain. Gaya hidup mereka sangat dipengaruhi oleh era modernisasi. Sebagian besar penduduk sangat terbuka dalam perilaku mereka terutama dengan aspek positif serta menyambut baik reformasi dan inovasi terutama yang berkaitan dengan konsep pembangunan. Seperti halnya dengan provinsi lain yang ada di Sumatera Selatan dibagi habis menjadi kabupaten dan kota. Kabupaten / kota dibagi menjadi kecamatan. kecamatan dibagi lagi menjadi desa. desa dan kelurahan-kelurahan. Jumlah desa di Sumatera Selatan sebanyak 343. Dan Jumlah kecamatan sebanyak 149. Dengan jumlah penduduk sekitar 6,7 juta jiwa (3,29 %).

Lambang Sumatera Selatan berbentuk perisai bersudut lima. Di dalamnya terdapat lukisan bunga teratai, batang hari sembilan, jembatan Ampera, dan gunung serta di atasnya terdapat atap rumah khas Sumatera Selatan. Bunga teratai berkelopak lima berarti keberanian dan keadilan berdasarkan Pancasila. Batang hari sembilan adalah nama lain provinsi Sumatera Selatan yang memiliki sembilan sungai. Jembatan Ampera merupakan ciri yang menjadi kebanggaan

masyarakat Sumatera Selatan. Gunung memiliki makna daerah pegunungan yang banyak terdapat di Sumatera Selatan. Sedangkan atap khas Sumatera Selatan yang berujung 17 dan 8 garis genting dan 45 buah genting merupakan symbol kemerdekaan RI pada tanggal 17 Agustus 1945.<sup>115</sup>

#### **a. Visi Dan Misi Sumatera Selatan**

Dengan mempertimbangkan kemajuan yang telah dicapai dan memperhatikan hasil analisis isu strategis; mengacu visi dan misi Gubernur dan Wakil Gubernur yang terpilih untuk masa bakti 2018-2023 mengikuti prioritas pembangunan RPJPD Provinsi Sumatera Selatan memperhatikan prioritas pembangunan nasional; merujuk pada tujuan nasional yang tercantum dalam Pembukaan Undang-undang Dasar 1945; serta memperhatikan tujuan pembangunan millenium, maka visi pembangunan Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2018-2023 adalah : “SUMATERA SELATAN MAJU UNTUK SEMUA”

Kondisi Maju itu adalah situasi yang ingin dicapai oleh daerah Sumatera Selatan dimasa depan. Kondisi ini tidak hanya mampu menjawab kebutuhan daerah Sumsel, juga dapat berpartisipasi dalam mengatasi krisis global yang berkaitan dengan pangan (food), energi (energy), dan air (water), adapun rumusan yang sederhana bagi daerah Sumsel Maju tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>115</sup> [http://www.bpkb.go.id/profil/sumatera\\_selatan](http://www.bpkb.go.id/profil/sumatera_selatan) (diakses pada 6 Oktober 2021 pukul, 09.30)

- (1) Keadaan dimana terwujudnya pembangunan daerah yang berwawasan lingkungan atau pembangunan berkelanjutan dan pembangunan maritim yang merata dan berkeadilan, dimana hasil –hasil pembangunannya dinikmati seluruh anggota masyarakat.
- (2) Kondisi dimana meningkatnya kualitas SDM yang menjunjung tinggi nilai-nilai keimanan, ketaqwaan, kejujuran, integritas dan kearifan lokal, disamping terpenuhinya hak-hak dasar masyarakat dengan dukungan anggaran pro-rakyat, pro-lingkungan dan pro-gender yang transparan dan akun tabel
- (3) Kondisi tercapainya pelayanan publik yang baik dengan dukungan pemerintahan daerah yang bersih dan bebas KKN, serta meningkatnya partisipasi masyarakat dalam proses penentuan kebijakan pembangunan yang menyangkut hajat hidup orang banyak.
- (4) Terwujudnya rasa aman dan nyaman bagi kehidupan masyarakat sehingga anggota masyarakat dapat menjalankan aktivitas keagamaan, terciptanya kehidupan masyarakat yang menghargai perbedaan dan masyarakat dapat menikmati kesenian yang bermutu di pusatpusat kebudayaan

Untuk meraih dan mencapai visi tersebut diatas, tentu saja diperlukan rumusan beberapa misi sebagai berikut:

- (1) Membangun Sumatera Selatan berbasis ekonomi kerakyatan, yang didukung sektor pertanian, industri, dan UMKM yang tangguh untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan baik di perkotaan maupun di perdesaan.

- (2) Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), baik laki-laki maupun perempuan, yang sehat, berpendidikan, profesional, dan menjunjung tinggi nilai-nilai keimanan, ketaqwaan, kejujuran, dan integritas.
  - (3) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bebas Korupsi, Kolusi dan Nepotisme dengan mengedepankan transparansi dan akuntabilitas yang didukung aparatur pemerintahan yang jujur, berintegritas, profesional, dan responsif.
  - (4) Membangun dan meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur, termasuk infrastruktur dasar guna percepatan pembangunan wilayah pedalaman dan perbatasan, untuk memperlancar arus barang dan mobilitas penduduk, serta mewujudkan daya saing daerah dengan mempertimbangkan pemerataan dan keseimbangan daerah.
  - (5) Meningkatkan kehidupan beragama, seni, dan budaya untuk membangun karakter kehidupan sosial yang agamis & berbudaya, dengan ditopang fisik yang sehat melalui kegiatan olahraga, sedangkan pengembangan pariwisata berorientasi pariwisata religious.<sup>116</sup>
3. Strategi Prodi dalam meningkatkan peran da'i/ah
- Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti diperoleh data sebagai berikut:

---

<sup>116</sup> <http://www.sumselprov.go.id>, *visi dan misi* (diakses pada 5 september 2021 pukul, 12.00)

No	Informan	Uraian
1	Kaprodi KPI	<p>Matkul KPI PR (Humas) Broadcasting dan advertising di peminatan untuk ke matkul pilihan, terkait PR.</p> <p>Retorika, public speaking, di semester 4, MC dan Protokoler, MK ke fakultasan ilmu dakwah dan psikologi dakwah, fiqh dakwah, filsafat dakwah, PPL, kegiatan kegiatan kedakwaan sebelum UIN, laboratorium keagamaan, safari dakwah selama ini sangat langka.</p> <p>Dari profil alumni KPI sebagai Praktisi Komunikasi Dakwah, pada poin kedua, Praktikum Magang sesuai dengan kehumasan, broadcasting, advertising.</p> <p>Akan tetapi, Kaprodi KPI periode 2020-2024 mengatakan jika dilihat dari kurikulum prodi yang telah ditetapkan pada tahun 2014 mengacu pada KKNi orientasi skill yang lebih dominan adalah kehumasan, broadcasting dan advertising.</p> <p>Jika dilihat dari sajian matakuliah yang berkaitan</p>

		<p>dengan keprodian.</p> <p>Sementara, Kaprodi KPI sebelumnya, periode 2016-2020 menyatakan bahwa keterampilan dakwah, tabligh sebagai orientasi lulusan, secara seimbang diberikan kesempatan untuk mengembangkan diri sama halnya dengan kualifikasi broadcasting, humas dan advertising.</p> <p>Karena, mereka kebanyakan berasal dari Sekolah Menengah Kejuruan, Sekolah Menengah Umum, dsb. Sedangkan yang berasal madrasah, pondok pesantren atau sekolah-sekolah Islam tidak begitu banyak. Sebab itu, keterampilan kedakwaan secara integrative diproyeksi dari matakuliah universitas, fakultas dan prodi.</p>
2	UPPS	<p>Dekan: Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah leading sector untuk pengembangan kompetensi komunikasi, dakwah, publisitas dakwah Islam. Sebab itu, Kompetensi dakwah, tabligh penting untuk mendapat perhatian. Bahwa</p>

	<p>kompetensi da'i, muballigh penceramah itu bisa dan boleh dimiliki oleh semua orang dari semua background institusi, tetapi bagi lulusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas dakwah dan Komunikasi harus lebih ditekankan. Kompetensi kehumasan, broadcasting dan advertising tetap perlu dikembangkan karena KPI sebagai program studi yang berorientasi keilmuan pada Ilmu Komunikasi.</p> <p>Apalagi, jika mendengar atau membaca kata dakwah, komunikasi Islam, tentu orientasi orang tertuju pada penceramah, public speaker, broadcaster (penyiar), humas dan sejenisnya.</p> <p>Oleh karena itu, penting sekali bagi fakultas dakwah untuk merevitalisasi fungsi prodi KPI dalam meningkatkan kompetensi public speaking, dakwah, tabligh baik secara klasik melalui mimbar maupun secara modern melalui media-media baru seperti media</p>
--	--

		<p>sosial, media internet, dsb. Bahkan, tidak menutup kemungkinan bagi program studi KPI menjadi leading sector dalam menggagas program-program pembinaan, penguatan kompetensi keagamaan untuk da'I, muballigh, penceramah, dsb, sehingga layak untuk mewujudkan Lembaga sertifikasi profesi komunikator keagamaan dengan melibatkan Pemerintah dan ormas-ormas Islam yang ada.</p>
3	Askopis	<p>Selama ini, askopis senantiasa melakukan koordinasi dengan semua prodi KPI di seluruh PTKI di Indonesia. Bahkan setiap kali ada persoalan yang timbul dari mahasiswa maupun alumni, baik pada level S1, S2 maupun S3 Askopis senantiasa andil dan ikut ambil bagian di dalamnya. Melalui konferensi-konferensi nasional tahunan selalu mengupdate informasi dan pemahasan terkait isu dan persoalan yang muncul terkait</p>

		<p>dengan Program studi KPI di PTKI.</p> <p>Terkait dengan kompetensi Da'i, penceramah, muballigh (komunikator Islam) pada lulusan KPI memang masih menjadi SKL (Standar kualifikasi Lulusan) yang dirumuskan dalam kurikulum yang harus ditempuh bagi mahasiswa Program Studi KPI.</p> <p>Selain itu, profil lulusan sebagai tenaga humas, tenaga broadcasting, advertising dan sejenisnya menjadi kompetensi tambahan bagi yang berminat dan mengembangkan skill bidang-bidang tersebut.</p>
4	Bimas Islam Kanwil Kemenag	<p>Pelatihan da'i, penyuluh keagamaan yang dilakukan Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan telah berlangsung sebanyak dua kali yakni tahun 2019 dan tahun 2020. Kegiatan ini semula bernama "program Da'i bersertifikat", namun Ketika dikoordinasikan kepada MUI Provinsi, "Ini bertentangan dengan</p>

		<p>komitmen MUI Pusat, bahwa sertifikasi da'I atau da'I bersertifikat tidak perlu dilakukan". Untuk itu kata Panitia Penyelenggara merubah Namanya menjadi "Peningkatan Kompetensi Da'i). Pihak MUI pun dengan nama ini bersedia untuk menjadi salah satu pemateri kegiatan tersebut.</p> <p>Dalam kegiatan itu, peserta yang dilibatkan adalah para penyuluh agama baik ASN maupun non ASN.</p> <p>Adapun materi yang disampaikan dalam penguatan kompetensi da'i adalah tentang wawasan kebangsaan oleh Kodam Sriwijaya, Polda Sumsel agar para da'i memiliki wawasan ketahanan dan keamanan mencermati Gerakan-gerakan radikalisme. Selain itu, materi dari MUI terkait dengan Keislaman yang perlu dikembangkan dalam menyampaikan dakwah kepada umat.</p> <p>Namun, pada tahun ini (2021) program serupa belum bisa dilaksanakan pada saat</p>
--	--	---

		<p>penelitian ini dilakukan, Yumi (koordinator Penyuluh Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan) mengatakan hingga saat ini dana nya sedang mengalami revisi, sehingga menunggu untuk melakukan kegiatan. Kegiatan yang rencana dilakukan pun tidak serupa dengan kegiatan 2 tahun sebelumnya.</p>
5	IKADI	<p>Problematika dakwah dan keumatan yang semakin hari semakin kompleks membutuhkan respon serius dari semua pihak terutama mereka yang berdiri di garis depan dalam melakukan advokasi terhadap umat yakni para da'i. Problema dakwah yang disertai dengan perkembangannya yang pesat tentu saja membutuhkan sebuah wadah yang memberikan arahan pada umat melalui pembentukan wadah da'i yang professional, bermoral, misionir, dan visionir dalam merancang dan merencanakan langkah-langkah, rencana, dan aksi-aksi dakwah</p>

	<p>di masa depan. Wadah tersebut hendaknya bertujuan untuk memberdayakan dakwah dan da'i dalam usaha merekonstruksi dan mereformasi pandangan umat terhadap tugas-tugasnya sebagai pemikul panji moralitas yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Baik moralitas sosial-politik, budaya maupun peradaban. Dengan demikian diharapkan lahir Islam yang memberikan makna rahmatan lil 'alamin dalam dunia nyata, memberikan pembelaan terhadap nilai-nilai kebenaran, dan memiliki kepekaan yang tinggi terhadap nilai-nilai Islam yang universal.</p> <p>Kompleksitas dakwah dalam menghadapi gelombang dan tantangan globalisasi memerlukan langkah-langkah yang progresif, proaktif, intensif, terencana, sistematis, dan seimbang. Semua langkah ini diharapkan melahirkan pandangan baru umat yang melihat Islam sebagai pemberi solusi bagi semua</p>
--	---

		<p>persoalan umat dan kemanusiaan. Rancang bangun wadah dakwah ini bertujuan untuk memberikan pencerahan secara masif pada kaum muslimin agar mereka tidak terjerat dalam penyesatan-penyesatan yang menggelincirkan mereka dari jalan yang benar.</p> <p>Obsesi untuk memberikan kontribusi positif dan memberdayakan potensi umat inilah yang mendorong kami para aktivis dakwah mendirikan wadah para da'i yang kemudian kami namakan Ikatan Da'i Indonesia (IKADI).</p> <p>Visi lembaga menjadi Lembaga Profesi Da'i yang mampu mengoptimalkan potensi para da'i dalam menegakkan nilai-nilai Islam sebagai rahmatan lil 'alamin.</p> <p>Misi membangun pemahaman Islam berdasarkan al-Quran dan Sunnah sesuai manhaj ulama salafush shaleh bagi segenap umat manusia.</p> <p>Membangun sikap hidup berislam yang rahmatan</p>
--	--	--

		<p>lil'alamin.</p> <p>Menyebarkan, mengamalkan dan membela nilai-nilai Islam.</p> <p>Meningkatkan ukhuwah Islamiyah antara umat.</p> <p>Meningkatkan kemampuan dan peran da'i dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.</p> <p>Corak IKADI adalah sebagai organisasi kemasyarakatan yang bersifat ke-Islam-an yang diwujudkan dalam bentuk ukhuwah dan silaturahmi dalam membina dan mengembangkan ta'aruf (saling mengenal), ta'awun (saling menolong), dan tausiat (saling berwasiat) di jalan kebenaran guna memperkuat kesatuan dan persatuan bangsa serta mengangkat harkat dan martabat umat manusia.</p> <p>IKADI adalah organisasi berciri keterbukaan dalam penerimaan anggota, menampung aspirasi, partisipasi, prakarsa, dan dinamika anggota.</p> <p>Berciri kemandirian yang dicerminkan dalam sikap</p>
--	--	--

		<p>organisasi yang memiliki otonomi dalam pemikiran, pengambilan keputusan, penyelenggaraan kegiatan secara amal jama'i terutama bertumpu pada kemampuan pemikiran, upaya, dan sumber daya sendiri sesuai dengan program yang telah ditetapkan.</p> <p>Upaya IKADI untuk membangun dan mengembangkan skill para da'i dilakukan secara berkala dan massif melalui cabang yang ada, lalu wilayah.</p> <p>Dalam skala nasional IKADI memiliki agenda nasional yang dinamakan "Silaturahmi Nasional menggandeng instansi Pemerintah seperti Kementerian Agama, Wapres, dan ormas-ormas Islam di Indonesia.</p> <p>Sikap IKADI yang akomodatif menerima siapa pun yang ingin mengembangkan skill kedakwaan, mahasiswa, umum, alumni, dari partai-partai, bahkan dengan</p>
--	--	---

		<p>kapasitas yang minim pun tak masalah karena akan digembleng, digodok dan dimatangkan di dalam organisasi ini.</p> <p>Secara fair, latar belakang ormas apa pun tidak dipersoalkan oleh IKADI, asalkan bukan “Syi’ah” dan “liberal”.</p> <p>Selain itu, IKADI melayani, memenuhi permintaan da’i/da’iyah yang bersifat insidental sesuai kebutuhan masyarakat, pada saat dibutuhkan IKADI siap.</p> <p>Bahkan, selain kegiatan-kegiatan dakwah melalui safari dakwah, program Ramadhan, IKADI juga melakukan kegiatan filantropi, menyantuni anak yatim, fakir miskin, dsb.</p> <p>Dalam konteks pembangunan ekonomi umat, IKADI memiliki program bisnis ala Rasul, untuk membekali para da’i dan mengembangkan masyarakat melalui Kewirausahaan.</p>
6	MUI	Da’i, ulama, muballigh merupakan profesi yang erat

		<p>kaitannya dengan peran serta dalam pengembangan masyarakat islami. Eksistingsnya tidak lepas dari masyarakat yang mendaulatnya sebagai ulama, da'i dan muballigh. Sebab itu, sesungguhnya selama masyarakat Islam hidup, tumbuh dan berkembang, profesi dakwah adalah sebuah kemutlakan.</p>
7	PW Muhammadiyah	<p>Bagi organisasi Muhammadiyah, peran da'i merupakan misi dari organisasi ini. Dakwah structural yang dilakukan oleh Muhammadiyah cukup menjadi bukti bahwa Muhammadiyah memiliki divisi khusus yang menangani persoalan dakwah. Artinya, Muhammadiyah tidak tinggal diam atas perubahan masyarakat, gaya hidup dan sosialitas umat Islam sehingga peran daa'i/ah sangat dibutuhkan dalam pengembangan wawasan Keislaman.</p>
8	PW NU WSS	<p>PW NU sendiri baru-baru ini msjlid ts'lim, artinya peran</p>

		da'i sangat dibutuhkan, hanya saat ini perlu perhatian yang lebih terhadap organissi dakwab baik secara metodologis maupun subtsansial.
9	JSI	JSI menyupport penuh peran da'i/ah karena melalui dakwah wawasan keislaman dapat ditingkatkan.
10	Ketua DMI Provinsi	Peran da'i/ah di Sumatera Selatan berkaitan dengan eksisting masjid yang ada di Sumatera Selatan. Kegiatan masjid saat ini cukup baik terutama dalam hal peningkatan kualifikasi khatib dan Imam, karena dua tusi itu merupakan kegiatan yang sacral dan berdampak langsung dengan jama'ah. Stiap kabupaten/kota dipantau untuk melaporkan kegiatan penguatan kompetensi itu. DMI Provonsi secara berkala melakukan pengaawasan kepada pengurus masjid yang ada di kabupaten/kota terkait dengan manajemen masjid. Untuk pengkaderan da'i melalui peningkatan kapasitas Khatib/Imam Shalat

		<p>dilakukan oleh pengurus masjid. Sedangkan, untuk da'iyah melalui majlis ta'lim. Saat ini, tuntutan masyarakat sangat tinggi terhadap kualifikasi da'i/ah, muballigh dan penceramah. Selain metode yang harus bervariasi, penggunaan IT seperti menggunakan slide proyektor, audio visual, humoris dan mampu menggunakan Bahasa local. Selain itu, tema dan judul ceramah pun perlu yang kekinian sesuai dengan harapan mereka.</p>
11	<p>Kesra Pemkot pelaksana Da'i subuh kota Palembang</p>	<p>Dakwah dan eksisting komunitas Da'i/ah tidak dipungkiri merupakan implementasi sebuah konsekuensi janji politik. Sebagai contoh, Inisiasi program safari Subuh sebenarnya bermula dari janji/keinginan saat PILKADA. Jadi, ketika Pemerintah Kota sudah dimulai maka program itu pun dilaksanakan.</p>

#### 4. Strategi Alumni dalam meningkatkan peran da'i/ah di Sumatera Selatan

Dari hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa tidak semua alumni KPI memainkan peranan sebagai da'i/ah. Bagi yang melakukan peran sebagai da'i/ah pada umumnya menyatakan bahwa menjadi da'i sesungguhnya memang tuntutan keadaan dan minat sejak menjadi mahasiswa. Matakuliah yang memiliki relevansi dengan kemampuan pengembangan skill ceramah, tabligh dan dakwah menjadi momen untuk meningkatkan kualifikasi da'i/penceramah.<sup>117</sup> Meskipun demikian, kendala dalam menjalankan peran da'i/ah tidak jarang menemui kendala, misalnya, materi yang disampaikan menyangkut perbedaan persepsi dengan audien. Selain itu, terkadang mengalami hambatan dalam berkomunikasi karena menghadapi orang-orang yang lebih senior dalam hal ilmu dan pengalaman.

Bagi para alumni yang menjalankan peran da'i/ah, semula alasan kebutuhan ekonomi yang cukup menggembirakan. Menjadi khatib jumat, menjadi penceramah pada acara-acara PHBI, mengisi ceramah pada acara ritual kemasyarakatan dapat menambah income para da'i/ah tersebut. Menjalani profesi da'i/ah pada gilirannya menjadi sebuah hobi atau tuntutan yang melekat pada profesi da'i/ah. Secara tidak langsung, menjalani profesi da'i/ah adalah pekerjaan yang cukup menjanjikan. Dakwah professional adalah pendakwah yang mampu mengemas pesan dakwahnya bagi dirinya

---

<sup>117</sup> Amrullah, Wawancara, alumni KPI Angkatan 2010, Juara Da'i RRI Sumsel tahun 2021.

sendiri, keluarga, kelompok, komunitas dan organisasinya.

Menjadi pendakwah professional tidaklah tiba-tiba, melainkan perlu ditempuh melalui proses yang dijalani secara bertahap, mulai dari tingkat pemula, tingkat menengah dulu kemudian ia mencapai kemahiran dalam pengemasan materi, memanfaatkan media, dan memelihara hubungan dengan mitra dakwah yang luas.<sup>118</sup> Secara teoritis, dakwah dapat dikategorikan dalam tiga bentuk; dakwah bil lisan, bil hal dan bil kitabah. Dakwah bil lisan adalah dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lain-lain.<sup>119</sup> Dakwah bil hal adalah bentuk dakwah yang berupa perbuatan nyata dimana aktivitas dakwah dilakukan melalui keteladanan, program-program nyata dan tindakan amal nyata.<sup>120</sup> Dakwah bil Al-Qalam, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet.<sup>121</sup>

##### 5. Faktor pendukung penghambat dalam peningkatan peran da'i/ah

Berdasarkan hasil isian google form yang disebarakan melalui group Whats App alumni Fakultas

---

<sup>118</sup> Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, Cetakan Pertama, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 247.

<sup>119</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 11.

<sup>120</sup> Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: AMZAH 2008) h. 11.

<sup>121</sup> *Ibid.*

Dakwah dan Komunikasi (FASDAK) maka diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar di atas menunjukkan semua alumni KPI merasa bertanggung jawab untuk menjalani peran da'i/ah di lingkungannya.

Selain sebagai Perintah Allah, dakwah merupakan perbuatan mulia sebagaimana terlihat dalam gambar berikut ini:



Meskipun sibuk dengan aktivitas dalam mencari rezeki atau sibuk dalam bekerja namun saya tetap berdakwah karna dakwah adalah misi suci yang harus dilaksanakan.

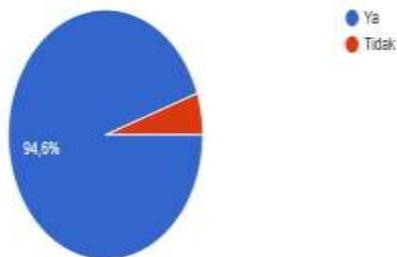
37 jawaban



Adapun proses pelaksanaan peran da'i/ah diperoleh dari jejaring yang terjalin antara sesama kolega, pertemanan, keluarga dan permintaan masyarakat.

Saya melakukan dakwah secara individu melalui permintaan teman, kolega, kenalan, dan pengurus organisasi keagamaan/kemasyarakatan.

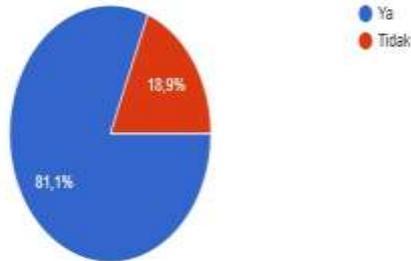
37 jawaban



Peran da'i/ah yang dijalani oleh para alumni dilakukan di Mushalla, masjid, atau tempat-tempat yang ditunjuk berdasarkan permintaan sebelumnya.

Sejak menjadi alumni saya melakukan dakwah di masjid/masjid/mushalla/ tempat tempat acara yang dijadikan sebagai penyelenggaraan dakwah.

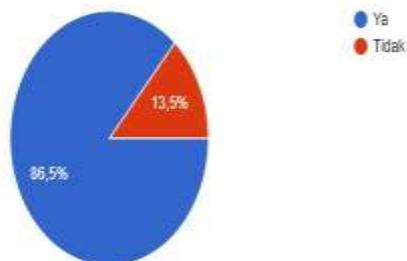
37 jawaban



Adapun peluang dan kendala dalam menjalankan profesi Da'i/ah sebenarnya Kembali kepada individu alumni. Karena masjid/Mushalla yang ada, lembaga-lembaga dakwah yang ada di wilayah tempat tinggal sangat mendukung terlaksananya peran da'i/ah di Sumatera Selatan.

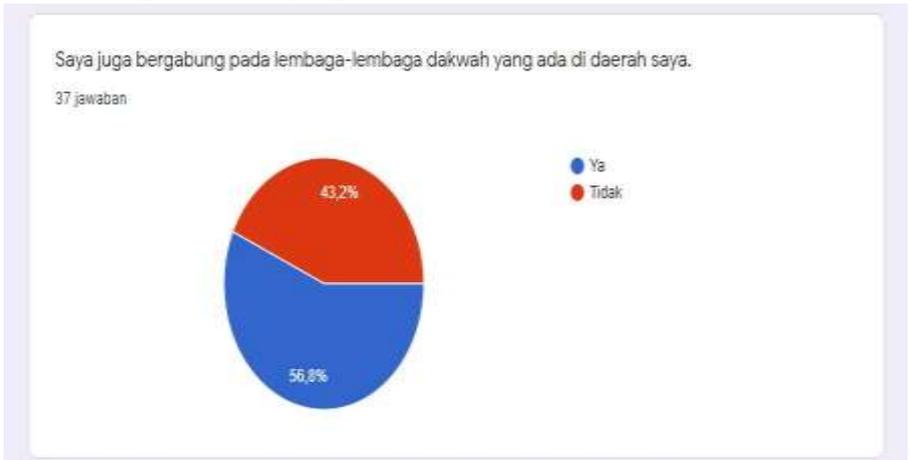
Apakah keberadaan lembaga dakwah yang ada membantu Anda dalam melaksanakan tugas sebagai da'i/ah

37 jawaban



sehingga untuk menjalankan peran da'i/ah di masyarakat sangatlah terbuka peluangnya. Meskipun dari sebanyak

responden belum banyak yang terlibat dalam lembaga-lembaga dakwah yang ada.



Meskipun demikian, sesungguhnya matakuliah sebelumnya, dosen pengampuh dan prodi cukup memberikan perhatian dan fasilitasi bagi mahasiswa saat menempuh perkuliahan:



Para Dosen yang mengajar matakuliah kedakwahan sangat mumpuni, contoh tepat dalam berdakwah

37 jawaban



Prodi memfasilitasi keterampilan dakwah yang dibutuhkan.

37 jawaban



Bahkan matakuliah yang disajikan dahulu memiliki relevansi dengan peran da'i yang dijalani oleh alumni.



Selain itu, pada saat mahasiswa mengambil matakuliah praktikum, kajian yang dilakukan memiliki relevansi yang baik terhadap peran da'i/ah.



Bahkan, pada saat menyelesaikan tugas akhir di kampus, topik yang dijadikan kajian memiliki relevansi dengan peran da'i/ah.



## B. Pembahasan

### 1. Strategi Prodi untuk meningkatkan Peran da'i/ah para lulusan

Dari hasil Penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan Kaprodi KPI, penjelasan UPPS dapat dianalisis bahwa kurikulum yang diterapkan di Prodi KPI belum representative untuk sebuah profil da'i sebagai lulusan KPI. Sebab, matakuliah wajib universitas terkait matakuliah Keislaman, wajib fakultas terkait keilmuan Dakwah, keilmuan prodi dan praktikum, sejak mengacu pada KKNi cenderung merata antara kompetensi utama dan pendukung. Orientasi kurikulum menjadi kabur karena untuk mencapai semua kompetensi lulusan sebagai humas, broadcasting, advertising, dsb.

Selain itu, program praktikum, pengayaan materi terkait peningkatan profil lulusan sebagai da'i/ah masih sangat minim, sehingga keterampilan lulusan dalam bidang praktisi da'i/ah masih terkadang dipertanyakan. Untuk itu, perlu diperhatikan data dari alumni terkait

dengan kurikulum, matakuliah dan matakuliah praktik terkait dengan peran da'i/ah.

No	Peningkatan kurikulum	Metode Dakwah yang lebih sesuai	Praktikum Matakuliah	Penguatan orientasi lulusan menjadi Da'i/ah
1	Aqidah, ibadah dan ahlak	Berdakwan melalui media sosia dengan memanfaatkan cerita <sup>2</sup> nabi dan para sahabat yang dikemas melalui film atau animasi kartun	Tidak begitu efektif karna memakan waktu yang sangat lama .	Iya perlu
2	Akhlaq	Door to door	Perlu	Perlu
3	Ibadah syariah muamalah	Program pemberdayaan masyarakat	Ya	Ya
4	Praktek dakwah	ceramah	ya perlu karna untuk membantu mental menghadapi masyarakat umum	ya
5	Materi Alqur'an Hadits dan wawasan ke Indonesiaan	Program pemberdayaan masyarakat	Iya perlu	Perlu
6	Al-Qur'an hadist dan fiqh	Media sosial	Bisa jadi tergantung kebutuhan dan	Tidak juga, bisa jadi lulusan KPI

			passion dari para alumni	ada yang menguasai bidang penyiaran
7	Materi Al-Qur'an hadis, ibadah syariah	Media sosial	Sangat perlu diberikan ketrampilan	Sangat perlu sekali d prioritaskan dari prodi KPI
8	Materi al Qur'an dan hadist dan wawasan ke islaman yg lebih kaffah	Metode dakwah saat mentampaikan ilmu2 keislaman di kemas secara menarik dengan memanfaatkan media media yang ada...	Iya itu sangat di perlukan demi kematangan mental saat terjun di masyarakat	Tidak juga. Akan tetapi lulusan KPI lebih menguasai materi dan metode dakwah dari pada lulusan lainnya
9	Dakwah dan seni	Donatur	Ya, jika mungkin ada pihak ke 3 yg bisa membiayainya	Ya, mesti ditingkatkan, tidak hanya mereka yg di jalur dai/daiyah, namun dimanapun alumni berkecimpung
10	Al-Qur'an hadits	Program pemberdayaan masyarakat	Sangat diperlukan	Sangat diperlukan
11	Ya	Ya	Ya	Ya
12	Al quran hadis	ceramah	perlu	perlu

13	Ibadah syariah muamalah,	Program pemberdayaan masyarakat dan media sosial	Iya perlu	Iya
14	Materi ilmu dakwah dalam segala hal	Semuanya	Sepertinya perlu untuk diberikan bekal	Perlu di prioritaskan
15	Ibadah syariah muamalah	Media sosial	Iya perlu	Iya
16	Yang perlu dikembangkan materi wawasan ke-indonesiaan	Program pemberdayaan masyarakat	Mengikuti kegiatan-kegiatan lembaga dakwah secara individu	Perlu
17	Ya	Ya	Ya	Ya
18	Semuanya	Semuanya	Ya. Perlu	Ya. Perlu
19	Ibadah Syariah, Tahsin Alquran, Fiqih, Usul Fiqh	Medsos, ceramah,	Iya	Iya
20	Materi Alquran hadits	Ceramah dan media sosial	Mengikuti kegiatan dakwah keliling oleh lembaga dakwah	Perlu
21	materi Alquran hadits	ceramah, cerita dan buku	sangat perlu	sangat perlu
22	Materi 4 Amalan Masjid dimasa Rasulullah.	Metode Khuruj Fisabillah.	Perlu sekali, minimal 4 bulan seumur hidup, 40 hari	Ya

			setiap tahun, 3 hari setiap bulan	
23	SPI, Metode Dakwah, Fiqh Munakahat, dan lain-lain	Metedok kreatif dan inovatif	Iya	Iya
24	Fiqh	Medsos	Ya perlu	Tidak juga
25	Menurut saya, materi tentang wawasan ke Indonesiaan.	Media Sosial dan Buku karena dengan dua hal ini dakwah akan selama terus hidup.	Menurut saya, sangat di perlukan.	Sangat perlu
26	Ibadah Syariah Muamalah	Media Sosial	Lembaga Dakwah	Perlu
27	Praktek dakwah lapangan	Film pendek Islami pada media sosial	Perlu	Tidak
28	ibadah syariah muamalah	ceramah	iya sangat perlu	iya
29	AlQuran dan hadis	buku	Ya	ya
30	Banyak praktek ilmu keagamaan	Metode tanya jawab	Iya	Tidak
31	Tauhid	Ketauladanan	Dakwah nya secara continue	Tidak perlu
32	Al-Qur'an hadits	Cerita	Ya	Ya
33	Al quran dan Hadist	ceramah	sangat perlu	sangat perlu
34	Materi	Program	Perlu dibekali	Ya

	wawasan keindonesiaan	pemberdayaan masyarakat	enam bulan	
35	Materi ibadah Syari'ah	Program pemberdayaan masyarakat	Ya perlu	Ya betul
36	Materi alquran hadis, islam/dakwah nusantara	Media sosial dan pendekatan keagamaan di masyarakat	Ya tentu	Ya tentu
37	Dakwah moderat	Media sosial	Perlu	Tidak mesti, krn prodi kpi jg bs ke jalur media dan jurnalisne
38	Aqidah, ibadah dan ahlak	Berdakwah melalui media sosia dengan memanfaatkan cerita <sup>2</sup> nabi dan para sahabat yang dikemas melalui film atau animasi kartun	Tidak begitu efektif karena memakan waktu yang sangat lama	Iya perlu

2. Peran Alumni KPI dalam meningkatkan peran da'i/ah
- Analisis peran alumni dalam menjalani profesi da'i/ah di Sumatera Selatan dapat dilihat dari jawaban pertanyaan melalui google form sebagai berikut:

No	Melakukan peran da'i/ah	Aktif menjalani peran da'i/ah berkat kolega	Keaktifan alumni pada Lembaga dakwah	Lembaga dakwah yang ada di lingkungan	Peran Lembaga dakwah terhadap profesi/peran da'i/ah
1	Tidak	Ya	Tidak	Lptq pagaralam	Ya
2	Ya	Ya	Tidak	IKADI	Tidak
3	Ya	Ya	Ya	Pengajian Ibu2	Ya
4	Tidak	Ya	Ya	Nu	Ya
5	Ya	Ya	Ya	Majelis ta'lim	Ya
6	Tidak	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak
7	Ya	Ya	Tidak	Masjid Darussalam	Ya
8	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
9	Ya	Ya	Ya	Jaringan santri Indonesia	Ya
10	Ya	Ya	Ya	Lembaga kesejahteraan sosial / Rehabilitasi Eks WTS dan Nafzah serta Mantan Napi pada lembaga	Ya

				yang saya pimpin	
11	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Ya
12	Ya	Ya	Ya	Jaringan santri indonesia	Ya
13	Ya	Ya	Ya	Patayat Nu	Ya
14	Ya	Ya	Tidak	Yayasan masjid	Ya
15	Tidak	Ya	Tidak	IRMA	Ya
16	Ya	Ya	Ya	Pengajian ibu_ibu,TPA	Ya
17	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
18	Ya	Ya	Ya	MT Raudhotut Tholibin	Ya
19	Ya	Ya	Ya	Muhammadi yah	Ya
20	Ya	Ya	Ya	DEWAN MASJID INDONESI A, LEMBAGA DAKWAH NU	Ya
21	Ya	Ya	Ya	jama'ah tabligh	Ya
22	Ya	Ya	Ya	Fokus, Mubaligh kota palembang,	Ya

				Ikadi, Jamaah Tabligh	
23	Ya	Ya	Ya	Pokjaluh Kota Prabumulih	Ya
24	Ya	Tidak	Tidak	Majlis taklim baiturrohim	Ya
25	Ya	Ya	Ya	Keluarga Film Maker Muslim	Ya
26	Ya	Ya	Tidak	Masjid	Ya
27	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak
28	Ya	Ya	Ya	Majelis ta'lim nurul huda	Ya
29	Tidak	Ya	Tidak	dakwah manhaj salaf	Ya
30	Ya	Ya	Tidak	Pengajian rutin	Ya
31	Ya	Ya	Ya	Indralaya	Ya
32	Ya	Ya	Ya	Almuklis	Ya
33	Ya	Ya	Ya	Progam Dakwah bersama jaringan santri indonesia	Ya
34	Ya	Ya	Ya	Azizah Darussalam	Ya
35	Ya	Ya	Ya	MUI	Ya

				Kecamatan dan DMI	
36	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak
37	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Ya
38	Tidak	Ya	Tidak	Lptq pagaralam	Ya

Tabel ini menjelaskan bahwa lembaga dakwah yang ada di lingkungan masyarakat adalah: IKADI, Majelis Taklim, JSI, LPTQ, ormas Islam, Forum-forum silaturahmi, forum penyuluh, dsb. Lembaga-lembaga ini merupakan faktor peluang bagi alumni untuk peningkatan peranda'iah di lingkungan masing-masing. Selan itu, secara prosentase Lembaga-lembaga yang memiliki relevansi dengan pengembangan peran da'iah tidak harus bernama dakwah atau Lembaga dakwah secara eksplisit.

Faktor Pendukung dan Penghambat pelaksanaan peran da'iah di Sumatera Selatan dapat dilihat dari tabel berikut:

No	Memiliki Latar belakang Pesantren saat Pendidikan setara SLTA	Relevansi matakuliah dengan profesi dakwah	Kompetensi Dosen pengampu matakuliah dakwah	Relevansi matakuliah dengan profesi dakwah	Fasilitasi Prodi terhadap kebutuhan profesi dakwah
1	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
2	3 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
3	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya

4	3 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
5	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Tidak
6	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
7	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
8	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
9	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
10	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
11	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
12	3 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
13	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
14	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
15	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
16	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
17	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
18	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
19	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
20	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
21	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
22	Atau	Ya	Ya	Ya	Ya

	Lebih				
23	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
24	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
25	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
26	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
27	1 Tahun	Ya	Tidak	Ya	Tidak
28	3 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
29	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
30	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
31	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
32	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
33	3 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya
34	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
35	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
36	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
37	Atau Lebih	Ya	Ya	Ya	Ya
38	1 Tahun	Ya	Ya	Ya	Ya

Tabel di atas menunjukkan bahwa latarbelakang Pendidikan saat di tingkat SMA dapat mempengaruhi keterlibatan alumni dalam menjalankan peran da'i/ah di Sumatera Selatan. Peran da'i/ah yang dijalani juga dipengaruhi oleh matakuliah yang relevan dengan

profesi dakwah, dosen yang mumpuni dalam bidang public speaking, dan matakuliah kedakwaan.

Sebagaimana Toha Yahya Umar menjelaskan dakwah sebagai upaya mengajak orang lain dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahasiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>122</sup> H.M. Arifin M.Ed. juga mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan, maka da'i sesungguhnya sedang dalam proses mengajak mad'u untuk melakukan atau bertidak lebih baik dari sebelumnya menurut ajaran Allah Swt, baik dengan cara lisan, tulisan maupun tingkah laku secara sadar dan terencana serta tanpa paksaan dalam bentuk apapun.

Dalam hal ini dakwah dapat dilakukan dengan tidak bentuk cara yaitu dengan lisan, seperti ceramah, pidato, orasi, nasihat konseling dan sebagainya; dengan tulisan yang mana masih sama dengan lisan, akan tetapi melalui media cetak maupun online seperti artikel surat kabar, esai, karya sastra dan sebagainya; dan dengan tindakan, seperti kerja-kerja sosial dalam bentuk pengorganisasian masyarakat maupun aksi-aksi massa

---

<sup>122</sup> Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.. 1.

dan advokasi. Bila semua itu belum pula dapat dilakukan, bahkan dalam Islam, nasihat dalam bentuk do'a masuk dalam kategori dakwah.

Dalam konteks kekinian, dakwah dapat dilakukan dalam bermacam-macam bentuk sesuai dengan selera masyarakat yang hidup di era digital saat ini. Selain dakwah klasik dengan lisan, komunikasi verbal, namun perkembangan media sosial, internet dengan pengguna yang lebih dominan saat ini, maka kemasan dakwah seharusnya dapat mengambil posisi dan memainkan peranannya sesuai perkembangan teknologi dan IT. Melalui Facebook, misalnya, seorang da'i/ah dapat melakukan streaming, memposting konten-konten dakwah, dsb.<sup>123</sup>

Dari uraian di atas dapat dianalisis bahwa Prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang belum maksimal dalam merencanakan strategi dalam meningkatkan peran da'i/ah lulusannya. Ini terlihat dari matakuliah yang disajikan belum merepresentasikan pengembangan skill sesuai dengan profil da'i/ah/ulama yang merupakan kompetensi utama bagi lulusan prodi KPI. Para alumni KPI berpandangan bahwa peran da'i/ah tidak hanya untuk alumni KPI melainkan bagi siapa pun yang ingin mengembangkan skill da'i/ah. Inilah yang menjadi factor Penghambat bagi peningkatan peran da'i/ah para alumni. Padahal, Lembaga dakwah yang ada di Sumatera Selatan cukup banyak, baik yang secara formal memiliki organisasi terstruktur maupun non terstruktur. Selain itu, meningkatnya jumlah masjid dan

---

<sup>123</sup>A. Syarifudin, Facebook Sebagai Media Dakwah Islam. *Wardah*, 15(1), 67-77.

Mushalla yang sangat pesat membutuhkan para da'i/ah untuk mengisi kegiatan-kegiatan keagamaan. Ketidakseimbangan antara jumlah masjid/mushalla yang berkembang pesat setiap tahunnya belum seimbang dengan jumlah alumni yang menjalankan peran da'i/ah.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

*Pertama*, Prodi KPI FDK UIN Raden Fatah Palembang dalam menetapkan kurikulum telah mengacu pada SKL dan CPL yang ditetapkan oleh Assosiasi Prodi KPI. Akan tetapi, pada tahap implementasi, masih sangat minim matakuliah yang relevan dengan profil khusus sebagai da'i.

*Kedua*, peluang alumni KPI untuk menjalankan peran da'i/ah adalah prioritas. Apa pun profesi yang dijalani, melakukan peran da'i/ah adalah jargon dari alumni KPI. Selain itu, kebutuhan masyarakat akan peran da'i/ah di Sumatera Selatan dengan pesatnya perkembangan jumlah masjid/Mushalla menjadi peluang bagi alumni KPI. Eksisting Lembaga dakwah di negeri ini menjadi peluang untuk pengembangan skill, meningkatkan jejaring dan meningkatkan kapasitas da'i/ah.

*Ketiga*, Hambatan yang dialami oleh para alumni dalam meningkatkan peran da'i/ah adalah persoalan individu, belum memulai menjalani peran da'i/ah terutama secara verbal (dakwah bil lisan), selain itu, keterampilan melekat yakni sosok yang menjadi panutan, sebagai da'i/ah sekaligus menjadi Imam, dan teladan masih sulit dilakukan.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian ini, saran yang perlu dilakukan adalah

1. Kurikulum prodi perlu diupgrade agar lebih sesuai dengan profil lulusan yang ditargetkan. Perlu peninjauan kurikulum agar terutama pada penetapan

matakuliah prodi lebih menjurus pada profil lulusan utama, pendukung dst.

2. Bagi alumni perlu lebih aktif, selektif dalam meningkatkan aktualisasi dalam menjalani peran da'i/ah, melibatkan diri dalam majelis taklim, DKM, ormas Islam, Ikadi, dsb untuk meningkatkan kapasitas da'i/ah meminimalisir hambatan agar peluang dapat dimaksimalkan.
3. Kemampuan diri alumni yang perlu ditingkatkan secara bertahap seharusnya harus dilakukan sejak menjadi mahasiswa, saat praktikum apalagi setelah lulus. Setiap pelepasan alumni, selalu digaungkan agar alumni menjadi kunci inggris yang mampu berperan dalam bidang apa saja, apa lagi sebagai da'i, penceramah, muballigh.
4. Bagi peneliti selanjutnya penelitian dapat dilakukan dengan mengklasterisasi alumni dalam kelompok Angkatan. Selain itu, integrasi kompetensi dan profil lulusan sebagai da'i, broadcaster, advertiser, praktisi lainnya dalam sebuah konsep bangunan.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Agama, Kementerian Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya*, Solo: Abyan, 2016.
- Ali, Moh Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Anwar, Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Anwar, Arifim, *Strategi Dakwah Perspektif Ilmu Komunikasi*, Bandung: Khalifah Mediatama, 2015.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Basit, Abdul, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Fajar, Waryani dan Mahfud, Mokhamad, *Komunikasi Islam*, Yogyakarta: Galuh Patria, 2012.
- Ilahi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- J. Lexy Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pt Remaja Rosyakarya, 1998.
- Munir, Samsul, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah, 2008.
- Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Nurudin, *Ilmu Komunikasi Imiah dan Populer*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016.
- M. Quraish Shihab, *Surah Ali Imran, Surah An-Nisa, Cet. I*, Jakarta: Lentera Hati, 2000, 162

- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKIS, 2007.
- Prabu, Anwar M, *Perilaku Konsumen*, Bandung, PT Eresco, 1988.
- S, Ma'arif Bambang, *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- S, Tatang, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Soehartono, Irwan, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Social Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Soemirat, Soleh dan Suryana, A *Komunikasi Persuasif*, Banten: Universitas Terbuka, 2014.
- Soerjono Soekamto, *Memperkenalkan Sosiologi*, Jakarta: CV. Rajawali, 1988, 33.
- Soerjono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Press, 1987, 220
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sunyoto, Agus, *Atlas Wali Songo*, Bandung: Trans Pustaka & LTN PBNU, 2012.
- Suryabrata, Sumardi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo, 1998.
- Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Syaodih, Nana Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Uchjana, Effendy Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

## **B. Jurnal**

- Herdiana, Aan *Paradigma Keilmuan KPI dalam Pesrpektif Dakwah*, Jurnal Komunika, Vol. 10. No. 2, Juli-Desember 2016.
- Hefni, Harjani “Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam”, Jurnal Komunikasi Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol. 04 No. 02, Desember 2014.
- Masrial, “Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat,” Turast : Jurnal Penelitian dan Pengabdian 6, no. 1 (2018).
- Rafiq, Moh dan Zilfaroni, “Studi Pelacakan Peran dan Pekerjaan Alumni Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan”, Jurnal Hikmah, IAIN Padangsidempuan, Vol 13, No. 2, Desember 2019.
- Rakhmawati, Istina, *Potret Dakwah di Tengah Era Globalisasi dan Perkembangan Zaman*, At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 1 No. 1, Januari-Juni 2013.
- Ritonga, Muslimin, *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI) Vol. 3 No. 1, Tahun 2019.
- Said, A Hasan Basri, “Eksistensi dan Peran Alumni dalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah”, Jurnal Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol XI, No. 1, Tahun 2011.
- Syarifuddin, A dan Siti Hajariyah, “Urgensi dan Peran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dalam Standarisasi Khatib”, *Wardah*, UIN Raden Fatah Palembang.
- Syarifudin, A., Facebook Sebagai Media Dakwah Islam. *Wardah*, 15(1), 2015.

Wahid, Humaemah, *Televisi dan Proses Transformasi Informasi*, Jurnal Dakwah Vol.4 No. 2, 2002.

## GLOSARIUM

Peran adalah seperangkat tindakan yang diharapkan dari seorang pemilik status masyarakat

Telaah pustaka merupakan uraian sistematis tentang hasil dari berbagai penelitian terdahulu terkait tema atau persoalan yang akan dikaji dan akan diteliti tesis

Perintah dakwah adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan melalui komunikasi personal maupun secara massa.

Komunikasi merupakan bentuk pengiriman pesan atau informasi dari pengirim pesan yang disebut sebagai komunikator kepada penerima pesan sebagai komunikan

Komunikator dakwah adalah menyampaikan pesan yang berasal dari buah pikiran dan perasaan komunikator untuk membuat orang lain menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat dan perilaku

Komunikan adalah aspek utama dalam komunikasi, komunikan atau mad'u merupakan sasaran atau target dari perubahan yang menjadi tujuan

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada target atau penerima, media komunikasi dalam dakwah saat ini telah mengalami transformasi mulai dari media tradisional hingga media modern.

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan, guna mencapai tujuan

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.

Strategi Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah.

*Qaulan Sadidan* berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa)

*Ma'rufa* berarti pembicaraan yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan kesulitan kepada yang lemah.

*Qaulan Karima* adalah perkataan yang mulia, diiringi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama

*Qaulan Layina* berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati

Da'i adalah orang yang menyampaikan dakwah, dari segi Bahasa adalah untuk jenis kelamin laki-laki. Sedangkan jika perempuan maka disebut da'iyah.

Dakwah merupakan sebuah usaha untuk mengajak seseorang, berupa seruan, bujukan kepada kebajikan sesuai dengan fitrah manusia dan senada dengan tuntunan al-qur'an dan hadits

Inti dakwah adalah *amar ma'ruf nahi munkar*. Oleh karena itu, dalam proses penyampaian pesan dakwah seorang da'i kepada mad'u nya adalah dalam upaya menyeru kebaikan dan mencegah terjadinya kemungkaran.

Al-hilmu adalah suatu karakter yang berfungsi untuk mencegah seseorang dari sifat marah

Ilmu adalah buah dari keikhlasan dengan berbekal ilmu agamayang bersumberdari Al-Quran dan As-Sunnahseorang mubaligh akan mengetahui arah tujuan yang benar

Sabar adalah bagian yang terpenting yang harus dimiliki mubaligh yang menginginkan keberhasilan dalam dakwahnya

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) adalah salah satu program studi yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Dakwah bil hal adalah bentuk dakwah yang berupa perbuatan nyata dimana aktivitas dakwah dilakukan melalui keteladanan, program-program nyata dan tindakan amal nyata

## INDEKS

### A

Al-hilmu, 76, 146

### D

Da'i, i, 15, 22, 36, 61, 65, 72, 75,  
76, 77, 81, 82, 88, 89, 107, 108,  
110, 113, 115, 119, 124, 146

da'i/da'iah, 10

Dakwah, i, iii, 7, 8, 10, 11, 14, 17,  
18, 19, 20, 21, 22, 27, 35, 38, 40,  
61, 62, 63, 65, 74, 80, 83, 88, 96,  
98, 104, 105, 113, 115, 116, 117,  
124, 126, 128, 129, 130, 133,  
136, 137, 140, 141, 142, 143,  
145, 146

### E

efektif, 9, 14, 49, 53, 124, 130  
era globalisasi, 8, 9

### I

implementasi, 13, 39, 115, 138  
informatif, 27, 41  
institusional, 16, 37  
instruktif, 27, 41  
integritas, 44, 103

### K

karakteristik, 25, 68, 80  
Komunikasi, i, iii, 8, 10, 12, 14, 15,  
16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 28,  
30, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43,  
46, 47, 48, 49, 50, 59, 62, 63, 64,  
65, 74, 78, 79, 83, 87, 91, 92, 96,  
97, 98, 99, 104, 105, 116, 117,  
140, 141, 142, 143, 144, 146  
komunikatif, 53

komunikator, 21, 22, 23, 24, 25, 28,  
40, 41, 42, 43, 46, 48, 49, 53, 55,  
56, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 68, 74,  
106, 107, 145

KPI, 0, i, iii, v, 10, 11, 12, 13, 14,  
16, 18, 30, 31, 32, 33, 35, 37, 39,  
74, 79, 80, 81, 91, 92, 93, 94, 96,  
97, 98, 104, 105, 106, 107, 115,  
117, 123, 125, 130, 137, 138,  
142, 146

kualifikasi, 10, 105, 107, 114, 115

kualitatif, 14, 18, 29, 30, 35, 39, 90,  
91

kuantitatif, 18, 39

kultural, 19, 32, 62, 93

### M

mad'u, 23, 51, 52, 57, 65, 68, 74,  
76, 136, 146

manajerial, 28, 41

Media, 22, 25, 43, 44, 45, 50, 59,  
65, 67, 125, 127, 128, 129, 130,  
137, 140, 141, 143, 145

metodologis, 10, 79, 89, 113

### O

Observasi, 29, 31, 32, 90, 91, 92,  
93, 145

orientasi, 16, 37, 105, 106, 124

### P

paradigmatik, 10, 79

peran, i, iii, iv, 12, 13, 21, 22, 25, 26,  
27, 28, 29, 30, 31, 33, 39, 64, 65,  
72, 73, 74, 77, 79, 89, 90, 92, 94,  
104, 110, 113, 114, 115, 116,  
117, 118, 119, 120, 122, 123,

124, 130, 133, 134, 135, 137,  
138

persuasif, 27, 41, 42  
progresivitas, 19, 62

## Q

*Qaulan Layina*, 57, 145  
*Qaulan Sadidan*, 50, 145

## R

relevan, 10, 12, 16, 37, 135, 138

responsif, 103

## S

signifikan, 9, 19  
sistematis, 14, 27, 31, 41, 93, 110,  
144

## T

Tawadlu, 76, 87  
teoritik, 10, 79  
terminologi, 26, 73