

**STRATEGI KOMUNIKASI DAI KOMUNITAS PENDAKWAH
KEREN (KPK) DALAM MENGEMBANGKAN DAKWAH
DI KABUPATEN MAROS**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

RUSDIAMAN
105271103119

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1444H / 2023**



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara **Rusdianan**, NIM. 105 27 11031 19 yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) dalam Mengembangkan Dakwah di Kabupaten Maros.”** telah diujikan pada hari Selasa, 30 Syawal 1444 H./ 20 Mei 2023 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

30 Syawal 1444 H.
Makassar, -----
20 Mei 2023 M.

Ketua : Dr. Abdul Fattah, S.Th.I., M.Th.I.

(.....)

Sekretaris : Wiwik Laela Mukromin, M.Pd.I.

(.....)

Anggota : M. Zakaria Al Anshori, M.Sos.I.

(.....)

Muh. Ramli, M. Sos.I.

(.....)

Pembimbing I : Dr. Dahlan Lama Bawa, S. Ag., M. Ag.

(.....)

Pembimbing II : M. Zakaria Al Anshori, M.Sos.I.

(.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.

NBM. 774 234



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Sabtu, 30 Syawal 1444 H./ 20 Mei 2023 M, Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Rusdiaman**

NIM : 105 27 11031 19

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) dalam Mengembangkan Dakwah di Kabupaten Maros.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.

NIDN. 0906077301

Sekretaris,

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA.

NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Abdul Fattah, S.Th.I., M.Th.I. (.....)

2. Wiwik Laela Mukromin, M.Pd.I. (.....)

3. M. Zakaria Al Anshori, M.Sos.I. (.....)

4. Muh. Ramli, M. Sos.I. (.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.

NBM. 774 234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rusdiaman

NIM : 105271103119

Fakultas/Prodi: Agama Islam / Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai menyusun skripsi ini, saya menyusun dengan sendiri
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1,2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran

Makassar, 12 Dzulqa'dah 1444 H
22 Mei 2023 M

Yang membuat pernyataan



Rusdiaman

NIM: 10527103119

ABSTRAK

Rusdiaman. 105271103119. 2023. *Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Dalam Mengembangkan Dakwah Di Kabupten Maros.* Pembimbing oleh Dr. Dahlan Lama Bawa dan M. Zakaria Al Anshori.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil KPK dan Strategi komunikasi Dai KPK dalam mengembangkan dakwah di kabupaten maros, Serta hambatan dai KPK dalam mengembangkan dakwah di kabupaten maros.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Maros yang berlangsung 2 bulan dari 7 Februari sampai 7 April 2023. Adapun jenis penelitian yakni kualitatif bersifat deskriptif dimana penelitian ini membutuhkan data-data melalui wawancara dan observasi yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.

Hasil pengamatan dalam penelitian ini sebagai berikut, Komunitas Pendakwah Keren Adalah Komunitas pendakwah milenial yang sebagian besarnya keluaran dari tv nasional seperti MNC TV, AKSI indosiar dan ANTV dibentuk pada pada tahun 2017 di Samarinda Kalimantan timur. Adapun Strategi komunikasi dai yang digunakan KPK dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros adalah strategi persuasif. Yakni pendekatan dai dengan *mad'u* untuk membujuk dan mengajak *mad'u* dalam mempelajari ajaran Islam dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun hambatan dai dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros adalah belum adanya sumber dana yang tetap sehingga kadangkala terkendala untuk berangkat berdakwah ke daerah-daerah pelosok.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Dai, Komunitas Pendakwah Keren (KPK)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu ‘Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberi berbagai karunia dan nikmat yang tiada tara kepada seluruh makhlukNya terutama manusia. Salam dan shalawat senantiasa dikirimkan kepada junjungan kita Nabiullah Muhammad SAW. yang merupakan panutan dan contoh kita sampai akhir zaman. Yang dengan keyakinan itu penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat guna mendapatkan gelar sarjana pada program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Adapun judul skripsi tersebut “STRATEGI KOMUNIKASI DAI KOMUNITAS PENDAKWAH KEREN (KPK) DALAM MENGEMBANGKAN DAKWAH DI KABUPATEN MAROS”. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit mendapat hambatan dan kesulitan yang dihadapi penulis. Namun hal itu dapatlah teratasi lewat bantuan dan dorongan dari semua pihak yang dengan senang hati membantu menulis dalam proses penulisan ini.

Melalui kesempatan yang baik ini, penghargaan dan ucapan terima kasih penulis sampaikan khususnya kepada:

1. Kedua orang tua, Ayahanda Abustan yang telah menjadi penyemangat dan Ibunda tercinta Kasmawati yang tiada batas memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan do’a tulus tanpa pamrih.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Aliman, Lc., M. Fil.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Bapak Dr, Dahlan Lama Bawa, M.Ag selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing selama penyusunan proposal skripsi ini.
6. Bapak M. Zakaria Al Anshori, M.Sos.I. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing selama penyusunan proposal skripsi ini.
7. Rekan - rekan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2019, yang telah berjuang bersama selama kurang lebih empat tahun untuk bersama-sama menimba ilmu di bangku perkuliahan, atas segala perhatian dan kebersamaan kita selama ini, semoga ukhuwah kita tetap terajut dalam jalinan yang begitu kuat dan indah untuk dikenang selamanya.
8. Seluruh pihak yang belum sempat dituliskan satu persatu, atas segala perannya sehingga karya ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis

mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Semoga segala jerih payah kita bernilai ibadah di sisi Allah SWT, Aamiin.

Makassar, 12 Dzulqa'dah 1444 H
22 Mei 2023 M

Penulis

Rusdaman
NIM: 105271103119



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	11
A. Kajian Teori	11
1. Strategi.....	11
a. Pengertian Strategi.....	11
b. Teori Strategi Fred R David.....	14
c. Teori Strategi Komunikasi Menurut Hafid Cangara	15
2. Komunikasi	16
a. Pengertian komunikasi.....	16
b. Pengertian komunikasi menurut para ahli.....	19
c. Teori Komunikasi.....	20

d. Macam-Macam atau jenis komunikasi	25
e. Fungsi komunikasi.....	26
3. Dakwah	28
a. Definisi ilmu dakwah.....	28
b. Unsur-unsur dakwah.....	29
c. Urgensi dakwah	32
4. Komunitas	34
a. Pengertian Komunitas	34
b. ciri-ciri komunitas.....	37
B. Kerangka Konseptual	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian	41
1. Jenis Penelitian	41
2. Pendekatan penelitian	42
B. Lokasi dan Objek Penelitian	43
C. Fokus Penelitian	43
D. Deskripsi Penelitian	43
E. Sumber Data	44
F. Instrumen Penelitian	44
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48

1. Sejarah berdirinya Komunitas Pendakwah Keren (KPK)...	48
2. Letak Geografis sekret KPK	50
3. Visi Misi Komunitas Pendakwah Keren.....	51
B. Hasil dan pembahasan.....	52
1. Bentuk Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren Dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros ..	52
2. Faktor Pendukung dan Penghambat	57
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial, oleh karena itu, kita tidak bisa lepas dari kebutuhan komunikasi, terutama dalam hal mengumpulkan pengetahuan. Cara penyampaian komunikasi menentukan seberapa efektif proses komunikasi itu nantinya. Memilih konten informasi yang akan dikirim. Sangat penting untuk berkomunikasi. Mengembangkan citra diri yang positif, mencapai aktualisasi diri, dan mengembangkan koneksi anda sebagai sarana untuk mengaktualisasikan di kehidupan sehari-hari. Setiap manusia selalu memiliki imajinasi, pemikiran, dan penemuan di kepalanya.¹ Tentu saja, mereka masing-masing memiliki metode sendiri.

Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari merupakan tindakan yang memungkinkan kita mendapatkan informasi yang kita butuhkan dan memberikannya kepada orang lain. Secara teori, komunikasi berbasis konteks dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori, termasuk: konteks komunikasi (interpersonal, intrapersonal, dan tertulis) komunikasi antar kelompok, organisasi, dan dalam skala besar.

Pada hakikatnya, komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang atau sekelompok orang (disebut sebagai komunikator) mengirimkan rangsangan (seringkali simbol-simbol dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku

¹ Ety, Nur Inah. "Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan." *Al-TA'DIB: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan* (2013), h. 177.

manusia lainnya, (yang disebut, komunikasi). Oleh karenanya, Memasuki periode milenial, sangat penting untuk mengenali sejauh mana dakwah telah hadir dalam mendefinisikan dan memahami masyarakat. Dakwah adalah istilah yang merujuk pada lebih dari sekedar menyebarkan prinsip-prinsip Islam. Pengertian dakwah melampaui tajwid, khutbah jumat, khutbah dari mimbar, dan ceramah pada hari raya Islam. Intinya dakwah dapat diartikan secara lebih luas sebagai aktivitas individu yang dimaksudkan untuk membina komunitas dan solidaritas. Adapun menurut Ujang Mahadi dalam buku komunikasi dan dakwah kontemporer menegaskan bahwa pengertian dakwah tidak terbatas pada interpretasi tradisional praktik spiritual komunal, tetapi juga mencakup tindakan seperti mendukung panti asuhan, memberantas kemiskinan, mengelola bencana alam, dan terlibat dalam berbagai upaya kemanusiaan lainnya.²

Dalam perspektif komunikasi, jelas bahwa dakwah Islam mencakup upaya komunikasi untuk meyakinkan orang atau kelompok bahwa Islam itu benar dan bahwa mereka harus menerimanya (untuk non-Muslim) dan memajukan pemahaman mereka tentang agama Islam (bagi Muslim). Mereka harus berpikir bahwa Islam akan membimbing mereka kepada kebenaran hakiki dan jalan Allah yang lurus dan benar, yaitu jalan yang merupakan garis yang bermakna dan digariskan oleh petunjuk wahyu yang tinggi.³

Islam memiliki perspektif yang unik tentang komunikasi. Karena *hablum minallah* dan *hablum minannas* adalah bentuk komunikasi manusia yang

² Ujang Mahadi, *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, (Bogor: IPB Press, 2015), h. 22.

³Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), h. 3.

sebenarnya. *Hablum minallah* adalah hubungan kita dengan Allah Swt. yang menciptakan planet dan segala isinya. Sholat, bacaan Al-Qur'an, zakat, puasa, dan haji merupakan bentuk komunikasi yang terjalin kepada Tuhan. Sebaliknya, komunikasi *hablum minannas* mengacu pada hubungan komunikasi yang dibangun antara sesama manusia, seperti bertindak secara moral, membantu orang lain, dan berbicara dan bertindak dengan cara yang positif. Islam memiliki pandangan yang sangat jelas tentang komunikasi karena ia mengakui bahwa komunikasi dapat terjadi baik secara vertikal, yaitu dengan orang lain, dan secara horizontal, yaitu dengan Tuhan. Untuk meminta "hubungan dengan Tuhan", seseorang dapat menggunakan komunikasi dakwah sebagai sarana untuk mengajak seseorang kejalan yang benar. Pemahaman ini sejalan dengan penjelasan Allah dalam QS. Ali-Imran/3: 104.

﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾

Terjemahnya:

“Dan hendaklah di antara kamu segolongan an umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”⁴

Komunikasi dakwah adalah setiap pertukaran yang memiliki fokus yang unik. Seorang dai menyebarkan pesan berdasarkan Al-Qur'an dan sunnah untuk menginspirasi orang lain dalam mengamalkan ajaran Islam.

⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* (Bandung: Cordoba, 2020), h. 63.

Teknik komunikasi dakwah harus cukup fleksibel untuk mengakomodasi situasi komunikasi yang berbeda. Tidak diragukan lagi bahwasanya tidak cukup untuk mengkomunikasikan dakwah hanya secara lisan di dunia teknologi canggih kita saat ini. Itu kehadiran teknik tambahan yang dapat bertindak sebagai jembatan antara komunikator dan variasi pesan yang lebih besar harus digunakan untuk mendukung. Hal ini dimungkinkan jika komunikasi dakwah juga dilakukan melalui pendekatan dakwah *bil qalam*. Kelemahan dakwah yang hanya dilakukan secara lisan diperkuat dengan menggunakan dakwah *bil qalam* sebagai teknik dakwah. Dakwah *bil qalam* dapat menutupi keterbatasan jangkauan dan waktu dakwah *bil lisan*. Dakwah *bil qalam* memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan pendapatnya dalam suatu percakapan dakwah.⁵

Di dalam Al-Qur'an, Allah menyebutkan bahwa ada banyak keutamaan-keutamaan untuk orang yang senantiasa berdakwah di jalan Allah Swt. Diantaranya Allah Swt. berfirman QS. Fussilat/41: 33.

(وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ)

Terjemahnya:

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?".⁶

⁵ Fitria, Rini, and Rafinita Aditia, *Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah.* "Jurnal Ilmiah Syi'ar 19.2 (2019), h. 225.

⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*, h. 480.

Ini adalah bentuk nikmat yang besar yang Allah janjikan kepada orang yang senantiasa menyebarkan ajaran Islam, kedudukan yang mulia, dan kebaikan yang merata karena engkau telah diciptakan untuk kebaikan dan kebaikan itu diciptakan untuk mu dan Allah telah menakdirkan itu ada ditanganmu.⁷

Di dalam Al-Qur'an Allah Swt. menyebutkan bahwa tugas utama Rasulullah saw adalah menyampaikan ajaran Islam. Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Imran/3: 20.

(فَإِنْ حَاجُّوكَ فَقُلْ أَسْلَمْتُ وَجْهِيَ لِلَّهِ وَمَنِ اتَّبَعَنِ ۗ وَقُلْ لِلَّذِينَ
 أُوتُوا الْكِتَابَ وَالْأُمِّيِّينَ أَأَسْلَمْتُمْ ۗ فَإِنْ أَسْلَمُوا فَقَدِ اهْتَدَوْا ۗ وَإِنْ
 تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ ۗ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ)

Terjemahnya:

“Kemudian jika mereka mendebat kamu (tentang kebenaran Islam), maka katakanlah: "Aku menyerahkan diriku kepada Allah dan (demikian pula) orang-orang yang mengikutiku". Dan katakanlah kepada orang-orang yang telah diberi Al Kitab dan kepada orang-orang yang ummi: "Apakah kamu (mau) masuk Islam". Jika mereka masuk Islam, sesungguhnya mereka telah mendapat petunjuk, dan jika mereka berpaling, maka kewajiban kamu hanyalah menyampaikan (ayat-ayat Allah). Dan Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya.”⁸

Metode komunikasi yang berbeda telah mempermudah orang untuk terhubung antara satu sama lain dengan lingkungan mereka di era teknologi informasi. Salah satu contoh teknologi informasi adalah radio. Radio adalah bentuk media yang di gunakan untuk mencari informasi karena banyak orang

⁷ Jummuah Amin Abdul Aziz, *Addakwah Qowaid wa Usul*, Terj. Abdus Salam Maskyur (Solo: PT. Era Adi Citra Intermedia, 2015), h. 27.

⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*, h. 52.

yang menggunakannya untuk menyebarkan informasi, khususnya di daerah terpencil yang masih sulit untuk menjangkau internet. Dalam hal ini, radio telah digunakan sebagai alat untuk penyebaran berita antara manusia ke manusia yang lainnya. Namun, selain berfungsi sebagai media penyebaran berita, banyak yang kemudian beralih ke radio sebagai cara untuk menyebarkan dakwah.⁹ Ada berbagai strategi dakwah yang digunakan dalam upaya penyebaran dakwah melalui radio. Diantaranya strategi tilawah (membacakan ayat-ayat Allah Swt.), strategi tazkiyah (mensucikan jiwa), strategi ta'lim (mengajarkan Al-Qur'an dan Al-Hikmah)

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini yaitu Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk menggunakan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya ataupun kekuatan. Strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja belum sampai pada tindakan. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan, oleh karena itu sebelum penyusunan strategi maka perlu merumuskan tujuan yang jelas dapat diukur keberhasilannya.

Pada hakikatnya, strategi adalah manajemen dan perencanaan yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus bertindak lebih dari sekedar rencana jalan yang memberikan instruksi. Maka untuk mencapai suatu tujuan, strategi dakwah menggabungkan

⁹ Surianor, Surianor. "Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 14.27 (2015): h. 46.

perencanaan dan administrasi dakwah. Untuk itu, rencana dakwah harus mampu menunjukkan bagaimana operasional taktis (*tactical*) harus dilakukan, artinya pendekatan (*approach*) dapat berubah sewaktu-waktu berdasarkan keadaan. Sedangkan Asmuni Syukir mengemukakan bahwa strategi dakwah diartikan sebagai teknik, strategi, siasat, atau manuver yang digunakan dalam kegiatan, (kegiatan dakwah)¹⁰ oleh karena itu, sangat penting strategi dakwah pada Komunitas Pendakwah Keren (KPK) agar dapat menyampaikan dakwah tepat pada sasaran dan memberikan rangsangan kepada masyarakat (orang yang didakwahi)

Salah satu strategi yang digunakan KPK adalah berdakwah melalui media sosial contohnya, (youtube, facebook, instagram, tiktok) Mengingat pertumbuhan media sosial saat ini, banyak individu menggunakannya untuk berbagai tujuan, termasuk sebagai platform untuk upaya dakwah. prosedur penyebaran dan jejaring sosial lainnya adalah langkah pertama dalam mempromosikan Islam di media sosial. Penggunaan media sosial atau teknologi lain untuk distribusi dakwah adalah hal yang efisien di zaman modern dan teknologi masa kini.

Kata komunitas menurut Syahyuti adalah berasal dari bahasa Latin, yaitu “*Cum*” yang mengandung arti *together* (kebersamaan) dan “*Munus*”, yang bermakna *the gift* (memberi) antara satu sama lain. Maka dapat diartikan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang saling berbagi dan mendukung antara satu sama lain.¹¹

¹⁰ Mahmuddin, Mahmuddin. "Strategi Dakwah Terhadap Masyarakat Agraris." *Jurnal Dakwah Tabligh* (2013): h. 103.

¹¹ Syahyuti, pembangunan pertanian dengan pendekatan komunitas, (Kasus Rancangan

Komunitas Pendakwah Keren (KPK) adalah komunitas pendakwah yang dibuat oleh dai-dai milenial yang sebagian besarnya keluaran dari TV nasional seperti, MNC TV, AKSI indosiar, dan ANTV kemudian membentuk komunitas dakwah dengan visi misi yang sama karena mereka melihat maraknya dai yang tidak ingin menyampaikan dakwah karena tidak mendapatkan uang, sehingga mereka membentuk komunitas dakwah agar mereka dapat menyampaikan dakwah tanpa ada kata tapi. seperti, ingin berdakwah tapi tidak ada bayarannya, ingin berdakwah tapi lokasi dakwahnya jauh, dan ingin berdakwah tapi tidak memiliki biaya transportasi untuk kesana. Karena para dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) mereka beranggapan bahwa jikalau mereka ingin menolong agama Allah Swt pastilah Allah Swt akan membantu mereka.

Dengan melihat kondisi ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serta pengkajian yang mendalam terhadap strategi komunikasi dai komunitas pendakwah keren (KPK) dalam meningkatkan dakwah di Kabupaten Maros. Hal inilah yang menjadi latar belakang penulis melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Dalam Meningkatkan Dakwah Di Kabupaten Maros”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana profil Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Kabupaten Maros?
2. Bagaimana strategi komunitas pendakwah keren (KPK) terhadap

komunikasi dai dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros?

3. Apa saja faktor penghambat dan pendukung pada komunikasi dai komunitas pendakwah keren (KPK) dalam meningkatkan dakwah di Kabupaten Maros ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertulis diatas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan profil komunitas pendakwah keren (KPK) Kabupaten Maros.
2. Untuk mengetahui strategi komunitas pendakwah keren (KPK) terhadap komunikasi dai dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung pada komunikasi dai komunitas pendakwah keren (KPK) dalam meningkatkan dakwah di Kabupaten Maros.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan kepada pembaca mengenai strategi komunikasi dai komunitas pendakwah keren (KPK) dalam meningkatkan dakwah.
- b. Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan

ilmiah yang berharga bagi pengembangan ilmu metode komunikasi dakwah.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Peneliti berharap semoga adanya penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan informasi dan dokumentasi ilmiah oleh Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Unismuh Makassar. Diharapkan juga adanya pengkajian yang lebih mendalam lagi mengenai strategi komunikasi yang dapat digunakan dai dalam upaya meningkatkan dakwah.

b. Untuk Komunitas Pendakwah Keren (KPK)

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan sumbangan pemikiran dalam kegiatan menyampaikan materi agama dengan benar dan tepat sasaran sebagai upaya menyebarkan dakwah islam dan mengembangkan dakwah, dan dapat menjadi bahan evaluasi, dan bahan yang berharga untuk terus melakukan dakwah dimanapun berada.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Kajian Teori*

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Secara etimologi, strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *stratos* yang berarti pasukan perang dan *agein* yang berarti memimpin. Jadi strategi adalah ilmu tentang memimpin pasukan¹². Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹³ Pengertian strategi menurut Ahmad S. Adnanputra, M.A, M.S., pakar Humas dalam naskah *workshop* berjudul *PR Strategy* (1990), mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.¹⁴ Sedangkan menurut Bennet, mengartikan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.¹⁵ Marthin-Anderson mengatakan bahwa “strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam

¹² Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center for Strategic and International Studies-CSIS 1978) h, 7.

¹³ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988) h, 859.

¹⁴ Rosady Ruslan, SH, MM, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h.133.

¹⁵ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations* (Jakarta: Penerbit Erlangga,2007), h.2.

mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien¹⁶

Menurut Marrus, strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat tercapai.¹⁷ Berdasarkan beberapa pengertian strategi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang sudah direncanakan dengan matang untuk menentukan tindakan dalam mencapai tujuan tertentu. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidaklah berfungsi sebagai peta jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁸

Strategi pada awalnya digunakan dalam masa perang, pada saat itu merupakan siasat untuk mengalahkan musuh atau lawan mereka. Namun pada akhirnya strategi sudah berkembang pesat dan digunakan untuk semua kegiatan organisasi, termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama. Pada dasarnya tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi atau perencanaan, karena segala tindakan dan perbuatan itu tidak terlepas dari strategi. atau perencanaan, karena segala tindakan dan perbuatan itu tidak terlepas dari strategi.

Selain itu, menurut Ali Moestopo, strategi mempunyai ciri – ciri sebagai berikut.¹⁹

¹⁶ H. Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013) h. 61.

¹⁷ Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2022) h 31

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), h.32.

¹⁹ Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, Jakarta : centre for strategic and international studies – CSIS, 1978), H.8

- 1) Memusatkan perhatian kepada kekuatan. Dalam pendekatan strategis, kekuatan bagaikan fokus pokok.
- 2) Memusatkan perhatian kepada analisa dinamik, analisis gerak dan analisis aksi.
- 3) Strategi memusatkan perhatian kepada tujuan yang ingin dicapai serta gerak untuk mencapai tujuan tersebut.
- 4) Staretegi memperhitungkan faktor-faktor waktu (masa lalu, masa kini dan masa depan) serta faktor lingkungan.
- 5) Strategi berusaha menemukan masalah – masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan. Kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam menuju tujuan yang ingin dicapai.

Secara umum, perhitungan yang melibatkan sejumlah kebijakan dan tahapan implementasi dapat dianggap sebagai strategi. Di sisi lain, strategi Muslim dapat dipahami sebagai garis konflik yang memerlukan penetapan tujuan mendasar, pribadi, geografis atau fisik, serta sarana, waktu dan sumber daya untuk mencapai tujuan akhir. Ada definisi strategi yang lebih tepat selain yang umum, termasuk strategi Hameld dan Prahalad. Keduanya menggunakan definisi strategi berikut: "Strategi adalah tindakan berkelanjutan yang dilakukan berdasarkan apa yang diantisipasi oleh *mad'u* di masa depan. Akibatnya, perencanaan biasanya

dimulai dengan situasi saat ini. Pengenalan inovasi kelembagaan dan modifikasi.²⁰

b. Teori Strategi Fred R David

Menurut Fred R David, strategi adalah, "*Strategic management can be defined as the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions that enable an organization to achieve its objectives.*"²¹

Fred R David mengatakan bahwasanya dalam proses strategi ada tahapan-tahapan yang harus diperhatikan yaitu:

1) Perumusan Strategi

Hal-hal yang termasuk dalam perumusan strategi ialah pengembangan tujuan mengenai peluang dan ancaman baik eksternal maupun internal, serta memilih strategi untuk dilaksanakan. Pada tahap ini adalah proses perancangan dan penyeleksian berbagai strategi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Perumusan strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu²²

2) Implementasi Strategi

Ini sering disebut dengan tindakan strategi, karena implementasi berarti memobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan.

²⁰ *Ibid*, 25.

²¹ Fred R David, *Manajemen Strategis: Konsep Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011)

²² Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies-CSIS, 1078), H.8

Penerapan strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan seseorang untuk memotivasi, strategitersebut dirumuskan namun bila tidak diterapkan di organisasi atau perusahaan maka tidak ada gunanya. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengoorganisasian sumber daya yang ditampakkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi

3) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap terakhir, yang merupakan seorang pemimpin harus tahu kapan strateginya berhasil atau tidak, aktivitas penilaian strategi yang mendasar terdiri dari:

- a) Peninjauan ulang faktor internal dan eksternal yang menjadi sebuah landasan strategi yang dibuat.
- b) Pengukuran kinerja
- c) Pengambilan langkah korektif.

Penilaian strategi diperlukan karena apa yang berhasil saat ini tidak selalu berhasil nanti. Keberhasilan senantiasa menciptakan hal atau persoalan baru dan berbeda, organisasi atau perusahaan yang mudah berpuas diri maka akan mengalami kegagalan.

c. Teori Strategi Komunikasi Menurut Hafid Cangara

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tentara. Jadi strategi adalah konsep militer yang

bisa diartikan sebagai seni perang para jendral, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.²³

Sebuah strategi komunikasi dilakukan dengan mengkombinasikan semua elemen komunikasi yang sengaja untuk dirancang sedemikian rupa dengan maksud tercapainya tujuan komunikasi yang diinginkan. Penggunaan strategi komunikasi dalam menunjang ketercapaian tujuan komunikasi yang diinginkan bukan hanya sebagai petunjuk apa yang harus dilakukan, tetapi juga menunjukkan bagaimana cara pelaksanaannya.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

2. Komunikasi

a. Pengertian komunikasi

Ungkapan komunikasi berasal dari kata *communication* (dalam bahasa Inggris) dan *communicatus* (dalam bahasa Latin), yang berarti berbagi atau milik bersama, adalah asal kata komunikasi. Oleh karena itu, upaya untuk berbagi dalam rangka meningkatkan kesatuan disebut sebagai komunikasi. Untuk penjelasan yang lebih mendalam, komunikasi adalah tindakan seseorang menanggapi perilaku atau simbolisme manusia lain melalui manusia lainnya. Dialog tersebut bertujuan untuk menumbuhkan pemahaman di antara para pihak.²⁴

²³ Hafied Cangara, "Komunikasi politik konsep, teori dan strategi." (2011). h.47.

²⁴ Edward Ariyanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sejarah, Hakikat, dan Proses* (Yogyakarta: DIVA Press, 2021), h.50.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi antar keduanya.²⁵

Bernard Berelson dan Gray A. Steiner mendefinisikan komunikasi sebagai “transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, tindakan dan sebagainya. Dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. “Donald byker dan Lorent J. Anderson mengatakan bahwa berbagi informasi antara dua orang atau lebih disebut sebagai komunikasi.” Carl Hovland "Seseorang (komunikator) memberikan rangsangan (seringkali simbol linguistik) kepada orang lain untuk mempengaruhi mereka. Komunikasi merupakan proses pertukaran dan pemaknaan pesan dalam pikiran individu, antar-individu atau kelompok individu melalui interaksi sosial baik secara tatap muka atau tidak secara tatap muka, seperti berkirim surat atau online.²⁶

Komunikasi merupakan sebuah proses interaksi, dilihat dari sudut pandang biologis komunikasi dari eksperimentasi adalah kecenderungan bertindak dengan upaya individu yang bertindak secara aktif dalam aspek kehidupan manusia. Ada hambatan tertentu dalam komunikasi yang dapat mempengaruhi distribusi dan kepentingan. Seperti dalam komunikasi politik yang dikutip oleh seorang sosiolog J. D. Halloran, pengamat komunikasi massa, mengeluh tentang banyaknya studi komunikasi yang mengabaikan satu karakteristik yang penting yaitu bahwa komunikasi terjadi dalam suatu matriks sosial.²⁷

²⁵ Defita Wulansari, *Media Massa dan Komunikasi* (Semarang: Mutiara Aksara, 2021), h.25.

²⁶ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi: Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), h. 2.

²⁷ Fachrul Nurhadi Zikri, *Teori Komunikasi Kontemporer* (Jakarta: Kencana, 2017), h. 1.

Manusia saling bergantung satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Proses interaksi, yang meliputi ketergantungan antara orang-orang baik secara individu maupun kelompok, secara kolektif disebut sebagai "komunikasi." Diakui atau tidak, komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia. Di satu sisi, kebutuhan komunikasi bahkan telah menjadi prasyarat tersendiri dari keberadaan manusia sebagai makhluk sosial.

Salah satu fungsi komunikasi adalah sebagai komunikasi sosial, setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan lain-lain melalui dialog yang menghibur dan menjalin hubungan dengan orang lain. Kita dapat berkolaborasi dengan anggota masyarakat lainnya (termasuk keluarga, komunitas tertentu, kelompok belajar, universitas, dan bangsa secara keseluruhan) melalui komunikasi untuk mencapai tujuan bersama.

Orang yang tidak pernah berinteraksi dengan orang lain pasti akan merasa tidak memiliki kemampuan untuk mengatur diri mereka sendiri dalam lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi.²⁸

Komunikasi di dunia Islam pun sebenarnya telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Sama seperti fenomena komunikasi yang terjadi pada zaman Isa- Al-Masih, komunikasi Islam pun lebih berorientasi pada

²⁸ *Ibid*, h. 3

sistem dakwah yang berusaha mengubah atau mempengaruhi alam pikiran seseorang untuk mengikuti syariat Islam.

Komunikasi terjadi apabila terdapat suatu kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dan diterima oleh komunikan. Jika tidak terjadi kesamaan antara komunikator dengan komunikan, maka komunikasi itu tidak efektif.

Manusia sebagai makhluk sosial yang telah ditakdirkan untuk hidup secara berkelompok. Mempelajari komunikasi dapat dikategorikan dalam dua hal, yaitu aspek umum dan khusus. Aspek umum, memperoleh pemahaman tentang ilmu yang berkaitan dengan proses komunikasi.

b. Pengertian Komunikasi menurut Para Ahli

- 1) Komunikasi adalah proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi.
- 2) Komunikasi adalah suatu prosedur di mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lain.
- 3) Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain/ khalayak.
- 4) Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, angka, dan lain-lain.
- 5) Raymond beranggapan bahwa komunikasi sebuah proses transaksional yang mencakup kegiatan menyeleksi, memilih, dan membagikan makna,

di mana makna-makna tersebut bisa berasal dari pengalaman sendiri, ataupun beberapa sumber lain.²⁹

c. Teori komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungan. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah suatu tanda komunikasi.

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris „communication“ berasal dari Bahasa Latin „communication“, bersumber dari „communis“ yang berarti “sama”. Sama disini adalah dalam pengertian “sama makna”. Komunikasi minimal harus mengandung “kesamaan makna” karena kegiatan komunikasi itu tidak bersifat “informatif” saja, yakni agar orang mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan dan lain-lain.

Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu, dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung). Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh oleh komunikan.

²⁹ Edward Ariyanto, *op. cit.*, h. 53-55

Terdapat beberapa macam teori komunikasi, diantaranya sebagai berikut :³⁰

1) Anwar Arifin

Menurut Anwar Arifin, komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan komunikasi sebagai proses sosial komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

2) Teori (S-O-R)

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari psikologi. Kemudian menjadi teori komunikasi tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah.³¹

a) Pesan (Stimulus, S)

b) Komunikan (Organism, O)

c) Efek (Response, R)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” bukan “what” dan “why”. Jelasnya how to communicate, dalam hal ini

³⁰ Kunandar, Alip Yog. *Memahami Teori-Teori Komunikasi*. Galuh Patria, 2019. h.46.

³¹ Hamson, Zulkarnain. "Teori komunikasi." h.6.

how to change the attitude, bagaimana mengubah sikap komunikasi. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang diterima benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi. Proses berikutnya komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah ketersediaan untuk mengubah sikap.

3) The Theory of Cognitive Dissonance (Teori Dissonansi Kognitif)

Istilah disonansi kognitif dari teori yang ditampilkan oleh Leon Festinger ini berarti ketidaksesuaian antara kognisi sebagai aspek sikap dengan perilaku yang terjadi pada diri seseorang. Orang yang mengalami disonansi akan berupaya mencari dalih untuk mengurangi disonansinya itu. Pada umumnya orang berperilaku konsisten dengan apa yang diketahuinya. Tetapi kenyataan menunjukkan bahwa sering pula seseorang berperilaku tidak konsisten seperti itu.

Untuk memperjelas teorinya itu, Festinger menyajikan contoh perihal pengurangan disonansi. Banyak orang yang percaya akan adanya orang yang membersihkan giginya tiga kali sehari. Tetapi banyak pula orang mungkin paling banyak percaya akan adanya orang yang tidak menggosok gigi sesering itu. Jadi disonansi terjadi antara kepercayaan dan perilakunya. Orang-orang seperti itu akan mudah dipengaruhi oleh komunikasi yang menyatakan bahwa sungguh-sungguh berbahaya jika menggosok gigi terlalu sering, atau oleh komunikasi yang menyatakan bahwa sebuah merek pasta gigi menggunakannya cukup satu kali

saja. Jika kedua komunikasi itu diterima dan dipercaya, maka pengurangan disonansi terjadi. Tetapi sebaliknya kalau ada seseorang yang berupaya mempersuasi orang lain dengan menyatakan bahwa sebenarnya demi kesehatan gigi hendaknya digosok lima kali sehari, maka komunikasi seperti itu akan ditentangnya, dalam arti kata orang itu tidak dapat dipengaruhi. Jelaslah bahwa jika orang itu menerima komunikasi tersebut akan meningkatkan disonansi antara kepercayaan dengan perilaku. Jadi komunikasi persuasif akan sangat efektif, apabila mengurangi disonansi dan tidak efektif jika meningkatkan disonansi.

Dalam teori komunikasi terdapat tiga strategi utama komunikasi yang dapat mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk merubah sikap atau perilaku, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Berikut macam-macam strategi komunikasi:³²

a) Informatif

Informatif adalah strategi yang digunakan untuk mendorong perubahan pada diri orang lain, dengan cara memberikan informasi agar orang tersebut memiliki pengetahuan yang sama. Naratif diartikan juga sebagai segala sesuatu yang bersifat member informasi atau menerangkan. Dalam kehidupan sehari-hari informasi sering kali dikaitkan dengan makna berita, penerangan, dan pengetahuan. Kalau kita perhatikan orang duduk didepan TV, mendengar radio atau membaca surat kabar, maka kita bisa menduga bahwa ia memerlukan informasi.

³² Artis, Artis. "Strategi komunikasi public relations." *Sosial Budaya* (2011): h.189.

b) Persuasif

Persuasif adalah strategi yang digunakan untuk membujuk orang sehingga secara tidak sadar mengikuti keinginan komunikator yang menyampaikan bujukan. Karenanya komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, perilaku, seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan. Pendekatan persuasif adalah pendekatan yang menekankan kegiatan psikologis, membujuk, merayu dan mempengaruhi pendapat sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri baik itu perubahan pada sifat, sikap dan tingkah lakunya. Komunikasi persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian mad'u. Upaya ini dilakukan tidak hanya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga penampilan ketika menghadapi khalayak. Sebagai contoh, dakwah yang dilakukan dengan metode pidato (ceramah persuasif). Sebelum juru dakwah bermaksud mencapai tujuan dakwah terlebih dahulu harus berusaha membangkitkan perhatian mad'u.

c) Edukatif

Edukatif adalah strategi yang digunakan untuk mendidik yang memiliki tendensi ke arah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya. Misalnya dalam rumah tangga, ibu mencoba mengajarkan anak untuk mencuci tangan sebelum makan, di sekolah rumus matematika diajarkan untuk diketahui dan diselesaikan, dalam pendidikan masyarakat peserta didik diajarkan menjahit dengan memberi petunjuk. Suatu hal yang harus diketahui bahwa strategi edukatif ini harus disampaikan kepada komunikator yang lebih mengetahui masalah itu dari peserta didik. Karena itu

seorang komunikator diharuskan mempelajari lebih awal isi pesan materi pendidikan sebelum disampaikan.

d. Macam-macam atau jenis Komunikasi

Secara umum, jenis komunikasi di bagi ke dalam 2, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.³³

1) Komunikasi Verbal

Verbal communication merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan atau lisan. Seperti contoh berbicara dengan orang lain, menelepon kawan, presentasi makalah, membacakan puisi, membaca surat kabar, mendengarkan radio dan menonton televisi. Komunikasi verbal walaupun lebih kecil persentase keberhasilannya bahkan menurut Ross hanya 35 persen- dibanding komunikasi nonverbal, tetaplah dibutuhkan karena ada beberapa situasi yang tidak bisa disampaikan komunikasi kita secara nonverbal. Melalui komunikasi ini diharapkan orang akan memahami apa yang disampaikan komunikator secara apa adanya. Komunikasi diharapkan membaca atau mendengar apa yang dikatakan.

2) Komunikasi Nonverbal

Bentuk komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang memiliki sifat kurang terstruktur sehingga sulit untuk dipelajari. Apalagi perbedaan daerah, pendidikan, ruang lingkup sosial akan mempunyai latar belakang yang berbeda, bisa menyebabkan penafsiran atas sesuatu yang tidak sama pula sehingga

³³ Mukarom, Zaenal. "Teori-Teori Komunikasi." *Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020). h.16

pemahaman akan komunikasi nonverbal tetaplah merupakan suatu kondisi yang harus dipelajari. Pentingnya komunikasi nonverbal antaralain:³⁴

- a) Penyampaian pesan yang didasarkan akan perasaan dan emosi akan sangat kelihatan alami.
- b) Dengan memperhatikan isyarat nonverbal seseorang dapat mendeteksi atau menegaskan kejujuran pembicara.
- c) Bersifat efisien

e. Fungsi Komunikasi

Selain berbagi berita komunikasi juga mengacu pada tindakan individu dan kelompok termasuk pertukaran informasi, fakta, dan ide dan pesan. Bila dilihat dari makna ini, ada beberapa unsur yang melekat dalam proses komunikasi, yaitu:

- 1) Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, dan transmisi berita, data, foto, fakta, pesan, opini, dan komentar diperlukan untuk memahami dan bertindak secara jelas terhadap keadaan lingkungan dan orang lain.
- 2) Sosialisasi (kemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
- 3) Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan

³⁴ Mukarom, Zaenal. "Teori-Teori Komunikasi." *Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020). h.17

keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang di kejar.

- 4) Berdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang di perlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang di perlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- 5) Pendidikan, pengetahuan dapat mendorong pertumbuhan intelektual, pengembangan karakter, dan pembangunan keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan.
- 6) Meningkatkan kualitas hidup seseorang, mempromosikan karya kreatif dan budaya untuk melestarikan artefak sejarah, dan mendorong perkembangan budaya melalui perluasan perspektif seseorang, menumbuhkan imajinasi, dan mendorong tuntutan estetika.
- 7) Hiburan, memberikan isyarat, simbol, suara, dan gambar melalui teater, tari, sastra, musik, olahraga, rekreasi, dan kegiatan lainnya.
- 8) Integrasi, memberi bangsa, kelompok, untuk memahami satu sama lain dan menghormati pendapat dan keinginan orang lain dan orang kesempatan untuk menerima pesan yang mereka butuhkan.³⁵

³⁵ Heri Budianto, *Teori Komunikasi Kontemporer* (Cet.I; Jakarta: Kencana, 2017), h. 5-6.

3. Dakwah

a. Definisi ilmu dakwah

Dakwah secara etimologis (*lughatan*) berasal dari bahasa Arab *da'a*, *yad'u*, yang berarti memerintahkan, memanggil, dan makada'watan, yang berarti ajakan, himbauan, dan seruan kepada Islam. Dakwah Islam memiliki sejumlah definisi terminologis yang telah ditetapkan oleh para ulama, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut: misalnya, Syed Qutb mendefinisikan dakwah sebagai memerintahkan atau mengajak orang lain untuk mengikuti *sabilillah* (jalan Tuhan), bukan dakwah. Saya atau sekelompok orang tertentu. Dua ciri dakwah dapat dibedakan menurut Buka Zarah: Pelaksanaan dakwah individu didahulukan. Kedua, adanya organisasi dakwah untuk mengemban misi dakwah. Prof.DR. Tuty A.S. lebih cenderung berpandangan bahwa dakwah adalah proses transaksional untuk mengubah perilaku seseorang melalui proses persuasi, komunikasi, dan pembelajaran berkelanjutan ketika menulis tentang makna dakwah. (Dakwah pada proses transaksional membawa perubahan perilaku pada individu melalui urutan komunikasi, persuasi, dan pembelajaran berkelanjutan). Setiap pendakwah agama apapun harus berusaha mempengaruhi orang lain agar berperilaku dan berperilaku sesuai dengan agamanya, sesuai dengan Prof.DR. Achmad Mubarak, yang mendefinisikan dakwah sebagai upaya membujuk orang lain untuk berperilaku dan berperilaku sebagaimana dai berdakwah. Dengan demikian, tujuan dakwah Islam adalah membujuk orang lain untuk berperilaku sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (memeluk Islam).³⁶

³⁶ Dalinur M. Nur, "Dakwah Teori, Definisi dan Macamnya." *Wardah* 12.2 (2011): 135-

b. Unsur-Unsur Dakwah

Setiap tindakan dakwah mengandung unsur-unsur dakwah yang bersifat tetap. Komponen tersebut meliputi, dai (pelaku dakwah), *mad'u* (objek dakwah), materi dakwah, dan wasilah (media dakwah) thariqah (metode), dan *atsar* (efek dakwah)³⁷

1) Dai (pelaku dakwah)

Istilah "dai" biasanya digunakan untuk menyebut muballigh (orang yang menyempurnakan ajaran Islam), namun pada kenyataannya, deskripsi ini memiliki arti yang sangat spesifik karena kebanyakan orang cenderung mengasosiasikannya dengan individu yang secara lisan menyampaikan ajaran Islam, seperti ustadz, ustadzah, dan sebagainya. Atau dengan kata lain, dakwah berasal dari dai. Umumnya dikenal sebagai orang-orang yang melakukan kegiatan dakwah. Dengan kata lain, seorang dai harus meniru prestasi Nabi Muhammad dengan mengikuti teladannya dan jalan Rasulullah. Pada hakikatnya, semua muslim secara otomatis mengemban tugas sebagai muballigh, atau orang yang memberikan nasehat, istilah "komunikator" mengacu pada bahasa komunikasi. Karena tanpa dai, ajaran Islam hanyalah cita-cita yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, partisipasi dai dalam operasi dakwah sangat penting.

2) *Mad'u* (objek dakwah)

Komponen dakwah yang kedua adalah *Mad'u*, yang mengacu pada individu atau kelompok orang yang akan mendengar pesan tersebut, baik yang

beragama Islam maupun yang bukan. Dengan kata lain, semua orang. Sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. Saba'/34 :28

﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾

Terjemahnya:

“Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui.”³⁸

Mengajak orang masuk Islam adalah tujuan dakwah, sedangkan meningkatkan kualitas keimanan, keislaman, dan ihsan adalah tujuan dakwah bagi yang sudah beragama Islam. Mereka yang menerima dakwah ini lebih tepat disebut sebagai *mad'u* dakwah daripada objek dakwah, karena istilah yang terakhir menyiratkan kepasifan dari pihak penerima, sedangkan dakwah adalah tindakan memprovokasi orang lain untuk dapat menerima ajaran yang dibawakan.

3) Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah (media) Metode menyebarkan prinsip-prinsip Islam. Dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah untuk menyebarkan keyakinan Islam di kalangan masyarakat, termasuk:³⁹

- a) Lisan: Jenis dakwah wasilah yang paling sederhana, hanya menggunakan mulut dan suara, wasilah ini dapat digunakan untuk menyebarkan berita melalui pidato, ceramah, ceramah, nasihat, konseling, dan sarana lainnya.
- b) Artikel, buku, majalah, surat kabar, surat (korespondensi), poster, dan bahan

³⁸ Kementrian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*, h, 431.

³⁹ Aminuddin. *Konsep Dasar Dakwah*, Al-Munzir (2016), h. 9.

lainnya.

- c) Gambar seperti lukisan, kartun, dan karikatur.
- d) Media audio visual, seperti televisi, film, dan perangkat lain yang menarik bagi indera pendengaran atau penglihatan.
- e) Akhlak, lebih khusus lagi, perbuatan nyata yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam yang dapat diapresiasi dan didengar oleh *Mad'u*

Pada umumnya dakwah menggunakan berbagai wasilah yang dapat menggugah indera manusia dan menarik perhatian pada dirinya sendiri. Masyarakat yang menjadi tujuan dakwah akan semakin berupaya memahami ajaran Islam dengan lebih tepat dan efektif wasilah tersebut dimanfaatkan.⁴⁰

4) *Thariqah*

Metode wasilah *tariqah* (metode) wasilah adalah sesuatu yang sangat erat hubungannya dengan itu. Jika wasilah adalah sarana dimana ajaran Islam ditransmisikan atau dikomunikasikan, maka *tariqah* adalah strategi yang digunakan dalam dakwah. Metode adalah pendekatan yang terorganisir dan metodis untuk mempraktikkan suatu atau cara melakukan sesuatu. Seorang dai menggunakan metode dakwah untuk menyampaikan materi dai, seperti al-Islam, atau dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.⁴¹ Dakwah adalah metode yang digunakan subjek dakwah untuk menyampaikan materi dakwah. Pendekatan atau teknik yang digunakan para penafsir dakwah untuk berbagi.

⁴⁰ *Ibid*, h.56.

⁴¹ Hidayat, Rosyi Ibnu. "Thariqah Sebagai Pesan Dakwah Menuju Kebahagiaan Hidup." *Al-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman* (2021) h.17

5) *Atsar* (Efek Dakwah)

Atsar (efek), yang sering dikenal sebagai umpan balik dari proses dakwah, seringkali diabaikan atau tidak dipikirkan oleh para dai. Sebagian besar dari mereka percaya bahwa setelah dakwah diberikan, itu sudah berakhir. *Atsar* sebenarnya memiliki peran penting dalam menentukan langkah dakwah selanjutnya.

c. Urgensi Dakwah

Seorang pendakwah hendaknya terlebih dahulu berperang dengan yang bersarang dalam dirinya melalui *jihad bil-nafs* sebelum berhadapan dengan musuh lain. Untuk memperoleh keberhasilan yang gemilang, seorang pendakwah juga perlu mempersiapkan beberapa hal, seperti: wawasan yang luas terutama dalam bidang agama, memahami kandungan Al-Quran, iman yang kuat, sabar, optimis dan rela berkorban, baik waktu, pikiran dan tenaga maupun harta. Tidak kalah pentingnya, yaitu semangat yang tinggi dalam mencapai tujuan, menyiapkan diri bekerja secara terus menerus, teratur dan berkesinambungan.

Selanjutnya, apa pentingnya berdakwah, secara lahiriyah dapat diketahui harus ada sekelompok orang yang terorganisir dan terkordinir untuk mengajak orang lain kepada berbuat baik dan menegakkan kebenaran di tengah-tengah masyarakat. Secara formal tugas mengajak lebih tepat apabila diemban oleh para ilmuwan (ulama). Sedangkan untuk mencegah kemunkaran tersebut lebih signifikan apabila ditangani pihak berwenang (penegak hukum, seperti polisi,

jaksa dan hakim).⁴²

Dengan demikian, maka yang dimaksud dengan *ummah yad'una ila al-khair wa ya'muru bil ma'ruf wa yanhawna a'anil munkar* tersebut adalah terbinanya sinergi atau kerja sama dan sama berkerja antara ilmuwan agama di satu sisi dengan penegak hukum di sisi lain. Namun, secara informal bahwa siapapun yang melihat dan menyaksikan kemunkaran hendaknya dia cegah, sesuai kemampuan dan kapasitasnya masing-masing.⁴³

Kemudian tidak kalah pentingnya supaya dakwah dapat berjalan secara efektif adalah dengan memperhatikan sasaran dakwah itu sendiri, baik dari aspek budaya maupun karakter dan wawasannya. Dengan demikian, maka cara berdakwah tersebut bisa dilalui dengan lisan dan perilaku. Bahkan, dakwah *bil hal* jauh lebih efektif dibanding dakwah *bil lisan*. Kemudian ada lagi dakwah yang dilakukan antar pribadi (*fardiyah*), dakwah yang disampaikan kepada khalayak umum (*ammah*), seperti ceramah, khutbah dan pidato. Selain itu, ada lagi dakwah melalui media, baik tulis (*bil-kitabah*) maupun media massa elektronik, seperti audio-visual dan sebagainya. Orang Islam itu tidak cukup hanya menjalankan ibadah pribadinya saja, seperti shalat, puasa, zakat dan haji. Namun jauh lebih dari itu, juga harus mampu memberi pencerahan kepada orang lain.

⁴² Urgensi Dakwah Dalam Islam, Situs Resmi IAIN Padang Sidempuan. Diakses 03 Oktober 2022

⁴³ *Ibidh.* 72.

4. Komunitas

a. Pengertian Komunitas

Kata komunitas menurut Syahyuti adalah berasal dari bahasa Latin, yaitu “Cum” yang mengandung arti together (kebersamaan) dan “Munus”, yang bermakna the gift (memberi) antara satu sama lain. Maka dapat diartikan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang saling berbagi dan mendukung antara satu sama lain.⁴⁴ Iriantara dalam buku *Management Strategis Public Relations* mendefinisikan makna komunitas adalah sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama.⁴⁵ Menurut Larry Lyon, komunitas adalah kelompok orang yang bertempat tinggal di suatu wilayah tertentu, mempunyai kepentingan bersama, saling berinteraksi satu dengan yang lainnya.⁴⁶ Komunitas adalah sejumlah keluarga dan individu-individu yang menempati sejumlah wilayah yang saling berdekatan, ditandai oleh aspek-aspek kehidupan bersama seperti kesamaan dalam cara produksi, kebiasaan atau tradisi dan bentuk bahasa.⁴⁷

Menurut Wenger dalam buku *Cultivating Communities of Practive* komunitas itu adalah sekumpulan orang yang saling berbagi masalah, perhatian atau kegemaran terhadap suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi secara terus-menerus. Selain itu,

⁴⁴ Syahyuti, pembangunan pertanian dengan pendekatan komunitas, (Kasus Rancangan Program Prima Tani. Forum Penelitian Agro Ekonomi, 2005), h.102.

⁴⁵ Iriantara, Yosol. *Manajemen Strategis Public Relations*, (Jakarta: Ghalia, 2004) h.22.

⁴⁶ Esrom Aritonang, dkk. *Pendampingan Komunitas Pedesaan*, (Jakarta: Sekretariat Bina Desa, 2001) h. 11

⁴⁷ *Ibid* h. 41.

pengertian komunitas ada yang mengacu pada orang yang berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus, seperti para penyandang cacat atau kelompok imigran.⁴⁸

Komunitas dapat dimaknai sebagai sebuah kelompok dari suatu masyarakat atau sebagai sekelompok orang yang hidup di suatu area khusus yang memiliki karakteristik budaya yang sama. Apapun definisinya, komunitas harus memiliki sifat interaksi. Interaksi yang ditekankan lebih kepada interaksi informal dan spontan daripada interaksi formal, serta memiliki orientasi yang jelas. Ciri utama sebuah komunitas adalah adanya keharmonisan, egalitarian serta sikap saling berbagi nilai dan kehidupan.

Pengertian komunitas juga dapat mengacu kepada komunitas fungsional, yaitu komunitas yang disatukan oleh bidang pekerjaan mereka dan bukan sekadar pada lokalitasnya saja. Misalnya komunitas dokter, komunitas pengacara yang memang disatukan pada suatu organisasi profesi.

Menurut Etienne Wenger dalam bukunya *Cultivating Communities of Practice*, komunitas mempunyai berbagai macam bentuk dan karakteristik, di antaranya⁴⁹

1) Besar atau kecil

Keanggotaan di beberapa komunitas ada yang hanya terdiri dari beberapa anggota saja dan ada yang mencapai 1000 anggota. Besar atau kecilnya anggota di suatu komunitas tidak menjadi masalah, meskipun demikian komunitas yang

⁴⁸ Etienne Wenger, *Cultivating Communities Of Practice*, (Boston: Harvard Business School Press, 2014), h. 23

⁴⁹ Etienne Wenger, *Cultivating Communities Of Practice*, (Boston: Harvard Business School Press, 2014) h. 24.

memiliki banyak anggota biasanya dibagi menjadi sub divisi berdasarkan wilayah sub tersebut.

2) Terpusat dan tersebar

Sebagian besar suatu komunitas berawal dari sekelompok orang yang bekerja ditempat yang sama atau memiliki tempat tinggal yang berdekatan. Sesama anggota komunitas saling berinteraksi secara tetap serta ada beberapa komunitas yang tersebar di berbagai wilayah.

3) Berumur panjang atau berumur pendek

Terkadang sebuah komunitas dalam perkembangannya, memerlukan waktu yang cukup lama, sedangkan jangka waktu keberadaan sebuah komunitas sangat beragam. Beberapa komunitas dapat bertahan dalam jangka tahunan tetapi juga ada komunitas yang berumur pendek.

4) Internal atau Eksternal

Sebuah komunitas dapat bertahan sepenuhnya dalam unit bisnis atau bekerja sama dengan organisasi yang berbeda.

5) Homogen dan Heterogen

Sebagian komunitas berasal dari yang memiliki latar belakangnya sama serta ada juga yang terdiri dari latar belakang yang berbeda. Pada umumnya jika sebuah komunitas berasal dari latar belakang yang sama komunikasi akan lebih mudah terjalin, sebaliknya jika komunitas terdiri dari berbagai macam latar belakang diperlukan rasa saling menghargai dan rasa toleransi yang cukup besar satu sama lain.

6) Spontan dan Disengaja

Beberapa komunitas ada yang berdiri tanpa adanya intervensi atau usaha pengembangan dari suatu organisasi itu sendiri. Anggota secara spontan bergabung karena kebutuhan berbagi informasi dan memiliki minat yang sama. Tetapi dalam beberapa kasus, terdapat komunitas yang sengaja didirikan secara spontan atau disengaja tidak menentukan formal atau tidaknya sebuah komunitas.

7) Tidak Dikenal atau Dibawahi

Sebuah komunitas memiliki berbagai macam hubungan dengan organisasi, baik itu komunitas yang tidak dikenali, maupun komunitas yang berdiri di bawah sebuah institusi atau perusahaan.

b. Ciri -Ciri Komunitas

Suatu komunitas dapat terbentuk berdasarkan ikatan geografis, mata pencaharian, tingkat usia, jenis kelamin atau berdasarkan tingkat-tingkat kepentingan. Terbentuknya komunitas ditentukan oleh adanya ikatan- ikatan yang menciptakan kesatuan keluarga dan individu- individu dalam satu tempat. Ikatan tersebut antara lain: ikatan wilayah, ikatan sosial-ekonomi, ikatan kelas sosial, ikatan usia, ikatan jenis kelamin, dan ikatan kepentingan.⁵⁰

Jim Ife dan Frank Tesoriero memaknai komunitas sebagai suatu bentuk organisasi sosial dengan lima ciri sebagai berikut:

⁵⁰https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertiankomunitas.html#pengertian_komunitas_adalah (diakses pada 15 April 2023)

1) Skala manusia

Suatu komunitas melibatkan interaksi-interaksi pada suatu skala yang mudah dikendalikan dan digunakan oleh individu-individu. Jadi, skalanya terbatas pada orang-orang yang saling mengenal atau dapat dengan mudah untuk saling berkenalan apabila diperlukan dan di mana interaksi-interaksi sedemikian rupa sehingga mudah diakses oleh semua orang.

2) Identitas dan kepemilikan

Pada sebagian orang, kata komunitas akan memasukkan sebuah perasaan 'memiliki' dan dihargai dalam lingkup kelompok tersebut. Hal ini dikarenakan penggunaan istilah anggota komunitas: konsep keanggotaan memiliki arti memiliki, penerimaan oleh yang lain dan kesetiaan kepada tujuan-tujuan kelompok tersebut.

3) Kewajiban – kewajiban

Keanggotaan dari sebuah organisasi membawa baik hak dan tanggung jawab dan sebuah komunitas juga menuntut kewajiban tertentu dari anggotanya. Oleh karena itu, menjadi seorang anggota dari sebuah komunitas seharusnya tidak menjadi pengalaman yang murni pasif, tetapi seharusnya juga melibatkan sesuatu yang partisipasi aktif.

4) Gemeinschaft

Struktur dan hubungan Gemeinschaft terkandung dalam konsep komunitas, sebagai lawan dari struktur dan hubungan Gesellschaft dari masyarakat massa (mass society). Sebuah komunitas akan memungkinkan orang berinteraksi dengan sesamanya dalam keragaman peran yang lebih besar, yang

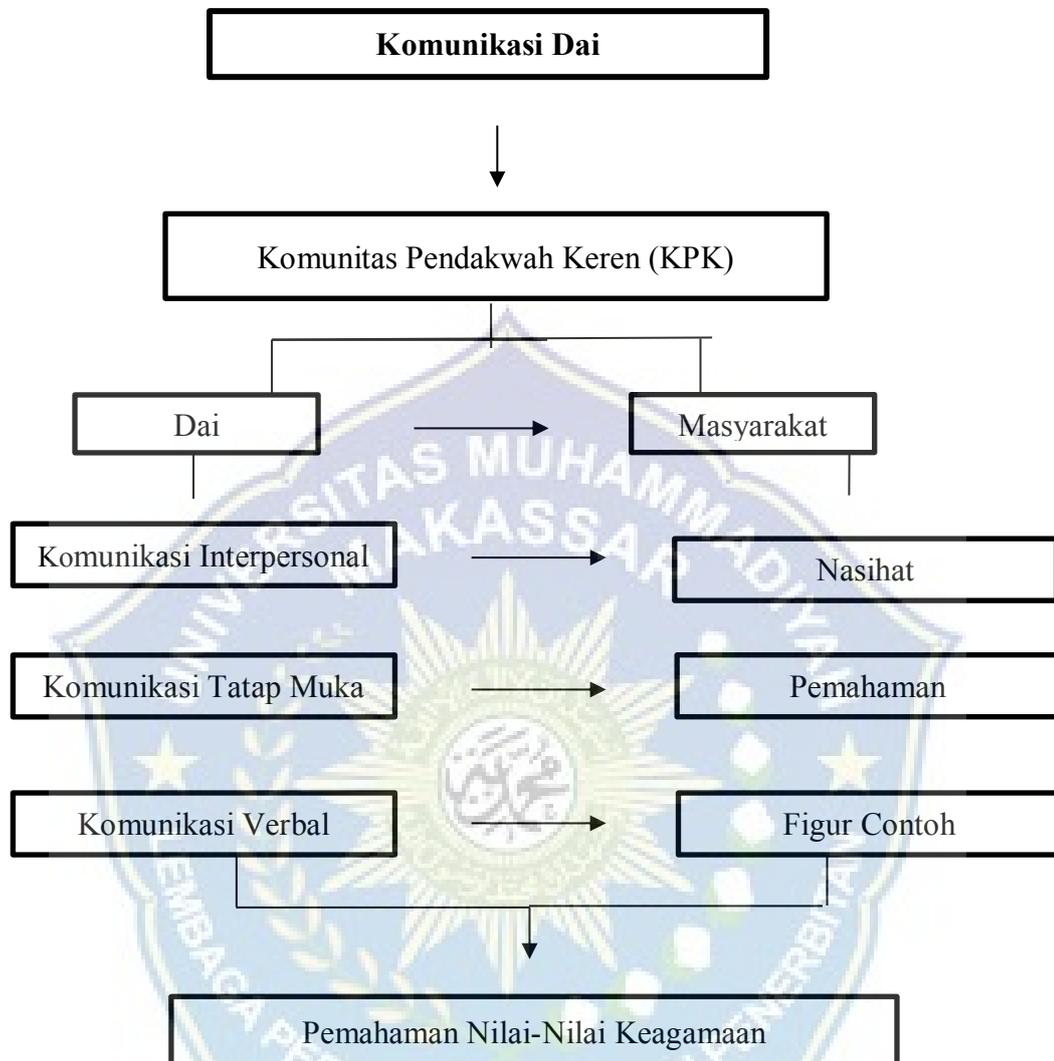
peran tersebut kurang dibeda-bedakan dan bukan berdasarkan kontrak, dan yang akan mendorong interaksi-interaksi dengan yang lain sebagai ‘seluruh warga’ ketimbang sebagai peran atau kategori yang terbatas dan tetap.

5) Kebudayaan

Sebuah komunitas memungkinkan pemberian nilai, produksi dan ekspresi dari suatu kebudayaan lokal atau berbasis masyarakat, yang akan mempunyai ciri-ciri unik yang berkaitan dengan komunitas yang bersangkutan, yang akan memungkinkan orang untuk menjadi produsen aktif dari kultur tersebut daripada konsumen yang pasif, dan yang akan kemudian mendorong baik dari keanekaragaman diantara komunitas maupun partisipasi yang berbasis lebar. ⁵¹



⁵¹ Jiem Ife dan Frank Tesoriero, *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2014) h 191-194.

B. Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa menggunakan teknik statistik.⁵²

Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan analisis data penelitian hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu mengumpulkan data atau informasi untuk disusun, dijelaskan dan dianalisis secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Peneliti ini penelitian kualitatif deskripsi adalah membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang dialami. Berarti metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, analisis data bersifat

⁵² Etta Mamang, Sangadji. "Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian." Yogyakarta: CV Andi Offset (2010). h.26.

induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁵³

2. Pendekatan Penelitian

Merujuk pada pendekatan yang digunakan peneliti yaitu jenis penelitian kualitatif yang tidak mempromosikan teori sebagai alat hendak diuji. Maka teori dalam hal ini berfungsi sebagai hal pendekatan untuk memahami lebih dini konsep ilmiah yang relevan dengan fokus permasalahan. Dengan demikian peneliti menggunakan beberapa pendekatan yang dianggap bisa membantu peneliti :

a) Pendekatan komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri, sebab pertukaran segala bentuk informasi atau pesan terjadi melalui aktivitas komunikasi, baik dengan bersifat verbal ataupun non verbal, sehingga salah satu metode pendekatan guna mendapatkan data yang diperlukan adalah dengan membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat yang ada di tempat penelitian.

⁵³ Dewi Sadiah, Dewi. "Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." (2015): h. 19

b) .Pendekatan emosional

Pendekatan emosional yang dimaksud adalah pendekatan dengan terlebih dahulu mempelajari watak umum masyarakat setempat untuk kemudian membangun sebuah hubungan emosional.

B. Lokasi Dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang akan menjadi lokasi penelitian saya adalah kabupaten Maros dan objek penelitian ini adalah Komunitas Pendakwah Keren (KPK) kabupaten Maros.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) dalam mengembangkan dakwah Kabupaten Maros

D. Deskripsi Penelitian

Adapun deskripsi fokus penelitian dari skripsi ini. Strategi komunikasi yang dimaksud adalah strategi komunikasi dengan metode dakwah dengan lisan, dakwah dengan perbuatan, dan dakwah dengan tulisan. Dakwah dengan lisan yang dimaksud adalah dengan memberi pemahaman kepada masyarakat tentang nilai-nilai keislaman, baik melalui media social ataupun secara langsung (tatap muka) Dakwah dengan perbuatan yang dimaksud adalah dengan memberi contoh atau figur yang baik kepada masyarakat agar bisa menjadi contoh dan dapat diaktualisasikan pada kehidupan sehari-hari. Dan dakwah dengan tulisan yang dimaksud adalah dengan memberi informasi berupa tulisan di media social, berupa kata-kata motivasi dan kata-kata bijak dan dapat dijangkau secara mudah

oleh masyarakat. Sehingga kesadaran masyarakat tentang pentingnya beribadah kepada Allah Swt meningkat. Adapun objek dari penelitian ini adalah ustadz atau dai yang tergabung dalam struktural Komunitas Pendakwah Keren (KPK)

E. Sumber Data

Sumber data penelitian berdasarkan hubungannya dengan penelitian dapat dibagi menjadi tiga yaitu sumber data primer, sumber data sekunder, dan sumber data tersier. Hubungan antara data dengan peneliti merupakan kata kunci penting untuk membedakan apakah kata penelitian yang dikumpulkan berasal dari sumber primer, sekunder, dan tersier. Sementara itu, dari ketiga sumber data tersebut, sumber data primer dan sumber data sekunder adalah yang paling sering dan paling banyak digunakan dalam penelitian. Suatu penelitian dimungkinkan untuk menggunakan lebih dari satu sumber data selama sesuai dengan konstruk yang hendak diukur dan tujuan penelitiannya.⁵⁴ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya kita sebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara.⁵⁵

⁵⁴Mahmud Sholihin, Puspita Ghany Angraini, *Analisis Data Penelitian* (Cet. I; Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2021), h. 25.

⁵⁵Sigit Hermawan, Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis* (Cet. I; Malang: Anggota IKAPI, 2016), h. 28.

2. Data Sekunder

Data sekunder menggunakan bahan yang dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Penelitian ini juga dikenal sebagai penelitian yang menggunakan studi kepustakaan dan yang biasanya digunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kualitatif.⁵⁶

F. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah alat yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dalam pengumpulan data dapat dilakukan secara sistematis.

Adapun alat yang digunakan untuk meneliti yaitu sebagai berikut;

1. Pedoman Wawancara yaitu dengan menyiapkan terlebih dahulu hal-hal yang akan ditanyakan kepada responden.
2. Alat tulis menulis yaitu dengan mencatat hal-hal yang penting saat mengambil informasi atau mendata dari responden atau informan.
3. Tape Recorder/kamera yaitu dengan merekam hasil wawancara antara peneliti dengan responden atau dengan mengambil gambar dari subjek penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif. Observasi merupakan proses melihat, mengamati, serta

⁵⁶Sigit Hermawan, Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis*, h. 29.

mencermati, dan merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan. Observasi adalah mencari data yang akan digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.⁵⁷

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang dinyatakan dalam bentuk tulisan, atau direkam dengan audio ataupun audio visual.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode mengumpulkan data yang digunakan dalam metodologi penelitian social, pada intinya metode ini adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.⁵⁸

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menyusun data agar dapat ditafsirkan serta diketahui kebenaran data tersebut, maka bisa diartikan bahwa analisis data merupakan bagian terpenting, karena dengan analisis data tersebut dapat diberikan arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.

1. Reduksi Data (*Reduction*)

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan, keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Dalam mereduksi data berarti merangkum, memilih dan menfokuskan pada hal-hal yang penting guna mencapai tujuan penelitian.

⁵⁷ Haris Herdiyansyah. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 129.

⁵⁸Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Social lainnya* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2008), h. 121.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian Data merupakan kegiatan yang mengatur sekumpulan data secara sistematis serta mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan. Bentuk representasi data kualitatif bisa berupa teks naratif (berupa catatan lapangan). Dengan menampilkan data, data akan diatur dalam mode relasional agar bisa dipahami dengan mudah.

3. Penarikan kesimpulan (*Verification*)

Verification bisa diartikan sebagai proses penarikan kesimpulan. Dari uraian diatas yang kemudian dirumuskan menjadi suatu rangkaian yang utuh sehingga dapat menghasilkan suatu keputusan yang objektif juga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sehingga mampu memecahkan persoalan yang ada.⁵⁹

⁵⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h. 247.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. sejarah berdirinya komunitas pendakwah keren (KPK)

Awal mula berdirinya Komunitas Pendakwah Keren berawal dari dai-dai muda/pendakwah milenial yang sebagian jebolan dari tv nasional seperti MNC TV, AKSI indosiar dan ANTV dibentuk pada tahun 2017 di Kalimantan Timur yang dibentuk oleh Kiyai Raden Ahmad Affandi M.Psi. Dengan tujuan untuk menegakkan marwah dakwah, menyampaikan dakwah *bil hikmah* (pelajaran), membangun dan membentuk dai, daiyah, dan membangun ummat yang lebih baik dan luas pengetahuan agama dan ummat yang tangguh. Dengan motto ikhlas ruhnya berdakwah tanpa pamri karna banyaknya dai-dai yang berdakwah untuk mencari kebutuhan pokok sehingga banyak pelosok-pelosok daerah yang tidak terjangkau oleh para dai karna tidak bisa membayar biaya untuk mendatangkan seorang dai ke daerah pelosok. Sehingga masih banyak masyarakat pelosok yang masih kurang pengetahuannya kata Ustadz Farid Wajedy S.Pd.I, M.Pd selaku Sekertaris Wilayah Sulawesi Selatan KPK.

Komunitas Pendakwah Keren (KPK) adalah kelompok pendakwah milenial yang berkumpul dengan visi misi yang sama yaitu berdakwah dengan ruhnya dan menyebarkan dakwah dengan bersama-sama agar lebih mudah menyebarkan ajaran islam ke berbagai daerah dan tersampainya ajaran islam dengan mudah dan tepat sasaran kepada *mad'u* yaitu pendengar dakwah.

Jumlah anggota Pada awal perintisan KPK kisaran 15 orang kemudian berdakwah ke beberapa daerah. Sehingga karna banyaknya daerah yang membutuhkan dai ustadz farid wajedy S.Pd.I, M.Pd merekrut dai yang betul-betul ingin berdakwah karena Allah Swt. Sehingga saat ini anggota KPK sudah mencapai kisaran 30 orang khususnya di Kabupaten Makassar dan Maros.

menurut para dai KPK bahwa berdakwah bukan hanya di mimbar melainkan dakwah dapat disampaikan dimanapun dan kapanpun seperti berdakwah melalui media sosial dan berdakwah dengan perilaku yaitu akhlaq yang baik sesuai dengan yang diajarkan oleh Rasulullah Saw. Dakwah adalah perintah Allah Swt bagi umat muslim sebagaimana firman Allah Swt. Dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125:

﴿ اُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِيهِمْ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾

Terjemahnya:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”⁶⁰

Dalam surah yang lain Allah Swt memerintahkan hendaklah diantara manusia ada segolongan yang menyeruh kepada kebajikan. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surah Al-Imran ayat 104:

⁶⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*. h.281.

﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾

Terjemahnya:

‘Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.’⁶¹

Dengan melihat beberapa perintah dari Allah Swt di dalam Al-Qur’an para dai KPK mengatakan bahwa dai harus berdakwah tanpa ada kata tapi. Seperti ingin berdakwah tapi tidak ada biaya transportasi, ingin berdakwah tapi tidak ada kendaraan dan ingin berdakwah tapi tidak ada gaji. Menurut salah satu dai KPK yaitu ustadz Farid Wajedy S.Pd.I. M.Pd:

“Bahwa dakwah harus dilakukan dengan ruh yang ikhlas karna sebagai pengikut Rasulullah Saw tentunya kita harus melanjutkan perjuangan dakwah Rasulullah Saw. Adapun mengenai dana dan sebagainya kita tidak perlu khawatir karna Allah Swt telah mengatur rejeki untuk hambanya apalagi untuk menolong agama Allah Swt.”⁶²

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menjadi dai harus dilakukan dengan ruh yang ikhlas tanpa mengharapkan bayaran untuk menyampaikan dakwah. Karena sebagai pengikut Rasulullah Saw tentunya harus melanjutkan perjuangan dakwah Rasulullah Saw dan menjadikan Al-Qur’an dan As-Sunnah sebagai sarana untuk menjalankan kehidupan sehari-hari.

2. Letak Geografis Sekret Komunitas Pendakwah Keren (KPK)

Sekret Komunitas Pendakwah Keren (KPK) terletak di kawasan Pondok

⁶¹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*. h.63.

⁶² Farid Wajedy (37 tahun). *Hasil Wawancara*, pada 6 April 2023.

Pesantren Ulumul Quran DDI Hasanuddin yang terletak di Kabupaten Maros terletak pada posisi: $-40^{\circ}45'$ - $50^{\circ}07'$ Lintang Selatan, - $109^{\circ}205'$ – $129^{\circ}12'$ Bujur Timur yang terdiri atas 14 kecamatan, yang dibagi lagi atas 80 desa dan 23 kelurahan. pusat pemerintah berada di Kecamatan Turikale.

Kabupaten Maros merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan ibukota propinsi Sulawesi Selatan, dalam hal ini adalah Kota Makassar dengan jarak kedua kota tersebut berkisar 30 km dan sekaligus terintegrasi dalam pengembangan Kawasan Metropolitan Mamminasata.

Dalam kedudukannya, Kabupaten Maros memegang peranan penting terhadap pembangunan Kota Makassar karena sebagai daerah perlintasan yang sekaligus sebagai pintu gerbang Kawasan Mamminasata bagian utara yang dengan sendirinya memberikan peluang yang sangat besar terhadap pembangunan di Kabupaten Maros dengan luas wilayah 1.619,12 km² dan terbagi dalam 14 wilayah kecamatan. Kabupaten Maros secara administrasi wilayah berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pangkep.
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Bone.
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten gowa dan Kota Makassar.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar.

3. Visi, Misi Komunitas pendakwah keren (KPK)

- a. Visi

Ikhlis berdakwah untuk membangun umat yang berwawasan luas tentang

agama islam sampai ke pelosok tanpa mengenal lelah dalam menyampaikan ajaran islam.

b. Misi

- 1) Membangun masyarakat yang berwawasan luas tentang agama islam
- 2) Menyebarkan dakwah ke pelosok daerah yang masih kurang dijangkau oleh para dai.
- 3) Membentuk akhlak dan tingkah laku masyarakat sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah

B. Hasil dan Pembahasan

1. Profil Komunitas Pendakwah Keren (KPK)

Komunitas Pendakwah Keren adalah dai-dai muda/pendakwah milenial yang sebagian jebolan dari tv nasional seperti MNC TV, AKSI indosiar dan ANTV dibentuk pada tahun 2017 di kalimantan timur yang di bentuk oleh Kiyai Raden Ahmad Affandi M.Psi. Dengan tujuan untuk menegakkan marwah dakwah, menyampaikan dakwah *bil hikmah* (pelajaran), membangun dan membentuk dai, daiyah, dan membangun ummat yang lebih baik dan luas pengetahuan agama dan ummat yang tangguh. Dengan motto ikhlas ruhnya berdakwah tanpa pamri karna banyaknya dai-dai yang berdakwah untuk mencari kebutuhan pokok sehingga banyak pelosok-pelosok daerah yang tidak terjangkau oleh para dai karna tidak bisa membayar biaya untuk mendatangkan seorang dai ke daerah pelosok.

2. Bentuk Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Dalam Mengembangkan Dakwah Di Kabupaten Maros

Salah satu keberhasilan seorang dai dalam berdakwah adalah

kemampuannya dalam berkomunikasi secara efektif. Seorang dai harus mengetahui komunikasi apa yang digunakan dan bagaimana menggunakannya dalam menghadapi derasnya arus perkembangan sosial atau budaya yang terjadi di masyarakat jika ingin mengajak masyarakat untuk menerima dakwah yang telah disampaikan dan berusaha menjadi manusia yang lebih baik yang selalu maju menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Namun, seorang dai juga harus mengingat prinsip untuk diri sendiri yaitu "sebaik-baik manusia adalah bermanfaat bagi manusia lain". Hal ini Jika kita tidak menanamkannya dalam diri kita tentu akan bisa mendapatkan titel dari Allah Swt yaitu "Orang Beriman" dan tidak akan bisa melakukan Amar Ma'ruf dan Nahi Mungkar. Oleh karena itu pentingnya muhasabah diri bagi seorang dai agar mengetahui sejauh mana mereka bisa mengimplementasikan ilmunya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan ustadz Farid Wajedy S.Pd.I, M.Pd terkait dengan strategi komunikasi dai KPK dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros, beliau mengatakan bahwa:

“Salah satu strategi komunikasi yang efektif adalah keakraban antara dai dan *mad'u* . Dengan tumbuhnya keakraban dai dan *mad'u*, otomatis kedua belah pihak menjadi semakin tergantung satu sama lain dan semakin saling mendukung sebagai hasil dari komunikasi yang efektif.”⁶³

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa menjadi dai harus sering bersosialisasi terhadap *mad'unya*, serta sikapnya yang ramah, sopan santun, dan kemampuan untuk membantu orang lain dalam kesulitan sosial mereka, dapat menjadi faktor penyebab minat masyarakat terhadapnya. Semua itu merupakan

⁶³ Farid Wajedy (37 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 6 April 2023

metode yang ampuh untuk menyebarkan dakwah di masyarakat, dan tidak dapat dipisahkan dari jenis komunikasi yang dibangun oleh para dai dalam interaksi sosial sehari-hari.

Dengan demikian, masyarakat Kabupaten Maros ingin berkolaborasi untuk menyebarkan dakwah Islam. Misalnya, ketika akan melakukan shalat lima waktu, para dai KPK berusaha untuk pergi ke masjid terlebih dahulu setiap hari. Agar dapat menjadi teladan yang baik untuk masyarakat dan masyarakat dapat mengambil pelajaran dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut ustadz Muflih Kadir S.Pd.I bahwa Ini adalah metode yang baik bagi dai dan di dengarkan dengan masyarakat di Kabupaten Maros, beliau mengatakan bahwa:

“Jika saya atau teman saya menyampaikan ajaran islam kepada mereka (*mad'u*), baik itu dalam bentuk ceramah, khutbah, dan lainnya, mereka juga mendengarkan, mencerna, menghayati.”⁶⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dai harus menjadi teladan yang baik, perilaku yang baik, dan pintar mengambil hati masyarakat. Karena dengan mengambil hati masyarakat dapat menimbulkan di hati mereka kesadaran untuk menjadi individu yang lebih baik dan tertarik untuk mendengarkan dakwah yang disampaikan oleh komunikator (dai) dan dapat mengimplementasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.

Menjadi seorang dai membutuhkan kesabaran dalam berdakwah, berdakwah bukanlah profesi yang sederhana. Namun, dibutuhkan pengorbanan diri demi agama untuk mengubah hati, sikap, dan perilaku seseorang semata-mata

⁶⁴ Muflih Kadir (25 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 7 april 2023

di jalan Allah SWT. Dalam mengembangkan dakwah, seorang dai harus mampu bersosialisasi dengan masyarakat, baik non muslim maupun muslim, karena ini merupakan salah satu strategi dai dakwah islam.

Metode persuasif merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh dai KPK di Kabupaten Maros untuk mengembangkan dakwah. Strategi persuasif adalah salah satu yang membuat individu tanpa sadar mengikuti keinginan komunikator yang menyampaikan persuasi. Karena itu, tujuan komunikasi persuasif adalah mengubah pengetahuan, sikap, perilaku, atau persepsi publik seseorang terhadap program yang diusulkan. Jelas, apa yang dilakukan dai berdampak pada masyarakat. Dai dapat menyebarkan pesannya tanpa menggunakan kekerasan melalui dakwah. Sebagaimana keberhasilan para dai terdahulu dalam menyebarkan Islam melalui dakwah menggunakan strategi persuasif.

Dengan melihat hasil wawancara penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi dakwah yang paling relevan adalah dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat karna dengan metode tersebut banyak masyarakat (*mad'u*) yang mendengarkan ceramah dan menyukai para dai. Sehingga masyarakat tertarik mengikuti setiap agenda yang dibuat oleh para dai, sebagaimana yang telah di katakan oleh ustadz farid wajedy S.Pd.I, M.Pd.I:

“Setiap kami membuat agenda banyak masyarakat yang ikut andil dalam kegiatan tersebut, karena banyak masyarakat yang menyukai dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) seperti agenda ngaji bareng, camp dakwah, subuh *adventure*.”⁶⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi

⁶⁵ Farid Wajedy (37 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 6 April 2023

yang efektif adalah keakraban antara dai dan *mad'u*, semakin akrab dai dan *mad'u* tentunya dapat menimbulkan di hati antara dua belah pihak itu saling membutuhkan dan saling mendukung sekaligus terjadinya hasil dari komunikasi yang efektif.

Di lansir dari Pojoksatu.Id bahwa Komunitas Pendakwah Keren (KPK) menggelar subuh *adventure* yang dilaksanakan serentak di sepuluh titik di sembilan Kabupaten/Kota se Sulsel. Adapun Kabupaten/kota yang melaksanakan subuh *adventure* yakni KPK zona Makassar, Zona Gowa, Zona Maros, Zona Pangkep, Zona Pare-Pare, Zona Pinrang, Zona Bulukumba, Zona Bantaeng, Zona Takalar⁶⁶. Subuh *adventure* adalah kegiatan yang di laksanakan oleh KPK untuk membangun kekompakan internal KPK, sekaligus untuk memperkenalkan KPK kepada umat.

para dai harus memiliki hikmah dalam dakwahnya agar dakwah yang diamalkan menjadi dakwah yang cerdas (bil-hikmah), setidaknya ada tiga makna yang ditunjukkan untuk pengetahuan ini, yaitu: dakwah harus berlandaskan kebaikan dan kedamaian, artinya harus dilakukan dengan kearifan, kesabaran, dan kehati-hatian. Dan teruslah memohon kepada mereka (sasaran dakwah) sampai mereka bisa menerima dan mau menjalankan syariat Islam sepenuhnya. Sehingga dakwah bisa berkembang dan dapat diterima oleh *mad'u* dengan baik dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Ustadz Muflih Kadir S.Pd.I mengatakan bahwa:

⁶⁶<https://pojoksatu.id/sulsel/2022/06/19/komunitas-pendakwah-keren-gelar-subuh-adventure-serentak-di-sembilan-kabupaten/> (diakses 29 April 2023)

“Alhamdulillah selama Komunitas Pendakwah Keren (KPK) berdakwah di Kabupaten Maros saya banyak melihat peningkatan baik itu kesadaran masyarakat untuk menuntut ilmu agama maupun perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.”⁶⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para dai KPK menyampaikan dakwah dengan baik dan diterima oleh masyarakat dengan baik, sehingga masyarakat dapat mencerna dengan baik apa yang disampaikan oleh para dai dan menggunakan ilmunya sebagai aspek perubahan setiap individu untuk menjadi individu yang lebih baik sesuai yang di inginkan oleh para dai. Karena keberhasilan para dai adalah mengubah masyarakat menjadi yang lebih sesuai dengan tuntunan dari Allah Swt (Al-Quran) dan tuntunan dari Rasulullah Saw (As-Sunnah).

Berdasarkan temuan wawancara, penulis menegaskan bahwa teknik dominasi yang disukai masyarakat adalah strategi persuasif dan kultural untuk membangun kekompakan antara dai dan *mad'u*, sehingga dapat menimbulkan di hati masyarakat bahwa mereka termasuk bagian dari agenda yang dibuat oleh KPK dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Mengembangkan Dakwah Di Kabupaten Maros

Dalam berdakwah tentunya tidak selamanya berjalan dengan lancar, pasti ada pendukung dan penghambat yang akan ditemui dalam berdakwah. Adapun faktor penghambat dan pendukung yang dialami oleh dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

⁶⁷ Muflih Kadir (25 tahun) Hasil Wawancara, pada 7 April 2023

1) Internal

- a) Kepemimpinan yang baik: Sebuah komunitas membutuhkan pemimpin yang dapat mengarahkan anggotanya dan menginspirasi mereka untuk terus menyebarkan dakwah. Seorang pemimpin yang kompeten harus mampu menjaga perdamaian dan persatuan di antara anggota masyarakat serta kemampuan untuk mengelola kegiatan dalam pengembangan dakwah kepada masyarakat.
- b) Pendidikan dan Pelatihan: Untuk meningkatkan kapasitas anggota Komunitas Pendakwah Keren (KPK) dalam melakukan dakwah, pendidikan dan pelatihan yang berkualitas sangat penting. Anggota Komunitas Pendakwah Keren (KPK) akan lebih mampu memahami pengertian dakwah secara mendalam dan mampu menggunakan konsep tersebut dalam aktivitas sehari-hari dengan pendidikan dan pelatihan yang tepat. Sebagaimana hasil wawancara bersama Ustadz Muhammad Idzhar, beliau mengatakan bahwa:

“Salah satu agenda yang kami buat untuk melatih dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) adalah Camp Dakwah untuk melatih kemampuan para dai dan untuk membangun kekompakan antara dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK)”.⁶⁸

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pentingnya pelatihan untuk para dai agar dakwah dapat disampaikan dengan baik dan tepat sasaran dan dapat mengimplementasikan ilmunya dalam kehidupan sehari-hari.

- c) Kemampuan dai dalam berkomunikasi yang baik dengan masyarakat karena perkembangan dakwah tergantung pada komunikasi yang efektif. Masyarakat akan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat dan

⁶⁸ Muhammad Idzhar (29 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 7 April 2023.

menyampaikan pesan dakwah dengan lebih baik jika ada komunikasi yang baik.

2) pemerintah

pemerintah setempat yang berwenang dalam lingkungan turut ikut andil dalam menyukseskan agenda KPK seperti menyediakan fasilitas dakwah untuk para dai KPK. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ustadz Muflih Kadir S.Pd.I, beliau mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah selama kami menjalankan dakwah di Kabupaten Maros, pemerintah selalu mensupport setiap agenda yang kami buat sehingga kami dapat melaksanakan agenda yang kami buat”.⁶⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa keterlibatan pemerintah secara aktif terlibat dalam dialog dan kerjasama dengan organisasi-organisasi keagamaan, termasuk organisasi yang melakukan kegiatan dakwah. Hal ini sangat membantu bagi komunitas dakwah untuk melakukan dakwah yang dilakukan dengan baik dan tidak menimbulkan masalah keamanan dan sosial.

3) Masyarakat

Dukungan dari masyarakat lokal dan pemerintah dapat membantu komunitas dakwah dalam memperluas jangkauan dan memperkuat kegiatan dakwah yang dilakukan.

4) Kedekatan dai dengan *mad'u*

Kedekatan dai dengan *mad'u* merupakan salah satu faktor pendukung Komunitas Pendakwah Keren (KPK) karena dapat menimbulkan ketertarikan *mad'u* terhadap penyampaian dai baik itu berupa ceramah secara langsung

⁶⁹ Muflih Kadir (25 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 7 April 2023

maupun melalui media sosial (youtube, facebook, instagram, tiktok)

b. Faktor penghambat

Dalam mengembangkan dakwah tentunya ada banyak rintangan dan hambatannya, tentunya kesabaran yang lebih, dan seorang dai harus meluangkan sebagian waktunya untuk umat agar dapat mengembangkan dakwah dan menyampaikan dakwah dan diterima dengan baik oleh masyarakat. Adapun salah satu hambatan dai KPK adalah biaya transportasi untuk berangkat ke daerah pelosok. Ustadz Muhammad Idzhar mengatakan bahwa:

“Ada banyak rintangan dan hambatan yang kami hadapi dalam menyampaikan dakwah, salah satunya adalah ketika kami mendapatkan panggilan ke pelosok daerah kami biasanya terkendala biaya transportasi untuk berangkat kesana namun alhamdulillah setiap kami ingin berangkat ada saja pertolongan yang datang tiba-tiba dari Allah Swt, oleh karena itu kita tidak perlu takut dengan kendala-kendala yang di hadapi untuk menyampaikan agama islam karena jikalau kita menolong agama Allah swt pasti Allah Swt akan menolong kita dan kita tidak perlu mengajarkan tuhan bagaimana mengatur rejeki kita. Karena Allah Swt yang lebih tau tentang itu.”⁷⁰

dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa apabila kita memiliki niat yang baik apalagi untuk menyebarkan agama islam tentunya tidak akan terlepas dari rintangan dan hambatan. Namun kalau kita menjalaninya dengan ikhlas, betul-betul ingin menyebarkan ajaran islam karena Allah Swt pasti Allah Swt akan menolong kita. Oleh karena itu apabila niat kita sudah bagus maka kita tidak perlu khawatir untuk hambatan yang akan datang, yang penting kita sabar dalam menyampaikan ajaran islam.

sejalan dengan ungkapan Ustadz Farid Wajedy S.Pd.I, M.Pd mengenai hambatan dai KPK dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros. Beliau

⁷⁰ Muhammad Idzhar (29 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 7 April 2023.

mengatakan bahwa:

“Untuk menyampaikan dakwah tentunya ada hambatan karena untuk menyampaikan kebaikan pasti akan ada tantangan yang harus di hadapi adapun hambatan yang saya dapat selama menjalankan tugas sebagai dai pada Komunitas Pendakwah Keren (KPK) salah satunya adalah biaya tranfortasi. Tentunya sebagai manusia biasa pasti memiliki kekurangan baik itu ekonomi maupun material lainnya. Namun untuk menyampaikan ajaran islam kita tidak perlu khawatir untuk itu, karena Swt pasti akan menolong hambanya apalagi untuk menolong agama Allah Swt.⁷¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa setiap dai pasti akan mendapatkan hambatan dalam menyampaikan ajaran islam. Namun sebagai dai harus memiliki sifat sabar dan tabah dalam menghadapi segala hambatan yang datang karena Allah Swt pasti akan memberikan pertolongan kepada hambanya yang ingin menyebarkan ajaran agama islam.

⁷¹ Farid Wajedy (37 tahun) *Hasil Wawancara*, pada 6 April 2023.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Dalam mengembangkan Dakwah Di Kabupaten Maros” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Komunitas Pendakwah Keren Adalah Komunitas pendakwah milenial yang sebagiannya keluaran dari tv nasional seperti MNC TV, AKSI indosiar dan ANTV dibentuk pada pada tahun 2017 di Samarinda Kalimantan timur. Dibentuk oleh K.H Raden Ahmad Affandi M.Psi dengan tujuan untuk menegakkan marwah dakwah, menyampaikan dakwah *bil hikmah*, membangun dan membentuk pribadi dai/daiyah dan ummat yang tangguh.
2. Strategi yang digunakan oleh Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros adalah strategi persuasif. Yakni pendekatan dai dengan *mad'u* untuk mengubah perilaku, tingkah laku, sikap, sifat, serta membujuk dan mengajak *mad'u* untuk mempelajari agama islam dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Adapun Faktor pendukung meliputi: Adanya kepemimpinan yang baik dalam mengarahkan anggotanya untuk menyebarkan dakwah. Serta pelatihan untuk para dai. Serta support dari pemerintah dan dukungan dari masyarakat setempat. Serta Kedekatan dai dengan *mad'u*. Adapun Faktor penghambat adalah belum adanya sumber dana tetap yang digunakan

sebagai pemasukan organisasi ini berakibat pada program kegiatan yang akan dilakukan.

B. Saran

1. Komunitas Pendakwah Keren (KPK) ke depan mampu untuk menemukan sumber pemasukan tetap guna membiayai operasional organisasi sehingga penyediaan peralatan, pelatih bisa lebih mapan dan mandiri.
2. Untuk lembaga sosial keagamaan yang mempunyai wewenang dalam menghimpun dan menyalurkan dana umat islam seperti Darul tauhid, PKPU, LAZIZ agar mau memberikan bantuan dana untuk lembaga sosial yang bergerak untuk menyebarkan agama islam.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas subjek penelitian agar data yang di dapat lebih refresentatif sehingga membuat hasil penelitian lebih bagus.

Akhirnya puji syukur alhamdulillah berkat rahmat Allah Swt penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tidak lupa penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad Saw.

Penulis menyadari sekalipun telah mencurahkan segala usaha dan kemampuan dalam penyusunan skripsi ini, namun masih terdapat kekurangan di sana –sini. Kritik dan saran, penulis harapkan untuk penyusunan penelitian-penelitian lain ke depan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Amin

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulaziz, Jummuah amin. 2015. *addakwah Qowaid wa Usul*, terj. Abdus Salam Maskyur solo: PT era adi citra intermedia.
- Aminuddin. 2016. Konsep Dasar Dakwah. Al-Munzir.
- Anitah, Sri. 2007. *Strategi pembelajaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Aritonang, Esrom, dkk. 2001. Pendampingan Komunitas Pedesaan. Jakarta. Sekretariat Bina Desa.
- Ariyanto, Edward. 2021. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sejarah, Hakikat, dan Proses*. Yogyakarta.
- Aziz, Abdul, Amin, Jummuah. 2015. *Addakwah Qowaid wa Usul*. Terj. Abdus Salam Maskyur. Solo. PT. Era Adi Citra Intermedia.
- Budianto, Heri. 2017. *Teori Komunikasi Kontenporer*. Cet. I. Jakarta. Kencana.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif. Komuniiasi Ekonimi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu social lainnya*. Jakarta: kencana.
- Cangara, H. Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Dalinur, M. Nur. 2011. Dakwah Teori, Definisi dan Macamnya. *Wardah*.
- David, Fred R. 2011. Manajemen Startegis: Konsep Buku 1. Jakarta. Salemba Empat.
- Dewi Sadiyah, Dewi. 2015. Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.
- Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. 2019. *Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah.. Jurnal Ilmiah Syi'ar*.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hidayat, Rosyi Ibnu. 2021. *Thariqah Sebagai Pesan Dakwah Menuju Kebahagiaan Hidup. Al-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman*.
- <https://pojoksatu.id/sulsel/2022/06/19/komunitas-pendakwah-keren-gelar-subuh-adventure-serentak-di-sembilan-kabupaten/> (diakses pada 29 April 2023)
- [1https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian_komunitas.html#pengertian_komunitas_adalah](https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian_komunitas.html#pengertian_komunitas_adalah) (diakses pada 15 April 2023)
- Inah, Ety Nur. 2013. *Peranan komunikasi dalam pendidikan. Al-TA'DIB. Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan*.
- Iriantara, Yosol. 2004. Manajemen Strategis Public Relations. Jakarta. Ghalia.
- Kementrian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*,

- Kriyantono, Rachmat. 2019. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi: Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- M. Nur, Dalinur. 2011. *Dakwah Teori, Definisi dan Macamnya*. Wardah.
- Mahmuddin, Mahmuddin. 2013. Strategi Dakwah Terhadap Masyarakat Agraris. *Jurnal Dakwah Tabligh*.
- Marrus. 2022. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta. Rajawali Press.
- Murtopo, Ali. 1978. *Strategi Kebudayaan*. Jakarta: Center for Strategic and International Studies-CSIS.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*,
Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Rosyi Ibnu, Hidayat. 2021. Thariqah Sebagai Pesan Dakwah Menuju Kebahagiaan Hidup.. *Al-Munqidz. Jurnal Kajian Keislaman* .
- Ruslan, Rosady. 2006. SH, MM, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Sholihin, Mahmud. 2021. Puspita Ghany Angraini, Analisis Data Penelitian. Yogyakarta. Anggota IKAPI.
- Sigit Hermawan, Amirullah. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2017. *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Cet XXVI Bandung: Alvabet CV.
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Surianor. Surianor. 2015. Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* .
- Syahyuti. 2005. pembangunan pertanian dengan pendekatan komunitas. Kasus Rancangan Program Prima Tani. Forum Penelitian Agro Ekonomi.
- Tesoriero, Frank dan Ife Jiem. 2014. *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Ujang Mahadi. 2015. *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*. Bogor. IPB Press.
- Urgensi Dakwah Dalam Islam, Situs Resmi IAIN Padang Sidempuan. Diakses pada 1 Oktober 2022
- Wenger, Etienne. 2014. *Cultivating Communities Of Practiive*. Boston. Harvard Business School Press.
- Wulansari, Defita. 2021. *Media Massa dan Komunikasi*. Semarang: Mutiara

Aksara.

Zikri, Nurhadi Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontenporer*. Jakarta: Kencana.



LAMPIRAN

A. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Rusdiaman

Nim : 105271103119

Judul : Strategi Komunikasi Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Dalam Mengembangkan Dakwah Di Kabupaten Maros

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Profil Komunitas Pendakwah Keren (KPK) Kabupaten Maros?
2. Bagaimana strategi komunitas pendakwah keren (KPK) terhadap komunikasi dai dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Maros?
3. Apa saja faktor penghambat dan pendukung pada komunikasi dai komunitas pendakwah keren (KPK) dalam meningkatkan dakwah di Kabupaten Maros ?

Data Narasumber:

1. Nama :
2. umur :
3. Jabatan :

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian:

1. Bagaimana Sejarah Berdirinya Kpk?
 - a) Kapan berdirinya
 - b) Siapa pendirinya
 - c) Apa tujuan dibentuknya KPK di maros?

d) Jumlah anggota awal hingga saat ini

2. Profil KPK

a) Apa itu organisasi KPK?

b) Apa saja visi dan misi KPK?

c) Dimana letak geografis kantor/sekret KPK?

d) Bagaimana Struktur kepengurusan di KPK

B. Hasil atau Pembahasan

1. Apa yang melatar belakangi terbentuknya organisasi ini?
2. Selama merintis KPK (membentuk organisasi KPK ini bagaimana perkembangan dakwah yang bapak lihat di lapangan menurun kah atau meningkat / baik buruk kah)
3. Sejauh ini apa masalah urgent yang mesti ditangani di Maros?
4. Bagaimana strategi/ strategi apa yg digunakan KPK itu sendiri dalam mengembangkan dakwah di kabupaten maros
5. Selama organisasi ini terbentuk apa saja Tantangan atau faktor penghambat KPK dalam meningkatkan dakwah di kabupaten maros?
6. Apa saja faktor pendukung KPK hingga bisa eksis sampai saat ini

B. Dokumentasi



Logo Komunitas Pendakwah Keren (KPK)



Wawancara Bersama Ust Farid Wajedy S.Pd.I, M.Pd
Sekwil Komunitas Pendakwah Keren (KPK)



Wawancara Bersama Ust Muflih kadir S.pd.I
Anggota Komunitas Pendakwah Keren (KPK)



Wawancara Bersama Ustadz Muhammad Idzhar
Anggota Komunitas Pendakwah Keren (KPK)



Tabligh Akbar yang di bawakan Oleh Ust Farid wajedy S.Pd.I, M.Pd



Ceramah Subuh Oleh Ust Komunitas Pendakwah Keren (KPK)

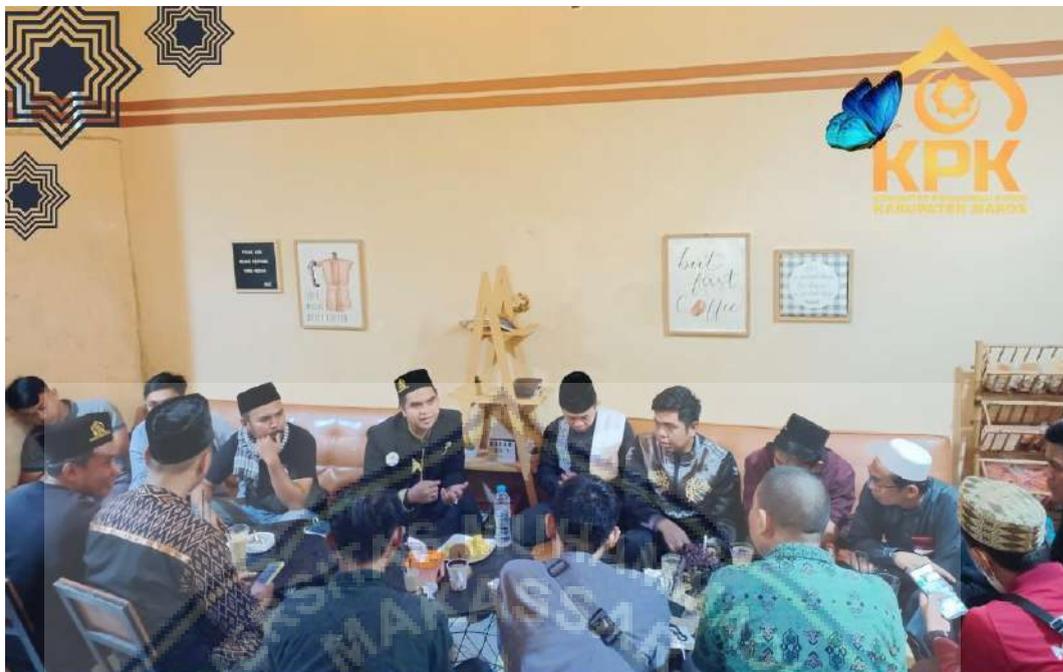


Majelis Tasawwul Dan Dzikir Ratibul Al Awwabien
(Komunitas Pendakwah Keren)



Kajian OTT (Obrolan Tentang Taqwah) Setiap Hari Jum'at





Kegiatan Halal Bi Halal Komunitas Pendakwah Keren (KPK)



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Rusdiaman

NIM : 105271103119

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	5 %	10 %
2	Bab 2	21 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	5 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 03 Mei 2023

Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

Nursulah S. Jum..M.I.P
NBM. 964 591

BAB I Rusdiaman

105271103119

by Tahap Tutup



Submission date: 03-May-2023 06:42AM (UTC+0700)

Submission ID: 2082517731

File name: BAB_I_5.docx (40.03K)

Word count: 1642

Character count: 12420

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.uinsgd.ac.id

Internet Source

4%

2

Submitted to LL DIKTI IX Turmuh Consortium
Part II

Student Paper

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



BAB II Rusdiaman

105271103119

by Tahap Tutup



Submission date: 03-May-2023 06:43AM (UTC+0700)

Submission ID: 2082518051

File name: BAB_II_5.docx (78.45K)

Word count: 2703

Character count: 18208

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

19 %
INTERNET SOURCES

7 %
PUBLICATIONS

9 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	8%
2	core.ac.uk Internet Source	2%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
4	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	2%
5	digilib.iainkendari.ac.id Internet Source	2%
6	id.scribd.com Internet Source	2%
7	repository.iainpare.ac.id Internet Source	2%
8	Submitted to Universitas Sam Ratulangi Student Paper	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



BAB III Rusdiaman

105271103119

by Tahap Tutup



Submission date: 03-May-2023 06:43AM (UTC+0700)

Submission ID: 2082518433

File name: BAB_III_5.docx (22.08K)

Word count: 955

Character count: 6413

BAB III Rusdianan 105271103119

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 Husnul Khotimah. "Metode Pembelajaran PAI bagi Anak Tunarungu di SDN Inklusi", Indonesian Journal of Islamic Education Studies (IJIES), 2018
Publication 3%
- 2 ecampus.iainbatusangkar.ac.id
Internet Source 2%
- 3 Submitted to Universitas Nasiridin
Student Paper 2%
- 4 repositori.uma.ac.id
Internet Source 2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

BAB IV Rusdiaman

105271103119

by Tahap Tutup



Submission date: 03-May-2023 06:44AM (UTC+0700)

Submission ID: 2082518838

File name: BAB_IV_5.docx (28.43K)

Word count: 2471

Character count: 15780

BAB IV Rusdaman 105271103119

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uinsu.ac.id

Internet Source

5%



turnitin

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches On



BAB V Rusdiaman

105271103119

by Tahap Tutup



Submission date: 03-May-2023 06:45AM (UTC+0700)

Submission ID: 2082519285

File name: BAB_V_5.docx (19.59K)

Word count: 466

Character count: 3475

BAB V Rusdaman 105271103119

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes On

Exclude bibliography On



BIODATA

RUSDIAMAN. Lahir di Bontoa Kecamatan Mandai Kabupaten Maros Provinsi



Sulawesi Selatan pada tanggal 31 Mei 2000. Anak ke empat dari

5 besaudara. Anak dari pasangan Bapak Hapidin dan Ibu

Mariani. Penulis memulai pendidikan di Madrasah Ibtidaiyyah

Darul Istiqamah dan tamat pada tahun 2012. Kemudian

melanjutkan ke tingkat sekolah menengah pertama di MTS Darul Istiqamah dan

tamat pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di MA Yadi Bontocina

dan tamat pada tahun 2018, dan kembali melanjutkan pendidikan di strata satu

(S1) di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam (FAI) pada

program Studi Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

