

## ABSTRAK

**SELFIANA Y.M NUR. NIM: 105271110121.** Implementasi Nilai-nilai Moral Dalam Komunikasi Dakwah berdasarkan Pemikiran Buya Hamka Pada Buku Dari Lembah Cita-Cita. Dibimbing oleh Muhammad Syahrudin dan Alamsyah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep nilai-nilai moral dalam komunikasi dakwah menurut Buya Hamka yang terdapat pada buku “dari lembah cita-cita”, serta untuk mengetahui bagaimana implementasi pemikiran Buya Hamka tentang nilai-nilai moral dalam komunikasi dakwah untuk konteks dakwah kontemporer.

Metode penelitian yang digunakan adalah *library research* atau penelitian kepustakaan, yaitu data yang didapat bersumber dari buku referensi, buku teks, jurnal ilmiah, majalah, surat kabar, dokumen manuskrip, dan lainnya.

Hasil penelitian “Implementasi Nilai-nilai Moral Dalam Komunikasi Dakwah berdasarkan Pemikiran Buya Hamka Pada Buku Dari Lembah Cita-Cita” menunjukkan bahwa; (1) seorang dai yang memiliki semangat berdakwah untuk perubahan masyarakat awam, (2) memiliki cita-cita dalam tujuan hidup, yaitu seorang dai yang tujuan yang jelas dalam dakwahnya, misalnya membuat saudara kita sadar dan berpikir bahwa umat Islam saat ini telah terjajah melalui pikiran dan budaya, dan fisik, sehingga ia memiliki tujuan untuk memerdekakan saudara-saudaranya, (3) Memiliki keyakinan yang tidak tergoyahkan, (4) Gigih dan bekerja keras dalam mengejar Impian, (5) kesabaran dalam proses mencapai tujuan, (6) Optimis dalam menghadapi tantangan, (7) Keberanian bangkit dari kegagalan, (8) Jujur dalam perkataan dan perbuatan. Nilai moral tersebut tidak hanya di terapkan dalam kehidupan sehari-hari melainkan menjadi motivasi bagi orang lain. Dai yang menjadi teladan baik di dunia nyata maupun di dunia maya adalah seorang *da'i* yang memiliki akhlak yang baik serta moral yang tinggi, etika komunikasinya dengan *mad'u*-nya dapat menjadikan pesan dakwahnya diterima oleh masyarakat luas.

**Kata kunci : Implementasi, Nilai-nilai moral, Komunikasi Dakwah, Pemikiran Buya Hamka, Dari Lembah Cita-cita**