

**POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI  
(AKADEMI SAHUR INDONESIA)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**BAYDURA**  
**NPM 1603110208**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

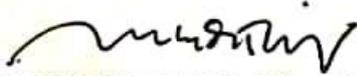
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : BAYDURA  
NPM : 1603110208  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI  
(AKADEMI SAHUR INDONESIA)

Medan, 06 Agustus 2020

PEMBIMBING

  
MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

DISETUJUI OLEH  
KETUA PROGRAM STUDI

  
NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

## BERITA ACARA PENGESAHAN

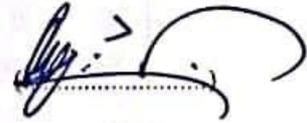
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

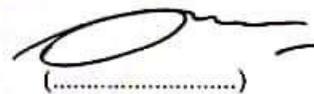
Nama : BAYDURA  
NPM : I603110208  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, Tanggal : Kamis, 06 Agustus 2020  
Waktu : 08.30 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP

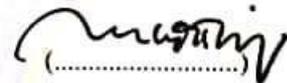


PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom



(.....)

PENGUJI III : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom



(.....)

### PANITIA UJIAN

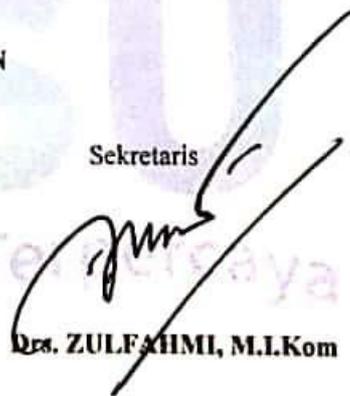
Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP



Sekretaris



Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



## PERNYATAAN



Dengan ini saya, BAYDURA, NPM 1603110208, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 11 Agustus 2020  
Yang Menyatakan



**BAYDURA**  
NPM. 1603110208



## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, Krena atas limpahan rahmatnya, taufiq dan hidayah-NYA, penulis dapat menyelesaikan skrip yang berjudul Pola Komunikasi Dakwah Komunita Aksi (Akademi Sahur Indonesia). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka penyelesaian peorram studi strata satu (S1) dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom) di Universitas Muhammdiyah Sumater Utara.

Dalam penelitaian dan penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Agussani MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
4. Bapak Abrar Adhani, Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
5. Ibu Nurhasanah Nasution S.Sos, MSP selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Bapak Akhyar Anshori S,sos., M.I.Kom selaku Sekretaris III Program Studi Ilmu Komunikasi
7. Bapak Muhammad Thariq, Sos., M.I.Kom selaku Dosen pembimbing
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

9. Kepala perpustakaan beserta kepada seluruh tenaga keperpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Bapak Didik Yulianto Al-Faresi selaku I ng pesantren Al-Aksi serta Produser Profram Aksi (Akdemi Sahur Indone ar
11. Kepada anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang menjadi subjek utama dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancara serta kepada seluruh anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang memberikan informasi dan data sehingga lancarnya proses penelitian
12. Ucapan terima kasih penulis haturkan pula kepada yang turut membantu dalam proses penelitian ini, secara moril maupun materi. Tanpa bantuan dari semua pihak tidak mungkin penelitian inibisa terselesaikan

Akhir kata hanya kepada Allah SWT lah penulis berserah diri dari segala persoalan dan semoga seluruh pihak yang ikut membantu penyelesaian laporan penelitian berupa skripsi ini semoga Allah terima amal baiknya dan di beri ganjaran pahala yang berlimpah. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya. Aamiin

## II POLA KOMUNIKASI DAKWAH UNITAS AKSI (AKADEMI SAHUR INDONESIA)

**BAYDURA  
1603110208**

### **ABSTRAK**

Pola komunikasi dakwah merupakan bentuk atau model serta gaya komunikasi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan agama serta ajakan menyeru kepada kebaikan. Dakwah islam pada dasarnya merupakan kewajiban para seluruh muslim dalam menjalankan agamanya sebagai agama menyeru kepada kebaikan dan menjauh kepada keburukan. Di era modern sekarang ini sudah menjadi keharusan bagi segenap pendakwah untuk memanfaatkan media serta segala teknologi untuk mempermudah pencapaian jalan dakwah dan sasaran dakwaah tersebut. Salah satu media komunikasi yang efektif adalah televisi, karena hamper seluruh masyarakat menonton televisi pada saat sekarang ini. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk melakukan wawancara mendalam kepada responden yang sudah ditentukan, pengumpulan data ini juga dibantu dengan melakukan wawancara kepada seluruh anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia). Adapun yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana pola komunikasi Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia). Penelitian ini mengadakan wawancara dan pengumpulan data serta dokumentasi. Peneliti ini menunjukkan bahwa pola komunikasi Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) merupakan model komunikasi yang berbeda antara berdakwah di televisi dan di khalayak masyarakat secara langsung yang bersifat humanistik, pendekatan terhadap jamaah. Sesuai dengan situasi dan kondisi audiens.

**Kata kunci :** *Pola Komunikasi, Dakwah, Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia)*

## **DAFTAR ISI**

**HAL. BIMBINGAN ACARA BIMBINGAN**

**HAL. PENGESAHAN**

**HAL. PERNYATAAN**

**KATA PENGANTAR..... I**

**ABSTRAK..... III**

**DAFTAR ISI..... IV**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang Masalah ..... 1

1.2.Rumusan Masalah ..... 4

1.3.Tujuan Penelitian ..... 4

1.4.Manfaat Penelitian ..... 4

1.5.Sistematika Penelitian ..... 5

### **BAB II : URAIAN TEORETIS**

2.1.Definisi Pola Komunikasi ..... 6

2.2.Definisi Pola Komunikasi Dakwah..... 7

2.3.Definisi Komunikasi ..... 10

2.5.Definisi Dakwah ..... 14

2.5.Program Televisi Aksi (Akademi Sahur Indonesia) ..... 19

## IV

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1. Metode Penelitian .....	26
3.2. Kerangka Konsep .....	27
3.3. Definisi Konsep .....	29
3.4. Kategorisasi Penelitian .....	30
3.5. Informan atau Narasumber .....	31
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.7. Teknik Analisis Data.....	34
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	34
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian .....	35

### **BAB IV : PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	36
4.2. Hasil Pembahasan .....	47

### **BAB V : PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	54
5.2. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>58</b>

**DAFTAR TABEL**

3.1.Tabel Waktu dilaksanakannya Wawancara .....	35
4.1.Tabel Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi .....	39
4.2.Tabel Waktu di Laksanakan Wawancara.....	40
4.3.Tabel Nama Informan .....	43
4.4. Tabel Jumlah Peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) Setiap Tahun .....	46

**DAFTAR GAMBAR**

2.1. Gambar Logo Aksi Indonesia dan Asia ..... 24

VII

**DAFTAR IRAN**

PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

PENETAPAN JUDUL SKRIPSI

PERMOHONAN SEMINAR PROPOSAL

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

# **PENDAHULUAN**

## **BAB I**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan zaman dakwah sudah menjadi trend dalam menyampaikan syariat Islam, menjadikan dakwah berkembang sangat pesat. Dakwah tidak hanya sebatas pengajian yang berpusat di masjid atau musholla, yang dihadiri oleh mereka yang ada di sana secara tatap muka oleh pendakwah dan pendengar. Dakwah juga dapat dilakukan melalui media massa. Pada intinya, dakwah dan media massa itu mempunyai ciri yang sama yaitu menyiarkan kepada sebanyak mungkin audiens. Dakwah berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Media massa memiliki jangkauan audiens yang beragam latar belakang pendidikan dan usia. Untuk itu penyampaian siar Islam sangat terbantu dengan keberadaan teknologi media.

Bentuk dakwah melalui media massa ini bisa sangat beragam. Dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat media yang dipakai maka semakin efektif pula pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Perubahan teknologi sangatlah berpengaruh dalam dakwah Islam. Salah satunya adalah dakwah Islam melalui media televisi. Karenanya, media penyiaran berupa televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensnya dengan jumlah yang sangat banyak.

Indosiar merupakan salah satu stasiun televisi yang menyajikan program televisi yang menjadi wadah bagi pendakwah untuk meyiarkan agama islam yang disebut dengan program Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang tayang setiap bulan Ramadhan. Pada bulan Ramadhan orang-orang muslim sangat membutuhkan siraman rohani yang lebih banyak lagi di 2  
di hari atau bulan lainnya. Jadi, program-program yang disiarkan juga harus yang bagus dan berkualitas dari berbagai segi. Hal inilah yang menuntut programmer dan tim redaksi stasiun televisi di Indonesia untuk membuat suatu b 1 m dakwah yang menarik serta mampu diterima dengan mudah oleh audiens ketika program acara tersebut disiarkan di televisi tentunya sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS). Selain itu, audiens juga harus mengkritisi berbagai program yang telah disiarkan oleh stasiun televisi.

Berbagai program acara yang disajikan di televisi itu tentunya tak lepas dari sorotan publik dan berbagai macam opini penonton dari berbagai kalangan itu menjadi kesan tersendiri pada sebuah stasiun televisi, karena hal ini akan menjadi pertimbangan sebuah stasiun televisi untuk terus melanjutkan program acaranya atau malah mengganti dengan program acara yang baru. Opini juga digunakan untuk menanyakan mengenai pendapat yang relevan mengenai persoalan yang mengandung pertentangan (*controversial*). Opini penonton merupakan kekuatan pada diri penonton untuk memberikan perhatian pada suatu objek dan yang menjadi pengaruh cukup besar terhadap opini penonton pada siaran televisi adalah kesukaan penonton. Kesukaan penonton dapat bermula dari kepercayaan, pengalaman dan tindakan terhadap program Aksi Indosiar.

Program ini sudah berlangsung sejak tahun 2016 hingga sekarang. Baik itu kompetisi di Indonesia maupun dengan negara lain. Sehingga para alumni yang menjadi bagian dari Aksi (Akademi Sahur Indonesia) membuat sebuah komunitas dakwah agar bisa berdakwah di daerah tempat tinggalnya maupun di Negara lainnya. Sehingga terwujudnya silaturahmi antar

anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang memiliki sistem kerja antar sesama. Program Aksi (akademi Sahur Indosiar) tidak hanya di Indonesia tetapi juga digelar antar Asia diantaranya Negara Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam. Program ini sudah  
3  
berlangsung sejak tahun 2013 hingga sekarang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:885) pola adalah suatu system kerja atau cara kerja sesuatu, sedangkan menurut kamus antropologi pola adalah rangkaian unsur- unsur yang sudah mantap mengenai suatu gejala dan dapat dipakai sebagai contoh dalam menggambarkan atau mendeskripsikan gejala itu sendiri. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola adalah cara kerja yang terdiri dari unsur- unsur terhadap suatu perilaku dan dapat dipakai untuk menggambarkan atau mendeskripsikan gejala perilaku itu sendiri.

Para Peserta Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang menyandang gelar juara maupun tidak merupakan alumni Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang sekarang membuat komunitas Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang berisikan seluruh alumni Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang tetap aktif berdakwah. Komunitas Aksi yang berisikan seluruh alumni Aksi ini berdomisili diberbagai kota di Indonesia seperti dari Riau, Bandung, Maluku, NTT, Jambi, Palembang, Jakarta dan sebganinya serta dari berbagai Negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam. Lantas komunitas ini sekarang memiliki tanggung jawab penuh dalam berdakwah. Serta memiliki pola komunikasi dakwah agar bisa menjadi role model dimasyarakat. Dari alumni Aksi (Akademi Sahur Indonesia) tersebut muncul sebuah komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang dibuat dengan bertujuan terjalinnya silaturahmi dan juga kerja sama anggota dalam menyiarkan agama Islam.

Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) ini sendiri memiliki aturan-aturan dan kodel komunikasi tersendiri dalam menyiarkan komunikasi islam ditengah masyarakat. Ditengah hanyutnya peradaban dengan propaganda kehidupan tugas dari komunitas aksi memberikan dakwah yang dapat memersatu ummat agar selalau dekat dengan Allah SWT.

Dalam hal ini anggota tidak hanya tinggal disatu wilayah melainkan berada dibeberapa titik di Indonesia bahkan di Negara-negara lain seperti Malaysia, Singapur, Brunei Darussalam dan lain sebagainya. 4

Aturan dan model komunikasi yang diterapkan didalam komunitas ini bermacam-macam bahkan setiap individu dari anggota memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan dakwahnya. Sedangkan setiap komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) memiliki aturan-aturan dalam menyampaikan dakwahnya sesuai dengan kondisi pada saat ini.

### **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Pola Komunikasi Dakwah Aksi (Akademi Aksi Indonesia)?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia).

### **1.4.Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat penulis sebutkan antara lain:

#### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membuka wawasan para anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang berlaku sebagai alumni Aksi Indosiar agar menjadi role model dalam berdakwah serta menambah khasanah terhadap program Aksi di Indosiar yang disiarkan pada bulan Ramadhan sehingga dapat digunakan untuk pengembangan program tersebut agar lebih sesuai dengan harapan dan keinginan audiens. Penelitian di bidang Ilmu dakwah melalui media televisi, terutama dalam program siaran dakwah.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya bermanfaat, terutama dalam mengapresiasi jenis program siaran dakwah di televisi yang tidak saja menghibur tetapi juga sarat dengan

informasi serta penyajian yang berkualitas dan memberikan bahan masukan bagi 5 televisi Indosiar tentang Bagaimana Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (A..... Sahur Indonesia) dalam menyiarkan dakwah di Indonesia dan di Negara lainnya serta menambah wawasan tentang siaran-siaran program dakwah di televisi.

### **1.5.Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan merupakan hal yang penting karena mempunyai fungsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunannya. Dalam skripsi ini, penulis menyusun atas lima bab. Dimana masing-masing bab mempunyai pokok pembahasan sendirisendiri yang tertuang dalam sub-bab. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

**BAB I** :Pendahuluan terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**BAB II:** Merupakan Landasan Teori yang melandasi penulis dalam pembahasan skripsi. Dalam bab ini membahas tentang: Pola Kominkasi Dakwah Aksi (Akedemi Sahur Indonesia).

**BAB III** :Berisi tentang *defenisi pola* Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia dan pada bab ini pula ditulis tentang penyajian data hasil penelitian.

**BAB IV** :Analisis-analisis Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) di Indosiar .

**BAB V** :Penutup, yang berisi Kesimpulan dan Saran. Bagian akhir yang tersusun dari Daftar Pustaka, Lampiran, dan Daftar Riwayat Hidup Penulis.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORETIS**

#### **2.1 Pengertian Pola Komunikasi**

Menurut Djamarah pola komunikasi dapat diartikan sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sedangkan menurut Effendy (dalam Gunawan 2013:225) pola komunikasi adalah suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsurunsur yang dicakup beserta keberlangsungannya guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Dari beberapa pengertian tentang pola komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi adalah suatu pola hubungan yang terbentuk dari beberapa unsur yang saling berkaitan dan melengkapi satu sama lain dan bertujuan untuk memberikan gambaran terkait proses komunikasi yang sedang terjadi.

Pola komunikasi terdiri dari dua kata yaitu “pola” dan “komunikasi”. Pola berarti corak, model, system, cara kerja, bentuk (struktur) yang tepat. Dengan demikian “pola” disamakan dengan “model” yang berarti gambaran yang dirancang untuk mewakili kenyataan. 2 Sedangkan makna “komunikasi” adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. 3 Yang berasal dari bahasa latin “communication, communis, communnico” yang berarti kebersamaan, membagi, hubungan, kabar, pengumuman, dan pemberitahuan. 4 Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian gagasan, ide, pesan, dan harapan yang

disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampaian <sup>7</sup>  
ditunjukkan pada penerima pesan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:885) pola adalah suatu system kerja atau cara kerja sesuatu, sedangkan menurut kamus antropologi pola adalah rangkaian unsur- unsur yang sudah mantap mengenai suatu gejala dan dapat dipakai sebagai contoh dalam menggambarkan atau mendeskripsikan gejala itu sendiri.

## **2.2. Definisi Pola Komunikasi Dakwah**

Pengertian pola komunikasi merupakan kata jadian yang berasal dari kata pola dan komunikasi. Pola berarti corak, model, sistem, cara kerja, jadi pola komunikasi sama dengan model komunikasi, yaitu rancangan gambaran suatu proses komunikasi secara realistis disesuaikan dengan bentuk-bentuk komunikasi. Menurut Jalaluddin Rakhmat, "Model komunikasi menggambarkan hubungan diantara variable-variabel atau sifat-sifat gejala tertentu dalam proses komunikasi, yang dirancang untuk mewakili kenyataan.

Pengertian dakwah itu sendiri Syaikh Ali Makhfudz mendefinisikan dakwah dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin*, dakwah Islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah mereka dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat Al-wafa Almuttaqiinmelanjutkan, sebenarnya dakwah itu sendiri adalah komunikasi, dakwah tanpa komunikasi tidak akan mampu berjalan menuju targettarget yang diinginkan, demikian komunikasi tanpa dakwah akan kehilangan nilai-nilai Ilahi dalam kehidupan. Dari sekian banyak definisi dakwah ada sebuah definisi yang menyatakan bahwa, dakwah adalah proses komunikasi efektif dan kontinyu, yang bersifat umum dan rasional, dengan menggunakan caracara ilmiah dan sarana yang efisien, dalam mencapai tujuan-tujuannya. Apabila kita mendengar kata tabligh (juru dakwah) terlintas dalam fikiran usaha-usaha yang telah ditempuh kaum Muslimin sejak dahulu kala untuk menyiarkan dakwah dan menyampaikan ajaran agama.

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. Oleh karena kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan.

Terekam dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidupnya saja, melainkan juga dengan Tuhannya. Sedangkan ilmu komunikasi adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisiplin. Disebut demikian karena pendekatan-pendekatan yang dipergunakan berasal dari/dan menyangkut berbagai bidang keilmuan (disiplin) lainnya, seperti linguistik, sosiologi, psikologi, antropologi, politik, dan ekonomi. Maka jelas bahwa baik kata komunikasi ataupun dakwah secara khusus tidak memiliki kesamaan, namun secara umum kesamaan antara komunikasi dan dakwah terletak pada pesannya dimana pesan pada keilmuan bidang komunikasi lebih bersifat umum sedangkan pesan yang ada dalam keilmuan bidang dakwah lebih khusus pada bidang keagamaan Islam.

Bisa ditarik benang merah bahwa pola komunikasi dakwah dalam skripsi ini ialah proses penyampaian pesan kebajikan yang dilakukan oleh da'i dalam menyiarkan agama Islam, dan menekankan kepada adanya "umpan balik pesan" yang saling beralih kedudukan antara da'i dengan mad'u.

#### **a. Hubungan Pola Komunikasi Dakwah Dengan Bentuk Komunikasi**

Disini penulis akan mengajak pembaca untuk mengetahui bentuk-bentuk komunikasi terlebih dulu, setelah kita mengetahui bentuk-bentuk komunikasi maka akan kita hubungkan dengan pola komunikasi dakwah. Beberapa pakar komunikasi menyebutkan macam-macam bentuk komunikasi, dan klarifikasi yang mereka buat berbeda satu dengan yang lainnya. Seperti kelompok sarjana komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* (1980) membagi komunikasi atas lima macam bentuk, yakni Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal*

*Communication*), Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Communication*), dan Komunikasi Publik (*Public Communication*). Ada juga Joseph A. De Vito seorang professor komunikasi di City University of New York dalam bukunya *Communicology* (1982) membagi komunikasi atas empat macam, yakni Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik, dan Komunikasi Massa.

### **b. Pola Komunikasi Dakwah Dengan Proses Komunikasi**

Untuk memahami proses komunikasi dapat dilihat dari unsur-unsur yang berkaitan dengan siapa pengirimnya (komunikator), apa yang dikatakan atau yang dikirimkan (pesan), saluran komunikasi apa yang digunakan (media), ditujukan pada siapa (komunikan), dan apa akibat yang akan ditimbulkan (efek). Bila dikaitkan dengan pola komunikasi dakwah maka dalam penelitian ini.

Menurut Jalaluddin Rakhmat, efek bisa terjadi pada tahapan yaitu:

- a. *Efek Kognitif*, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, pahami, dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- b. *Efek Afektif*, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, hal ini meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c. *Efek Behavioral*, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati. Meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berprilaku.

Efektifitas tidak boleh lepas dari: faktor tujuan, faktor manusia, faktor nilai-nilai dan factorsistem organisasi itu sendiri yang dihubungkan dengan kondisi waktu, target, jumlah, dan kualitas. Dengan demikian efektivitas ternyata bersifat multidimensional, sehingga strategi yang dipilih untuk meningkatkan efektivitas tergantung pada kekhususan atau spesifikasi faktor dari permasalahan yang hendak dipecahkan. Yang perlu digarisbawahi bahwa sesuatu

yang efektif belum tentu efisien, demikian sebaliknya sesuatu yang efisien belum tentu e dalam hal ini perlu di tegaskan kembali bahwa jika sesuatu kegiatan atau aktivitas telah terbukti ketidak efektifannya maka tidak perlu lagi dipersoalkan efisiensinya.

Sedangkan efektif tidaknya sebuah komunikasi bisa kita lihat dengan indikator sebagai berikut:

- a. Perbedaan persepsi
- b. Reaksi emosional, emosi ini bisa dalam bentuk marah, benci, mempertahankan persepsi, malu, takut, yang akan berpengaruh dalam memahami pesan yang sedang disampaikan kepada komunikan. Pendekatan yang terbaik dalam hubungan emosi adalah menerimanya sebagai dari proses komunikasi dan mencoba untuk memahaminya ketika emosi menimbulkan masalah.
- c. Ketidak-konsistenan komunikasi verbal dan nonverbal yaitu, mencakup semua stimulus dalam suatu peristiwa komunikasi baik yang dihasilkan oleh manusia maupun lingkungan.
- d. Kecurigaan seseorang komunikan mempercayai atau mencurigai suatu pesan pada umumnya merupakan fungsi kredibilitas dari pengiriman dan pemikiran dari penerima pesan

### **2.3. Definisi Komunikasi**

Dalam keseharian, semua orang tentu membutuhkan akan yang namanya komunikasi, baik dari berbicara secara langsung, melalui telepon, menulis surat, bahasa isyarat, ataupun contoh komunikasi dalam bentuk lainnya.

Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu *communicatio* yang berarti “pemberitahuan atau pertukaran”. Kata sifat *communis*, yang bermakna umum atau bersama. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi baik itu pesan, ide, maupun gagasan dari satu pihak kepada pihak lain. Umumnya komunikasi dilakukan secara lisan maupun verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak

terdapat bahasa verbal, dapat menggunakan bahasa isyarat seperti tersenyum, gesture tubuh, menggelengkan kepala, dan lain-lain.

**a. Berikut beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli:**

1. **Prof. Drs. H.A.W:** Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu ataupun kelompok.
2. **James A.F.Stoner:** Komunikasi merupakan proses dimana seseorang yang sedang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.
3. **Everett M. Rogers:** Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber yang satu kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
4. **Raymond S. Ross:** Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.
5. **William I. Gordon:** Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris *com-munication*. Di antara arti komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui system lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku. Komunikasi juga diartikan sebagai cara untuk mengomunikasikan ide dengan pihak lain, dengan berbincang-bincang, berpidato, menulis, maupun melakukan korespon.

**b. Tujuan dari komunikasi adalah sebagai berikut:**

1. Hal yang disampaikan komunikator dapat dimengerti oleh komunikan. Tugas komunikator adalah harus menjelaskan pesan utama dengan jelas dan sedetail mungkin.
2. Orang lain bisa memahaminya. Dengan melakukan komunikasi, setiap individu dapat memahami individu lainnya dengan kemampuan mendengar tentang suatu hal yang sedang dibicarakan orang lain.
3. Supaya apa yang disampaikan dapat diterima orang lain. Komunikasi serta pendekatan persuasif adalah cara agar sebuah gagasan mudah diterima oleh orang lain.
4. Bertujuan menggerakkan orang lain untuk melakukan suatu hal sesuai dengan keinginan komunikator.

Ketika hendak melakukan sebuah komunikasi, maka terdapat syarat sebagai berikut:

1. **Source:** *Source* atau sumber adalah bahan dasar dari penyampaian pesan untuk memperkuat pesan itu sendiri. Salah satu contoh komunikasi adalah orang, buku, lembaga dan masih banyak contoh lainnya.
2. **Komunikator:** Komunikator adalah seseorang yang menyampaikan pesan, dapat berupa seseorang yang sedang menulis atau berbicara, berupa kelompok orang ataupun organisasi komunikasi seperti film, surat kabar, radio, televisi dan lain sebagainya.
3. **Komunikan:** Komunikan adalah penerima pesan dalam komunikasi berupa seseorang, kelompok ataupun massa.
4. **Pesan:** Pesan adalah keseluruhan hal atau informasi yang disampaikan oleh seorang komunikator. Pesan memiliki tema utama sebagai pengarah dalam usaha untuk merubah tingkah laku serta sikap orang lain.
5. **Saluran:** Saluran merupakan media perantara yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan. Saluran komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian, yakni saluran formal atau resmi dan saluran informal atau tidak resmi.
6. **Effect:** *Effect* merupakan hasil akhir dari suatu komunikasi yang sudah terjadi.

Fungsi dari komunikasi yang dapat diambil dari kehidupan sehari-hari adalah:

1. **Sebagai Informasi:** Komunikasi menyajikan suatu informasi yang diperlukan dari setiap individu maupun kelompok dalam mengambil suatu keputusan dengan meneruskan data untuk menilai beberapa pilihan yang akan diputuskan.
2. **Sebagai Kendali:** Fungsi komunikasi sebagai kendali memiliki arti bahwa komunikasi berperan untuk mengontrol perilaku orang lain maupun anggota dalam beberapa cara yang wajib dipatuhi oleh semua pihak.
3. **Sebagai Motivasi:** Komunikasi memberikan dalam hal memotivasi melalui penjelasan yang dilakukan oleh para motivator.

### c. Model Komunikasi

1. **Model S – R** Model stimulus – respon (S – R) adalah model komunikasi yang paling dasar. Model stimulus ini dipengaruhi oleh disiplin ilmu psikologi, terutama yang beraliran behavioristik. Model ini memberitahukan bahwa komunikasi sebagai aksi reaksi yang sederhana.
2. **Model Aristoteles** Model Aristoteles merupakan model komunikasi yang paling klasik, sering juga disebut dengan model retorik. Model komunikasi ini terjadi ketika seorang pembicara berbicara kepada khalayak dalam upaya untuk mengubah sikap mereka. Komunikator akan mengemukakan tiga unsur dasar dalam proses komunikasi yaitu pembicara, pesan, dan pendengar.
3. **Model Lasswell** Model komunikasi Lasswell adalah ungkapan berupa verbal yang tersusun sebagai berikut: *Who-Says What-In Which Channel-To Who With What Effect?* Lasswell mengutarakan tiga fungsi komunikasi yaitu: pengawasan lingkungan, korelasi berbagai bagian yang terpisah dalam masyarakat untuk merespon lingkungan, dan transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Bahasa arab komunikasi sering menggunakan istilah *tawashul dan ittishal*. Sebagai contoh, Dr. Halah Abdul ‘Al al-Jamal ketika menulis tentang komunikasi dalam islam beliau memberi judul dalam bukunya *Fann al-tawashul fi al-islam* (Seni Komunikasi Dalam Islam). Begitu juga Prof.Dr Abdul Karim Bakkar ketika menulis komunikasi keluarga beliau memberi nama bukunya dengan *al-Tawashul al-Usari* ( Komunikasi Keluarga). Kata Itthisal diantaranya digunakan oleh Awadh al-Qorni dalam bukunya *Hatta la Takuna Kallam* (Supaya Anda Tidak Menjawab Beban Orang Lain). Ketika mendefenisikan tentang komunikasi , Awadh mengatakan bahwa komunikasi (ittishal) adala melakukan cara yang terbaik dan menggunakan sarana yang terbaik untuk memindahkan informasi, makna, rasa, dan pendapat kepada pihak lain dan mempengaruhi pendapat mereka serta meyakinkan mereka dengan apa yang kita inginkan apakah menggunakan bahasa atau menggunakan ynag lainnya.

#### **2.4.Definisi Dakwah**

Secara terminologis dakwah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah SWT. Menurut A. Hasjmy, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara kebijaksanaan dan kebahagiaan mereka di dunia maupun di akhirat. 7 Berdasarkan paparan diatas, maka yang dimaksud dengan pola komunikasi dakwah dalam skripsi ini adalah proses penyampaian pesan kebajikan yang di lakukan komunitas Aksi (Akademi Sahur Indosiar). Manusia akan selalu membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi.

Sedangkan pengertian dakwah itu sendiri Syaikh Ali Makhfudz medefinisikan dakwah dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin*, dakwah Islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah mereka dari kemungkarannya, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Menurut Ali Aziz, setidaknya terdapat 10 macam makna yang dikandung dalam kata dakwah dalam Al-Qur’an, yaitu; (1) mengajak dan menyeru, baik kepada kebaikan maupun

kemusyrikan, (2) Do'a, (3) mendakwa atau menganggap tidak baik, (4) mengadu, (5) memanggil Atau panggilan, (6) meminta, (7) mengundang, (8) malaikat israfil sebagai penyeru, (9) panggilan nama atau gelar (10) anak angkat.

Al-wafa Almuttaqiinmelanjutkan, sebenarnya dakwah itu sendiri adalah komunikasi, dakwah tanpa komunikasi tidak akan mampu berjalan menuju targettarget yang diinginkan, demikian komunikasi tanpa dakwah akan kehilangannilai-nilai Ilahi dalam kehidupan. Maka dari sekian banyak definisi dakwah ada sebuah definisi yang menyatakan bahwa, dakwah adalah proses komunikasi efektif dan kontinyu, yang bersifat umum dan rasional, dengan menggunakan caracara ilmiah dan sarana yang efesien, dalam mencapai tujuan-tujuannya.

Menurut Prof. H.M. Arifin, M.Ed. dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan bearencana dalam usaha mempengaruhiorang lain, baik secara individu maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.

Menurut Dr. Qurasy Shihab dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus berperan menuju pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.<sup>11</sup> Demikian beberapa pendapat para ahli dalam memaknai kata dakwah, Jika diperhatikan dengan seksama, maka hampir semua pengertian yang dikemukakan oleh para ahli diatas terdapat kata “ mengajak dan menyeru”, hal tersebut menunjukkan bahwa dakwah merupakan sebuah aktivitas, terlebih lagi hal tersebut merupakan sebuah proses yang dilakukan secara berkesinambungan. Hal tersebut dipertegas dengan makna-makna dari kata

dakwah dan kata yang terbentuk darinya dalam Al-Qur'an mengandung unsur-unsur usaha atau upaya yang dinamis.

Pengertian-pengertian para ahli diatas juga menunjukkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan yang bertujuan perubahan positif bagi manusia, perubahan positif tersebut mengarah pada peningkatan keimanan seseorang, karena bertujuan yang baik, maka secara otomatis kegiatannya bersifat baik pula. Ukuran baik dan buruknya sesuatu terangkum dalam syariat islam yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Hadis.<sup>13</sup> Dengan demikian, dapatlah dipahami bahwa sebuah ajakan, seruan ataupun panggilan yang mengarah pada perbuatan yang merusak tidak termasuk pada arti hakiki dari dakwah itu sendiri.

#### **a. Unsur-unsur dakwah Dengan adanya ilmu dakwah**

Aktivitas dakwah yang semula hanya mengandalkan kemampuan pendakwah menjadi lebih mudah untuk dipelajari, sehingga perkembangan dakwah dapat melaju cepat untuk mengimbangi perkembangan zaman yang sangat pesat. Dalam ilmu dakwah terdapat beberapa hal yang menjadi kunci dari aktivitas dakwah, hal tersebut dikenal dengan unsur-unsur dakwah, unsur-unsur tersebut merupakan sebuah kesatuan yang harus ada demi suksesnya aktivitas dakwah, unsur-unsur tersebut adalah; da'i (subjek dakwah), mad'u (objek dakwah), maudu' (pesan dakwah), uslub (metode dakwah), wasilah (media dakwah), dan tujuan dakwah.

#### **b. Macam-macam dakwah**

Menurut Drs. Samsul Munir Amin, M.A. secara umum dakwah Islam itu dapat dikategorikan kedalam tiga macam yaitu:

## **1. Dakwah bi Al-Lisan**

Dakwah bi Al-Lisan yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, naasih dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majlis taklim, khutbah jumat di masjid-masjid atau ceramah di pengajian- pengajian. Dari aspek jumlah barangkali dakwah melalui lisan (ceramah dan yang lainnya) ini sudah cukup banyak dilakukan oleh para juru dakwah di tengah-tengah masyarakat.

Secara etimologi dakwah bi al-lisan al-hal merupakan gabungan dari tiga kata yaitu kata dakwah, lisan dan al-hal. Kata dakwah berasal dari akar kata da'a-yad'u-da'watun yang berarti memanggil, menyeru. Kata lisan berarti bahasa, sedangkan kata al-hal berarti hal atau keadaan. Lisan al-hal mempunyai arti yang menunjukkan realitas sebenarnya. Jika ketiga kata tersebut di gabungan maka dakwah bi lisan al-hal mengandung arti memanggil, menyeru dengan menggunakan bahasa keadaan atau menyeru mengajak dengan perbuatan nyata. Pengertian ini sejalan dengan ungkapan hikmah: Lisan al-hal abyanu min lisan al-maqaal, kenyataan itu lebih menjelaskan dari ucapan. Secara terminologi dakwah mengandung pengertian: pada petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan demikian yang dimaksud dengan dakwah bi lisan al-hal adalah memanggil, menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat dengan menggunakan bahasa keadaan manusia yang didakwahi (mad'u) atau memanggil menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan manusia dunia dan akhirat dengan perbuatan nyata yang sesuai dengan keadaan manusia.

18

## **2. Dakwah bi Al-Hal**

Dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh

masyarakat sebagai objek dakwah. Dakwah bi Al-hal dilakukan oleh Rasulullah, terbukti bahwa ketika pertama kali tiba di Madinah yang dilakukan Nabi adalah membangun masjid Al-Quba, mempersatukan kaum Anshar dan Muhajirin. Kedua hal ini adalah dakwah nyata yang dilakukan oleh Nabi yang dapat dikatakan sebagai dakwah bi al-hal.

Dakwah bi Al-hal adalah bentuk ajakan kepada Islam dalam bentuk amal, kerja nyata, baik yang sifatnya seperti mendirikan lembaga pendidikan Islam, kerja bakti, mendirikan bangunan keagamaan, penyantunan masyarakat secara ekonomis, kesehatan atau bahkan acara-acara hiburan ke agamaan. Pendeknya, sesuatu yang bukan pidato (dakwah bi al-lisan) atau juga dakwah dengan menggunakan pena atau karya tulis (dakwah bi al-qalam) Dakwah bi al-hal merupakan aktivitas dakwah Islam yang dilakukan dengan tindakan nyata atau amal nyata terhadap kebutuhan penerima dakwah. Sehingga tindakan nyata tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan penerima dakwah. Dakwah bi al-hal ditujukan bagi sasaran dakwah sesuai dengan kebutuhan sasaran, sehingga aktivitas dakwah mengenai sasaran. Dakwah tidak hanya diartikan sebagai dakwah bi al-lisan saja, karena cakupan dakwah sangat luas maka pengertian dakwah bi al-hal dan dakwah bial-kitabah perlu diterjemahkan dan dikontekstualkan sesuai dengan situasi dan kondisi sekarang.

### **3. Dakwah bi Al-Qalam**

Dakwah bi Al-Qalam, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah bi al-qalam ini lebih luas daripada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan di mana saja mad'u atau objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah bi al- qalam ini. Perkembangan peradaban manusiaternyata memberikan dampak semakin berkembang pula teknologi komunikasi dan informasi pada semua jenis media komunikasi massa (media cetak, elektronik dan online). Berbicara tentang komunikasi memang tidak pernah habis, sejak lahir kita sudah

melakukan komunikasi dengan cara pribadi, kelompok, publik, massa, dan interaksi berlangsung secara tatap muka, dalam bentuk (verbal) maupun (nonverbal). akan mengenal dirinya dan orang lain secara tepat. Terdapat berbagai pola atau bentuk komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan kepada orang lain baik secara linear maupun sirkuler, atau berlangsung secara satu arah, dua arah, atau multi arah.

Pada prinsipnya, kebutuhan komunikasi merupakan suatu keniscayaan dalam setiap kegiatan hidup manusia termasuk kegiatan keagamaan seperti dakwah Islam. Pelaku dakwah kerap melakukan interaksi dengan mad'u sebagai proses penyampaian pesan-pesan agama sekaligus mengajak mereka untuk senantiasa hidup menurut arahan atau tuntutan Islam. Aktivitas dakwah tidak mungkin melepaskan diri dari proses interaksi antara da'i dan mad'u dalam kaitan mengajak mereka untuk untuk mengamalkan islam secara utuh dan komprehensif. Bagi seorang pendakwah komunikasi menjadi modal utama untuk dapat menyampaikan pesan dakwahnya secara efektif.

## **2.5 Program Televisi Aksi (Akademi Sahur Indonesia).**

### **a. Pengertian Program**

Tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting dan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran televisi. Program yang membawa audien mengenal suatu stasiun penyiaran. Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas.

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual pada pihak lain, dalam hal ini *audience* dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan penonton.

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan. Dapat didefinisikan juga bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Atau, dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita. *Slot* waktu masing-masing program ini dirancang sesuai dengan tema program itu (*programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya.

Sedangkan Dakwah secara bahasa berasal dari kata da'a, yad'u, da'watan yang berarti ajakan, seruan, undangan dan panggilan. Dakwah menurut istilah berarti menyeru untuk mengikuti sesuatu dengan cara dan tujuan tertentu. Selain itu, menurut Aly Mahfud dalam Kusnawan (2009: 15) dakwah merupakan memotivasi manusia untuk berbuat kebaikan dan petunjuk, menyuruh pada yang ma'ruf dan mencegah pada yang munkar, untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

21

## **b. Tujuan Program**

Tujuan suatu program siaran secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan

sendiri-sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai. Ada perbedaan tujuan penayangan program pada stasiun televisi swasta dan stasiun publik. Stasiun publik tidak berorientasi mencari keuntungan, tetapi lebih pada melayani masyarakat dan sebagai media untuk menginformasikan keberhasilan pembangunan dan menjaga keutuhan berbangsa dan bernegara. Tetapi pada stasiun swasta selain menyediakan wadah juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Karena stasiun swasta bertujuan mencari keuntungan.

Secara umum, ada lima tujuan penayangan program televisi swasta:

1. Mendapat banyak penonton.
2. Target penonton tertentu (program yang ditujukan pada segmentasi tertentu).
3. Prestise.

Pada momen tertentu stasiun televisi selalu menayangkan program yang tidak untuk mendapatkan keuntungan, tetapi hanya untuk *prestise* saja, misalnya pada perayaan hari kemerdekaan RI 17 Agustus.

4. Kepentingan publik. Program yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan keberagaman, dan keamanan hiburan kepada publik.
5. Penghargaan.

### **c. Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia)**

#### **a. Komunitas**

Komunitas adalah suatu kelompok sosial disuatu masyarakat yang terdiri dari beberapa individu yang saling berinteraksi pada lingkungan tertentu dan umumnya memiliki ketertarikan yang dan habitat yang sama. Ada juga yang menyebutkan mengenai arti komunitas ialah bahwa 22 suatu kelompok didalam masyarakat, dimana para anggotanya mempunyai kesamaan sosial sebagai ciri khas. Misalnya kesamaan minat, kesamaan profesi, kesamaan agama, kesamaan tempat tinggal, dan lain-lain.

#### **b. Pengertian komunitas menurut para ahli**

### 1. George Hillery Jr.

Pengertian komunitas adalah kelompok sosial masyarakat yang tinggal didaerah dan wilayah yang sama untuk melakukan hubungan sosial dan kontak sosial. Adapun komunitas yang berada dikategori defenisi ini yang berarti mempunyai sudut pandang untuk tinggal bersama dan secara berlangsung.

### 2. Christensson dan Robinson

Defenisi komunitas adalah kelompok masyarakat yang tinggal diwilayah geografis yang sama untuk melakukan kegiatan dan aktivitas sosial, ekonomi dan tindakan lainnya sesuai dengan keinginan dan harapan masyarakat. Arti ini memberi pandangan bahwa komunitas harus memiliki tujuan yang sama.

## **c. Jenis-jenis Komunitas**

### 1. Komunitas berdasarkan minat

Merupakan sebuah jenis komunitas yang mana sebab terbentuknya karena adanya kesamaan minat atau ketertarikan kepada anggotanya. Karena kebanyakan komunitas akan terbentuk apabila minat jumlah anggotanya besar.

### 2. Komunitas berdasarkan lokasi

Merupakan suatu komunitas yang pembentukannya diwarnai dengan adanya kesamaan lokasi atau tempat secara geografis. Karena biasanya komunitas akan terbentuk dengan berdasarkan lokasi dan karena adanya keinginan untuk saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi yang dapat membantu perkembangan lingkungannya.

23

## **d. Manfaat Komunitas**

Dengan adanya pembentukan komunitas tentunya memiliki banyak sekali manfaat bagi para anggotanya. Adapun beberapa manfaat komunitas antara lain :

1. **Sebagai Sarana Informasi** : penyebaran informasi tertentu bisa menyebar dengan cepat di suatu komunitas. Misalnya seperti komunitas pecinta burung, segala informasi yang berkaitan dengan burung akan dengan cepat beredar di dalam komunitas tersebut.
2. **Menjalin Hubungan Antar Manusia**, manusia merupakan makhluk sosial yang artinya manusia membutuhkan manusia lainnya dalam hidupnya. Dengan adanya komunitas maka antar sesama anggota bisa menjalin relasi yang lebih baik satu dengan yang lainnya.
3. **Saling Mendukung**, karena adanya minat atau ketertarikan yang sama dalam bidang tertentu maka setiap anggota komunitas bisa saling memberi dukungan. Selain mendukung sesama anggotanya, suatu komunitas juga bisa membantu orang lain di luar komunitas tersebut.

#### **b.Aksi (Akademi Sahur Indonesia)**

Akademi Sahur Indosiar atau disingkat Aksi adalah sebuah acara realitas dan pencarian bakat yang ditayangkan di Indosiar setiap sahur pada bulan puasa. Diciptakan oleh programming Indosiar, dan diproduksi oleh Tim Produksi Indosiar (2013- sekarang). Aksi merupakan program acara kombinasi antara reality dan variety show yang bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah baru yang memiliki karakter unik dalam menyampaikan dakwahnya. Dewaktu MUI melacak sejumlah program Tv yang jauh dari makna Ramadhan, Akadmi Sahur Indonesia pencarian bakat dan sekaligus memadukan komedi. MUI memuji bahwa Aksi adalah salah satu program unggulan yang berlandaskan dan bernilai pedoman Islam yang sesungguhnya.

Aksi (Akademi Sahur Indonesia dibagi menjadi 2 bagian yaitu :



### 2.1. Gambar Logo Aksi Indonesia dan Aksi Asia

Program ini sudah berlangsung sejak tahun 2016 hingga sekarang. Baik itu kompetisi di Indonesia maupun dengan negara lain. Sehingga para alumni yang menjadi bagian dari Aksi (Akademi Sahur Indonesia) membuat sebuah komunitas dakwah agar bisa berdakwah di daerah tempat tinggalnya maupun di Negara lainnya. Sehingga terwujudnya silaturahmi antar anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang memiliki sistem kerja antar sesama. Program Aksi (akademi Sahur Indosiar) tidak hanya di Indonesia tetapi juga digelar antar Asia diantaranya Negara Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam. Program ini sudah berlangsung sejak tahun 2013 hingga sekarang.

#### 1. Aksi Indonesia

Peserta yang mengikuti audisi berasal dari seluruh daerah di Indonesia tanpa terkecuali. Di mana program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) akan mengadakan audisi di beberapa daerah di Indonesia.

#### 2. Aksi Asia

Peserta yang dipilih untuk melaju di Aksi Asia yaitu diantaranya top 5 besar di aksi Indonesia dan akan diberi kesempatan tampil kembali bersama peserta dari berbagai Negara di Asia seperti Malaysia, Singapura Brunei Darussalam.

Para Peserta Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang menyandang gelar juara r 24  
tidak merupakan alumni Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang sekarang membuat kor  
Aksi (Akademi Sahur Indosiar) yang berisikan seluruh alumni Aksi (Akademi Sahur Indosiar)  
yang tetap aktif berdakwah. Komunitas Aksi yang berisikan seluruh alumni Aksi ini  
berdomisili diberbagai kota di Indonesia seperti dari Riau, Bandung, Maluku, NTT, Jambi,  
Palembang, Jakarta dan sebganinya serta dari berbagai Negara yaitu Indonesia, Malaysia,  
Singapura, Brunei Darussalam. Lantas komunitas ini sekarang memiliki tanggung jawab penuh  
dalam berdakwah. Serta memiliki pola komunikasi dakwah agar bisa menjadi role model  
dimasyarakat.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

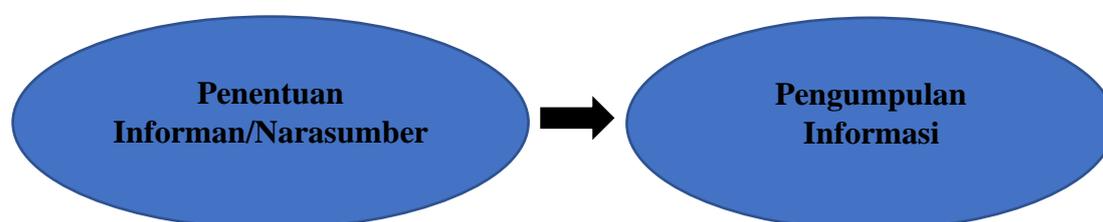
Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau utuh.

Adapun spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka . Penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat. Penelitian deskriptif selain bertujuan menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti, penelitian deskriptif juga fokus pada pertanyaan dasar “bagaimana” dengan berusaha mendapatkan dan menyamapaikan fakta-fakta dengan jelas, teliti dan lengkap. Inti pokok deskriptif adalah mengemukakan ciri-ciri sesuatu. Tipe utama penelitian deskriptif mencakup penilaian sikap, pendapat tentang individu, organisasi, peristiwa, atau prosedur demikian juga tentang jajak pendapat politik dan survei penelitian pasar. Dengan metode ini peneliti mendeskripsikan tentang Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia). Penelitian ini dilakukan untuk untuk melakukan pendekatan lebih dalam terhadap para informan. Baik itu pendekatan secara emosional, domisili maupun pola komunikasi dalam berdakwah.

### 3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konseptual merupakan suatu l <sup>26</sup> gka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Adapun gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



#### 1. Menentukan Informan/ Narasumber

Peneliti akan mengadakan metode wawancara kepada informan terlebih dahulu. Dengan menentukan beberapa informan yang ahli dalam bidangnya untuk memperoleh informasi. Adapun daftar nama informan adalah sebagai berikut:

- a. Syah Gina Rahmi Lubis S.H yang lahir di Kota Medan, 16 Oktober 1996 yang merupakan seorang pendakwah dan salah satu peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) pada tahun 2019
- b. Sayudi atau dikenal dengan sebutan ustad Ucul adalah seorang pendakwah komedi yang lahir di Lingkis, 21 April 1988. Ustad Sayudi berasal dari Palembang dan sekarang menetap di Jakarta.
- c. H. Muhammad Ismail Zamakhsyari S.H merupakan seorang pendakwah berasal dari kota Jakarta. selain menjadi pendakwah beliau merupakan seorang

pemilik sekaligus pengasuh pondok pesantren Al-Fathimiyyah yang terletak dikota Bogor. Selain itu beliau juga bekerja sebagai HBSR Cimb Niaga dan Staf KRIB (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji)

28

- d. H. Moch.Imam Muarif S.Ag.M.Ag, perwakilan kota Palembang yang terkenal dengan gaya dakwahnya menggunakan wayang. Keunikan ini yang membuat pendakwah yang satu ini berbeda dengan yang lainnya.
- e. Abdul Wahid Silitonga, lahir pada tanggal 20 Desember 1979 merupakan seorang pendakwah yang meraih juara 2 pada Aksi 2014. Dikenal dengan kemampuannya berceramah, beliau juga dikenal dengan suaranya yang merdu dalam melantunkan ayat suci al-qur'an.

Peneliti memilih lima orang informan dikarenakan adanya keterbatasan yang dialami peneliti untuk meneliti lebih banyak para informan diantaranya, keterbatasan waktu, biaya, maupun tempat tinggal para informan yang berbeda dari setiap daerah.

## 2. Pengumpulan informasi

Penelitian ini diawali dengan pengumpulan informasi seputar pola komunikasi dakwah, pengumpulan informasi ini dilakukan dengan melakukann wawancara kepada para responden yang telah ditetapkan. Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun Sumber data atau informan yang dimaksud dalam penelitian ini digali langsung dari subjek penelitian yang telah ditetapkan.

Peneliti akan melakukan teknik wawancara dimana peneliti membuat beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada para responden. Dalam hal ini akan didokumentasikan sebagai hasil wawancara nanti adapun daftar pertanyaan wawancara.

29

### **3.3. Defenisi Konsep**

Penjelasan definisi konseptual berfungsi untuk memberi batasan atau arti variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti. Definisi konseptual bertujuan untuk menggambarkan gejala atau perilaku yang diamati oleh peneliti.

Penelitian ini berjudul “Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia).

a). Menurut Cutlip dan Center, dua pakar Humas opini adalah “ekspresi sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan (*the expression of attitude on a controversial issue*) dan menurut Alexis S.Tan sikap meliputi:

1. komponen *kognitif* – (pengetahuan)
2. komponen *afektif* – (perasaan)
3. komponen *konatif* – (sikap)

b). Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan. program siaran dakwah merupakan satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan yang berisi berbagai pembahasan keagamaan. Program yang dimaksud dalam penelitian ini berupa program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang di siarkan oleh stasiun televisi Indosiar pada bulan Ramadhan. Berdasarkan pemaparan di atas, maka batasan konseptual dalam penelitian ini adalah Pola Komunikasi Dakwah Komunitas opini Aksi (Akademi Sahur Indonesia).

### 3.4. Kategorisasi Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun Sumber data atau informan yang dimaksud dalam penelitian ini digali langsung dari subjek penelitian yaitu beberapa orang dari 110 anggota dari Indonesia dan berbagai negara. Pada penelitian ini penulis akan mewawancarai dan kemudian beberapa orang anggota komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) dan kemudian dibuat dalam sebuah kegiatan dokumentasi para anggota Aksi (Akademi Sahur Indonesia) agar mendapatkan informasi yang valid dari sumbernya langsung. 30

### 3.5. Informan atau Narasumber

Dalam penelitian kualitatif terdapat banyak teknik sampling yang dapat digunakan oleh peneliti. Salah satu teknik penentuan informan yang digunakan oleh peneliti ini adalah teknik penentuan informan menggunakan metode *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pada mulanya jumlahnya kecil tapi makin lama makin banyak dan berhenti setelah informasi yang didapat dinilai telah cukup. Teknik ini baik untuk diterapkan jika calon informan sulit untuk diidentifikasi (Siswanto, 2012:49).

1. Penulis meneliti lima orang orang dari 110 komunitas Aksi diantaranya anggota Aksi pada tahun 2013, 2014, 2016 hingga 2019. Selain itu, narasumber yang ahli dalam bidangnya yang sudah memiliki pengalaman yang cukup banyak dan lama didunia dakwah. Salah satunya anggota Aksi yang mengasuh pondok pesantren, anggota aksi yang meraih juara, peserta aksi yang masih aktif menyiarkan dakwah ditelevisi.

2. Peneliti memilih informan yang memiliki keunggulan dan keunikan sendiri dalam berdakwah. Informan selanjutnya ditetapkan berdasarkan pengetahuan atau informasi yang diperoleh sebelum melakukan wawancara..
3. Selanjutnya peneliti memilih informan yang bersedia untuk diwawancarai serta hubungan emosional. Hingga mempermudah peneliti dalam mewawancarai detail. Demikian seterusnya hingga pada satu saat peneliti memutuskan jumlah informannya sudah mencukupi.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab melalui media komunikasi dengan narasumber yang diwawancarai (*interviewee*) tentang masalah yang diteliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari yang diwawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti (Gunawan, 2013: 162).

Wawancara ini dilakukan kepada beberapa orang alumni Aksi dari via whatsapp. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi atau terwawancara lebih detail berasal dari lapisan sosial yang bagaimana dan untuk mengurangi manipulasi data.

Adapun daftar pertanyaan sebagai berikut :

1. Pada tahun berapa mengikuti Aksi (Akademi Sahur Indonesia) di Indosiar?
2. Dari kota apa anda berasal?
3. Selain anda, apakah ada peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) berasal dari kota yang sama dengan anda?
4. Berapa besar peringkat yang anda peroleh di Program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) ?
5. Apa motivasi anda mengikuti Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang disiarkan di Indosiar?
6. Selain menekuni dibidang dakwah, apa profesi anda?

7. Apakah pembelajaran yang didapat pada Aksi (Akademi Sahur Indonesia) bisa memberi pengalaman lebih dalam berdakwah ditelevisi ?

8. Apakah setelah anda mengikuti Aksi (Akademi Sahur Indonesia) memberi peluang lebih besar untuk berdakwah dimasyarakat?

32

9. Apa upaya peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang berdomisili dalam satu kota untuk kompak meneruskan dakwahnya?

10. Apakah ada pertemuan khusus seluruh Peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia)?

#### b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar-gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2014: 82). Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang bersifat dokumentasi atau catatan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014: 82). Metode dokumentasi dapat dibagi menjadi dua yaitu dokumentasi dalam arti luas seperti rekaman, foto maupun dokumentasi dalam arti sempit yaitu berupa tulisan. Kegunaan dari studi ini adalah untuk mencari data yang ada kaitannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Hal ini dimaksudkan untuk lebih memperkaya data yang tidak sempat diperoleh di lapangan. Sumber data dapat diperoleh dari bahan-bahan tertulis seperti jurnal, makalah, artikel, arsip dan masih banyak lagi lainnya.

Setelah melakukan tahap wawancara maka peneliti mendokumentasi dari hasil wawancara. Dengan tidak menambah maupun mengurangi hasil dari wawancara terhadap informan. Hal ini dilakukan untuk menentukan kevalidan data.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Setelah data diperoleh kemudian diolah dan dianalisis. Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode analisis interaktif Miles dan Huberman dan Huberman mengemukakan analisis interaktif pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yaitu: reduksi data

(*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

33

a. Tahap pengumpulan data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara. Proses pengumpulan data melibatkan sisi aktor (*informan*), hasil wawancara, dan dokumentasi.

b. Reduksi data (*data reduction*).

Data yang diperoleh setelah melakukan wawancara jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu di catat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti hp, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi dan data yang tidak penting dibuang.

c. *Data Display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *mendisplay data*. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

d. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah

bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

### **3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini menyesuaikan waktu informan yang akan diwawancarai. Dengan tidak melewati batas penelitian dilakukan. Penelitian ini juga dilakukan dengan cara wawancara via media komunikasi dengan mengutip dan mendokumentasikan hasil dari wawancara. Dikarenakan keterbatasan peneliti dalam mewawancarai baik itu keterbatasan biaya, waktu maupun domisili para narasumber yang berada di beberapa daerah seperti Palembang, Medan, Riau, Jakarta, Lampung. Maka, peneliti menetapkan lima informan yang telah ditetapkan.

Adapun waktu waktu dan tempat wawancara dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

No	Nama	Waktu dan tempat Wawancara
1	Syah Gina Rahmi Lubis	Senin, 29 Juni 2020 pukul 10:50 wib Komunikasi via whatsapp
2	Sayudi	Senin, 29 Juni 2020 pukul 20:20 wib. Komunikasi via whatsapp
3	H. Muhammad Ismail Zamakhsyari	Selasa, 7 Juli 2020 pukul 10:35 wib. Komunikasi via Whatsapp
4	H. Moch Imam Muarif	Selasa, 7 Juli 2020 pukul 12:00 wib Komunikasi via whatsapp
5	Abdul Wahid Silitonga	Selasa, 7 Juli 2020 pukul 13:22 wib Komunikasi via whatsapp

### **3.9.Deskripsi Ringkas Objek Peneletian**

Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indosiar) serta pola komunikasi dakwah komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) setelah menjadi alumni AKSI di Indosiar. Sampel yang dipilih adalah lima orang dari komunitas Aksi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada informan yang telah ditentukan.

## **BAB IV**

### **PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **A. Deskripsi Data**

Pada bagian dari bab ini secara berturut-turut akan disajikan gambaran deskriptif tentang Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia). Data penelitian dikumpulkan dengan cara langsung melakukan wawancara melalui media komunikasi.

##### **1. Wawancara**

Tekhnik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara dapat pula melalui media-media tertentu misalnya telepon, zoom, video call, email, atau skype. Wawancara terbagi atas dua kategori, yakni wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

- a. Wawancara terstruktur, dalam wawancara terstruktur peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti biasanya sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis. Peneliti juga bisa menggunakan berbagai instrument peneliti seperti alat bantu recorder, kamera untuk foto, serta instrument-instrumen lain. Wawancara diperoleh dengan cara peneliti menyakan kepada responden yang merupakan anggota komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) dari berbagai daerah. Adapun pengumpulan data ini tidak secara langsung melainkan melalui media komunikasi disebabkan beberapa hal diantaranya. Kondisi

yang tidak memungkinkan untuk bertemu langsung dengan responden serta domisili para responden yang berada diberbagai macam daerah luar kota.

Pengumpulan data melalui wawancara ini dilakukan secara bertahap untuk dilakukannya, wawancara kepada seluruh responden dari berbagai macam daerah. Mulai berlangsungnya dilakukan wawancara ini pada tanggal 28 juni 2020 hingga waktu yang ditetapkan. Pelaksanaan wawancara dilakukan mulai dari responden yang berdomisili di daerah Medan kemudian dilanjutkan Palembang, Jakarta, hingga diakhiri dengan responden Abdul Wahid Silitonga responden yang berasal dari Riau.

- b. Wawancara tidak terstruktur disebut juga wawancara bebas. Peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan spesifik, namun hanya membuat poin-poin penting dari masalah yang ingin digali dari responden. Dalam hal ini peneliti tidak menggunakan metode ini karena sudah membuat daftar pertanyaan yang akan dilakukan wawancara kepada para responden.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar-gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2014: 82). Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang bersifat dokumentasi atau catatan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Metode dokumentasi dapat dibagi menjadi dua yaitu dokumentasi dalam arti luas seperti rekaman, foto maupun dokumentasi dalam arti sempit yaitu berupa tulisan. Kegunaan dari studi ini adalah untuk mencari data yang ada kaitannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Hal ini dimaksudkan untuk lebih memperkaya data yang tidak sempat diperoleh di lapangan. Sumber data dapat diperoleh dari bahan-bahan tertulis seperti jurnal, makalah, artikel, arsip dan masih banyak lagi lainnya. Setelah melakukan tahap wawancara maka peneliti mendokumentasi dari hasil wawancara. Dengan tidak menambah maupun

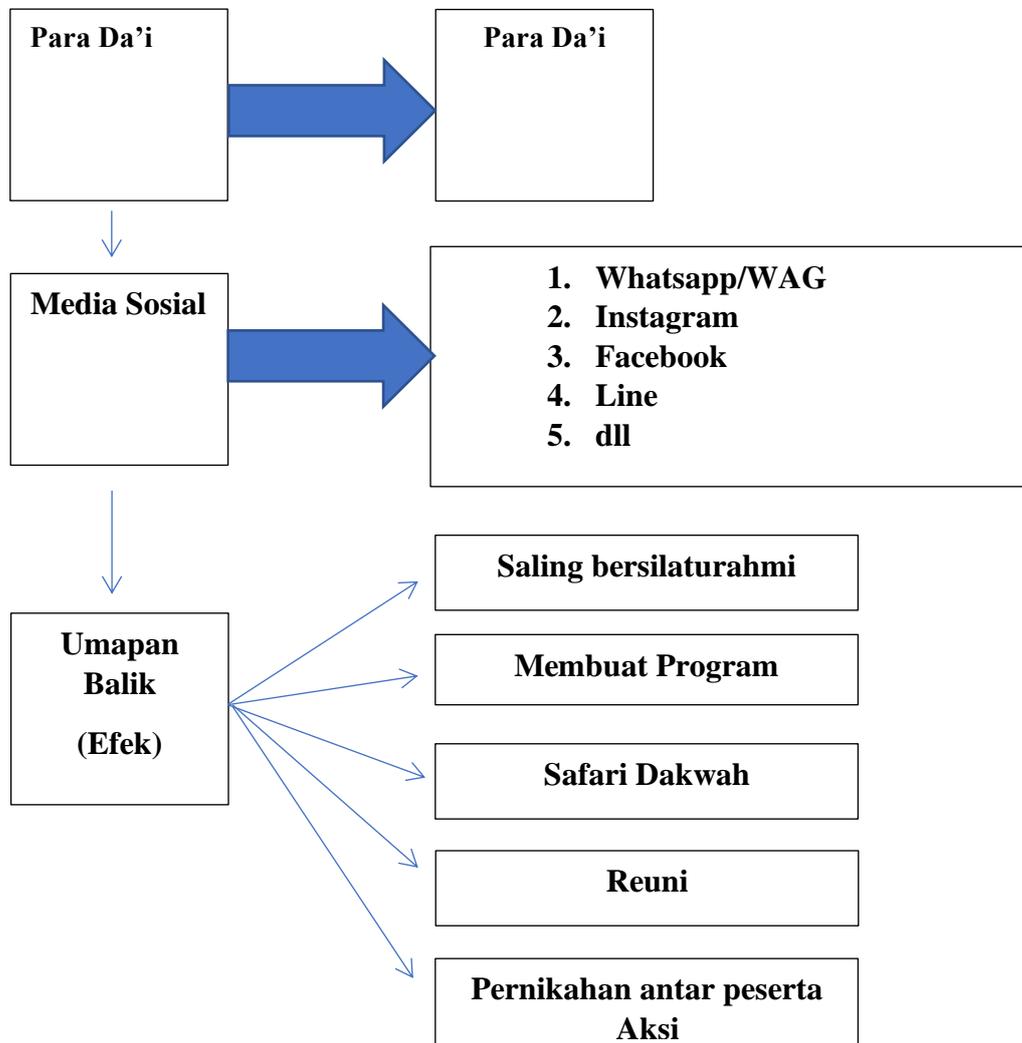
mengurangi hasil dari wawancara terhadap informan. Hal ini dilakukan untuk menentukan kevalidan data.

Adapun daftar pertanyaan sebagai berikut:

1. Pada tahun berapa mengikuti Aksi (Akademi Sahur Indonesia) di Indosiar?
2. Dari kota apa anda berasal?
3. Selain anda, apakah ada peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) berasal dari kota yang sama dengan anda?
4. Berapa besar peringkat yang anda peroleh di program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) ?
5. Apa motivasi anda mengikuti Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang disiarkan di Indosiar?
6. Selain menekuni dibidang dakwah, apa profesi anda?
7. Apakah pembelajaran yang didapat pada Aksi (Akademi Sahur Indonesia) bisa memberi pengalaman lebih dalam berdakwah di televisi ?
8. Apakah setelah anda mengikuti Aksi (Akademi Sahur Indonesia) memberi peluang lebih besar untuk berdakwah dimasyarakat?
9. Apa upaya peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang berdomisili dalam satu kota untuk kompak meneruskan dakwahnya?
10. Apakah ada pertemuan khusus seluruh peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia)?

## Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia)

Tabel 4.1



**B. Waktu dilaksanakannya wawancara dari setiap responden sebagai berikut**

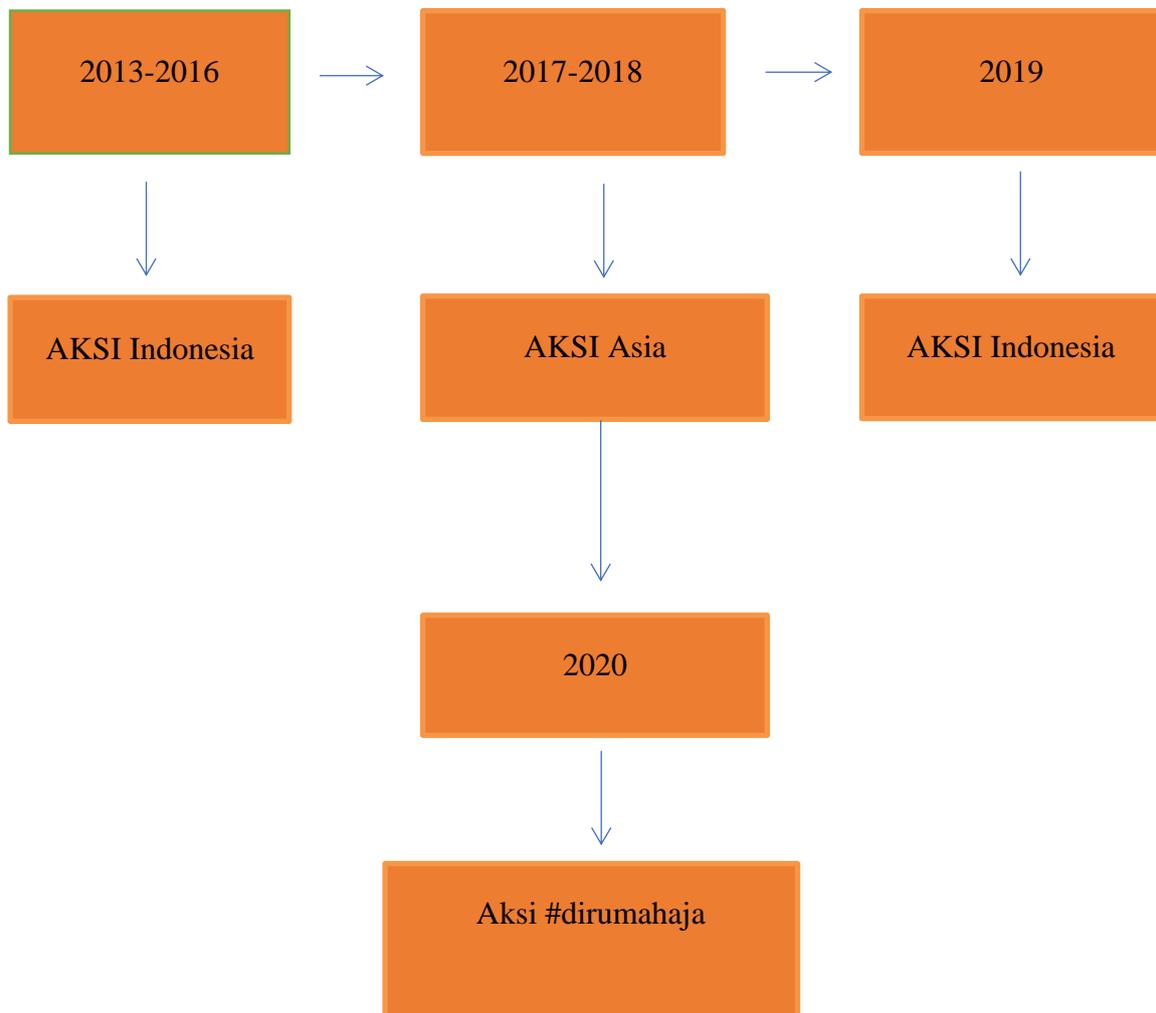
**Tabel 4.2**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Waktu dan tempat Wawancara</b>
1	Syah Gina Rahmi Lubis	Senin, 29 Juni 2020 pukul 10:50 wib Komunikasi via whatsapp
2	Sayudi	Senin, 29 Juni 2020 pukul 20:20 wib. Komunikasi via whatsapp
3	H. Muhammad Ismail Zamakhsyari	Selasa, 7 Juli 2020 pukul 10:35 wib. Komunikasi via Whatsapp
4	H. Moch Imam Muarif	Selasa, 7 Juli 2020 pukul 12:00 wib Komunikasi via whatsapp
5	Abdul Wahid Silitonga	Selasa, 7 Juli 2020 pukul 13:22 wib Komunikasi via whatsapp

1. Nama : Syah Gna Rahmi Lubis S.H
- Jenis Kelamin. : Perempuan
- Angkatan : 2016
- Tanggal : 29 Juni 2020
- Waktu : 10:50 wib
- Domisili : Medan

2. Nama : Sayudi  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Angkatan : 2014  
Tanggal : 29 Juni 2020  
Waktu : 20:20 wib  
Domisili : Jakarta
3. Nama : H. Muhammad Zamakhsyari S.H  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Angkatan : 2013  
Tanggal : 7 Juli 2020  
Waktu : 10:35 wib  
Domisili : Bogor
4. Nama : H. Moch Imam Muarif  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Angkatan : 2016  
Tanggal : 7 Juli 2020  
Waktu : 12:00 wib  
Domisili : Palembang
5. Nama : Abdul Wahid Silitonga  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Angkatan : 2016  
Tanggal : 7 juli 2020  
Waktu : 13:22 wib  
Domisili : Riau

Adapun perubahan program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) di Indosiar dari tahun ke tahun secara berikut:



Adapun perubahan program Aksi di setiap tahunnya sebagai berikut:

1. 2013-2016 : Aksi Indonesia
2. 2017-2018 : Aksi Asia
3. 2019 : Aksi Indonesia
4. 2020 : Aksi#dirumahaja

Terjadinya perubahan program acara Aksi dimulai pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 merupakan Aksi Indonesia, kemudian dilanjutkan pada tahun 2017-2018 dengan

program Aksi Asia, 2019 dengan Aksi Indonesia sampai tahun 2020 program dengan hastag Aksi #dirumahaja.

### C. Nama-nama Daftar Informan

Nama-nama berikut merupakan daftar nama responden diantaranya:

**Tabel 4.3**

NO	NAMA	ASAL DAERAH	TAHUN
1	Syah Gina Rahmi Lubis	Medan	2019
2	Sayudi	Palembang	2014
3	H. Muhammad Zamakhsyari	Jakarta	2013
4	H. Moch Imam Muarif	Palembang	2013
5	Abdul Wahid Silitonga	Riau	2014

Data Responden Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia)

1. Syah Gina Rahmi Lubis S.H lahir di kota Medan, 16 Oktober 1996 merupakan seorang pendakwah dan peserta Aksi (Akademi Sahur Indonesia) pada tahun 2019. Ustadzah muda tersebut masih berusia 23 tahun. Selain sebagai pendakwah ustadzah muda ini juga seorang Mahasiswi S2 di salah satu Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta. Sebelum menjadi alumni di Akademi Sahur Indosiar ustadzah muda ini sudah sering berdakwah, tak tanggung setelah merantau kuliah S1 di Jakarta, disana ia lebih dikenal sebagai seorang qori'ah yang mempunyai suara yang merdu dalam melantunkan ayat suci Al-qur'an. Setelah menyelesaikan S1 dan mengikuti ajang pencarian bakat di Aksi Indosiar sekarang lebih banyak dikenal oleh khalayak, dan pada saat itu ia mendapatkan peringkat 19 besar dari 36 peserta dari berbagai daerah di Indosiar. "Tetapi tidak

sebanyak job orang-orang, terutama mereka yang menyandang predikat juara di Aksi Indosiar. Paling Cuma dibeberpa tempat saja” guman pendakwah muda ini.

2. Sayudi atau dikenal dengan sebutan ustadz Ucul adalah seorang pendakwah komedi yang lahir di Lingkis, 21 April 1988. Ustadz Sayudi berasal dari Palembang dan sekarang menetap di Jakarta. Ustadz komedi ini merupakan alumni Aksi (Akademi Sahur Indonesia) pada tahun 2014. Ia dikenal dengan ustad komedi, dikarenakan ciri khasnya membawakan ceramah diisi dengan candaan yang bisa membuat para audiens tertawa. Selain kepiawaiannya berceramah ustadz Ucul ini juga berkiprah di bidang seni, beliau adalah seorang seniman. Tak sedikit sinetron dan film yang pernah ia bintanginya diantaranya sinetron Tuyul dan Mbakyul Reborn, Kun Anta, Nadin, dan film Mangga Muda. Sehingga banyak jamaah yang memanggilnya dengan sebutan Ucul karena badannya yang mungil dan pada sinetron tersebut beliau berperan sebagai Ucul. Sekarang beliau juga sedang menjalani syuting untuk sinetron terbarunya. Bahkan beliau dikenal dengan ustad yang serba bisa selain bisa berceramah, seniman dan beliau juga seorang MC (Master Of Ceremoni) di acara-acara ke Agamaan maupun tidak.
3. Muhammad Zamakhsyari S.H. Pendakwah muda yang lahir di kota Bogor pada tanggal 1 Oktober 1996. Merupakan seorang pendakwah yang pernah mengikuti Program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) di Indosiar. Selain berdakwah beliau ini juga merupakan pemilik sekaligus pengasuh Pondok Pesantren Fatmahiyah yang terletak di kota Bogor. Bukan hanya itu seorang Almuni PTIQ (Perguruan Tinggi Ilmu Al-qur'an) ini juga seorang tamatan Strata 1 Ilmu Hukum, dan sekarang bekerja sebagai HSBR Cimb Niaga dan Staf KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji). Menjadi alumni Aksi yang tinggal di jantung ibu kota pendakwah ini sering mendapatkan tawaran untuk berdakwah diberbagai tempat. “Setelah menjadi alumni Aksi (Akademi Sahur

Indonesia) ada peluang sedikit, itupun tergantung kreatifitas individu masing-masing” guman seorang pendakwah muda ini ketika diwawancarai via whatsapp.

4. H.Moch Imam Muarif S.Ag. M.Ag. atau dipanggil dengan ustadz Arif merupakan seorang pendakwah kondang yang berasal dari kota Palembang. Dikenal dengan kemampuannya berdakwah dengan menggunakan wayang sebagai alternatif menghibur audiens. Kemampuan beliau dalam memainkan wayang saat ceramah dapat menarik perhatian jamaah, dan hal ini yang membuat ceramah yang dibawakan ustadz Arif ini berbeda dengan yang lainnya. selain menjadi seorang pendakwah beliau juga seorang pengusaha kuliner yang terletak di kota Palembang. Berbeda dengan penakwah-pendakwah lainnya. “Saya Cuma tukang dagang yang berdakwah” gumannya.
5. Abdul Wahid Silitonga atau dipanggil dengan sebutan Tulang merupakan seorang pendakwah yang berasal dari Sumatera Utara yang menetap di kota Pekanbaru Riau. Lahir di Rantau Prapat, 20 desember 1979 ini merupakan pemenang kedua setelah Mumpuni dari Cilacap, program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) pada tahun 2014. Dengan kepiawaiannya berceramah ditambah dengan kemerduan suaranya dalam melantunkan ayat suci Al-quran. Bahkan, beliau bisa menirukan 7 macam suara adzan yang biasa di kumandangkan di Arab Saudi. Tidak salah jika beliau di nobatkan menjadi seorang pemenang di program Aksi pada tahun 2014. Tidak hanya itu dikenal dengan seorang pendakwah beliau juga seorang mudarris (guru). Kemampuannya berceramah dengan tidak menghilangkan logat Medan ini membuat para jamaah betah untuk berlama-lama mendengarkan ceramah beliau.

### **C. Daftar Jumlah Peserta Setiap Tahun**

Program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) yang disiarkan di Indosiar berlangsung mulai tahun 2013 sampai dengan sekarang. Para peserta harus mengikuti audisi yang diadakan di kota- kota tertentu diantaranya Jakarta, Palembang, Lampung, Bandung, Makasar, Medan, Riau dan beberapa kota lainnya. Setelah diadakan program Aksi (Akademi Sahur Indonesia) pada tahun 2013 -2016 maka diadakan pula program baru Aksi Asia meliputi Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura.

Berikut daftar jumlah peserta dari setiap tahunnya :

**Tabel 4.4**

<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JENIS PROGRAM</b>	<b>JUMLAH PESERTA</b>
1	2013	Aksi Indonesia	36 Peserta
2	2014	Aksi Indonesia	36 Peserta
3	2015	Aksi Indonesia	36 peserta
4	2016	Aksi Indonesia	36 Peserta
5	2017	Aksi Asia	24 Peserta
6	2018	Aksi Asia	24 Peserta
7	2019	Aksi Indonesia	36 Peserta
8	2020	Aksi #dirumahaja	24 Peserta

## **A. Televisi Sebagai Media Dakwah**

Tersedianya alat-alat teknologi informasi seperti televisi memberi wadah para pendakwah untuk menyampaikan dakwahnya. Dengan adanya teknologi sampai saat ini telah mengubah pola pikir manusia bahwa dunia ini menjadi sempit. Karena dengan teknologi para pendakwah bisa menyalurkan bakatnya melalui saluran televisi nasional. Kehadiran alat-alat teknologi yang telah menimbulkan era informasi dan globalisasi, disamping itu telah memberikan dampak positif yang mampu membawa kemudahan-kemudahan dan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup umat manusia. Oleh karena itu, kehadiran alat-alat teknologi informasi disamping memberi tantangan bagi pelaksanaan dakwah, juga dapat menjadi peluang pada penyelenggaraan aktivitas dakwah dalam era informasi ini. Berdasarkan asumsi tersebut maka pembahasan ini bertujuan untuk merumuskan pola dakwah dalam menghadapi problema masyarakat di era informasi sehingga proses dakwah dapat mencapai tujuan yang diharapkan dan tantangan-atantangan yang dihadapi dapat diatasi secara bijaksana.

Ada beberapa kiat sebagai aktualisasi dari pola dakwah di era informasi, tidak hanya terfokus dengan apa yang disampaikan para pendakwah, muballigh, ustadz, dan ulama untuk tampil berdakwah melainkan juga ada profesi pekerja sosial muslim yang berdakwah seperti dokter muslim, konselor yang muslim, polisi yang muslim dan profesi yang mengajak untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT. Pola dakwah selanjutnya yang perlu dipertimbangkan adalah agar materi dakwah dapat diperluas dan diaktualisasikan menjadi realitas kehidupan duniawi untuk menuju kehidupan ukhrowi yang abadi.

Selanjutnya mengenai medan dakwah sebagai tempat beradanya mitra dakwah tidak hanya dipusatkan di masjid-mesjid, musholla, muenasah dan tempat-tempat pengajian, tetapi perlu diperluas kepada objek dakwah bahwa dakwah bisa dilakukan dimana saja seperti di cafe, restoran, kantor pemerintah dan swasta, hotel, rumah sakit, lembaga pemasyarakatan, stasiun

kereta api bahkan di era globalisasi ini dakwah bisa disampaikan di media Televisi. Dalam era informan ini pendekatan dakwah tidak hanya dirasa cukup dengan menggunakan pendekatan konvensional, seperti yang biasa digunakan selama ini, tetapi harus diperluas dengan menggunakan pendekatan multi-dimensial, meliputi pendekatan struktural, pendekatan kultural, pendekatan sentripetal, pendekatan amal, pendekatan ekonomi, pendekatan seni, pendekatan keilmuan serta menggunakan multi media. Dewasa ini televisi bisa dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan pada masyarakat Amerika, ditemukan hampir seluruh masyarakat di benua ini menghabiskan waktunya hampir dengan 6-7 jam perminggu untuk menonton televisi. Disebabkan karena kemampuan televisi dalam “menyihir” pemirsa, televisi mendapat julukan-julukan seperti kotak ajaib, *electronic baby sitter*.

Televisi sebagai media massa, merupakan jenis ke empat yang lahir di dunia, setelah kehadiran pers, film dan radio. Televisi telah mengubah dunia dengan terciptanya dunia baru bagi masyarakat, dengan seluruh keunggulan dan kelemahannya sebagai media. Adapun keunggulan-keunggulan televisi sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

1. Keunggulan dari ciri khas yang dilahirkan televisi terutama dalam hal kedekatannya dengan kehidupan sehari-hari. Televisi merupakan produk kultural yang unik. Bentuk-bentuk pemberitaan, perbincangan, visualisasi dan dramatisasi yang dikembangkan oleh televisi melahirkan suatu kultur publik yang sama sekali berbeda dari yang pernah ada sebelumnya. Televisi mampu menawarkan suatu bentuk kerangka dan ekspresi kultural yang khas secara teknologi dan institusional seperti ekspresi dari kekuatan-kekuatan sosial, ekonomi, politik yang lebih luas.
2. Sebagai media audio visual (dengar pandang) keunggulan televisi terletak pada daya persuasinya yang sangat tinggi, karena khalayak dapat melihat gambar hidup dan suara

sekaligus. Bahkan suara dan gambar hidup itu dapat diterima oleh masyarakat pada saat peristiwa tabligh atau khutbah yang sedang terjadi, melalui liputan secara langsung. Dengan demikian televisi memiliki kecepatan dan aktualisasi yang tinggi dengan daya persusasi yang tinggi pula. Saat ini siaran televisi dapat dilihat didalam mobil yang sedang melaju dandapat dilihat melalui telepon genggam sehingga hambatan-hambatan yang bersifat teknis dan geografis dapat teratasi.

3. Televisi dapat memiliki daya jangkau (converage) yang sangat luas dalam menyebarkan pesan secara cepat dengan segala dampaknya dalam kehidupan individu dan masyarakat. Justru itu dapat dipahami jika Mc Luhan menyebut bahwa berkat televisi,dunia menjadi “desa jagat” dari pengalaman-pengalaman yang disampaikan seketika dan dirasakan secara bersama-sama. Tatanan sosial muncul dari makna transenden yang diturunkan dari budaya bermedia elektronik yang sama.

Sesependapat dengan hal ini, Samsul S. Ma’arif juga berpendapat bahwa televisi dapat digunakan sebagai media menyampaikan pesan, kerana memiliki berbagai keunggulan sebagai berikut:

- a) Lebih cepat dalam menyampaikan informasi
- b) Lebih menunjukkan kepada bukti yang nyata dengan pencitraan yang unggul
- c) Lebih banyak menggunakan bahasa ucapan dan pesan-pesan vokal
- d) Dapat disimak oleh khalayak yang tidak berminat, atau orang yang tidak terlibat

Perlu ditegaskan bahwa media massa di samping membawa kebaikan juga membawa sisi kelabu dari berita yang perlu dikritisi. Komunikator dakwah perlu memberikan penilaian

secara objektif tentang peranan konstruktif dari media massa. Langkah itu diambil dengan cara mendidik masyarakat tentang peranan media komunikasi massa sehingga masyarakat sehingga masyarakat tidak tergiring opini massa bahwa media massa selalu mencerdaskan kehidupan. Padahal, kenyataannya tidak semua informasi media massa menawarkan isi yang mendidik karena tidak sejalan dengan tujuan ajaran Islam. Masyarakat terkadang dibuat bosan oleh informasi yang tidak dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Menurut Rosmati seperti yang dikutip oleh Tamburaka televisi mampu menjangkau daerah-daerah yang jauh secara geografis, ia juga hadir diruang-ruang publik hingga ruang yang sangat pribadi. Televisi merupakan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Karena itu, televisi memiliki ke khasan tersendiri yaitu kemampuan yang luar biasa sangat bermanfaat bagi banyak pihak, baik dari kalangan ekonomi hingga politik. Dengan demikian, dapat dibayangkan apabila pengusaha kaya dari kalangan muslim bersatu untuk memiliki televisi sendiri, maka program-program acara yang menyajikan tema-tema religi akan semakin banyak tentunya. Walaupun memang tidak selalu harus dinamakan televisi Islam, yang terpenting adalah konten dari program yang ditampilkan.

## **B. Gaya atau Model Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) di Indosiar**

Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) terbentuk setelah para peserta menjadi alumni program Akademi Sahur Indonesia. Banyaknya peserta dari berbagai macam daerah seluruh Indonesia harus mengikuti karantina selama satu bulan penuh di Jakarta untuk dididik dan diberi bekal public speaking hingga “how to be speaker in front of audience”. Dalam masa karantina para peserta dibekali banyak sekali ilmu bagai mana bisa menguasai panggung, public speaking saat tengah berdakwah ditelevisi. Tentunya gaya siaran di televisi memiliki karakter yang berbeda dibandingkan berceramah secara langsung didepan audiens. Penikmat

televisi tidak perlu bertemu langsung dengan sang pendakwah melainkan dengan hanya menonton, sambil beraktivitas apapun dapat mendengarkan dan menikmatinya. Karena itu seorang mubaligh atau da'i yang akan tampil di televisi harus memperhatikan gaya siaran di televisi.

1. Seorang mubaligh yang tampil di depan kamera televisi, hendaknya menyesuaikan diri dengan karakteristik kamera serta peralatan lainnya yang menopang suatu produksi audio-visual, seperti cahaya (lighting) yang tersorot ke wajahnya. Ketidakbiasaan berbicara di bawah sorotan cahaya lampu yang ribuan watt dan di depan kamera peralatan studio yang canggih, dapat membuat seorang mubaligh menjadi nervous. Kekakuan di hadapan kamera membawa dampak tegang yang tidak santai yang berakibat arus pesan komunikasi dakwah yang disampaikan menjadi tersendat-sendat.
2. Mubaligh yang tampil di depan kamera tidak mempergunakan naskah. Kadang-kadang untuk menghindari kekakuan menghadapi alat-alat siaran yang rumit, seorang mubaligh perlu dibantu dengan *idiot board*, yaitu point yang akan dibahas yang dituliskan dalam kartu-kartu besar yang berada di hadapannya.
3. Mubaligh, selain harus mengendalikan fleksibilitas suaranya, tidak kalah penting ialah faktor *body language* (bahasa tubuh), baik itu ekspresi wajah maupun gerak-gerik tubuh lainnya. Penampilan diri di depan kamera memerlukan pula perhatian atas busana yang dikenakan dengan warna yang sesuai dan serasi. Karena penampilan dapat menunjang kepercayaan diri mubaligh.
4. Tidak kalah penting lagi, mubaligh sebaiknya mampu menampilkan pribadi yang menyenangkan, suara yang menarik, serta raut wajah yang serasi. Berbicara di depan kamera dapat diibaratkan seolah berbicara akrab dengan seorang penonton di depannya. Ia juga harus cekatan tampil di televisi menyesuaikan diri dengan kamera.

Selain ke 4 hal tersebut yang tidak kalah pentingnya juga, ketika seorang mubaligh memberikan ceramah di televisi maka menurut Fikri Abdillah ada beberapa hal yang harus diperhatikan:

1. Tampil dengan penuh percaya diri meskipun dalam menyampaikan ceramah kita menuntut jamaah untuk menggunakan prinsip “ perhatikan apa yang di bicarakan , jangan perhatikan siapa yang berbicara”, tetapi penampilan yang mengesankan sangat diperlukan. Misalnya menggunakan pakaian yang pantas, wajah yang ceria, pandangan mata yang ramah, dan tutur kata yang baik.
2. Menguasai forum seorang mubaligh harus menguasai dirinya sendiri sebelum acara dimulai agar tidak gugup. Jika ia telah menguasai dirinya maka ia akan mudah menguasai forum. Untuk bisa menguasai forum, seorang mubaligh perlu menatap seluruh sudut ruangan atau menatap jamaah yang hadir. Ia juga harus bisa menyapa para audiennya dengan ramah.
3. Jangan menyimpang selama ceramah berlangsung, mubaligh harus tetap berpijak pada tema yang sudah di siapkan. Jangan sampai melebar terlalu jauh dengan membahas hal-hal yang tidak direncanakan. Karena itu, ia harus dapat mengontrol diri jangan sampai pembahasan satu sub-bahasan terlalu melebar dan menyita waktu, sementara sub lainnya berlangsung sangat singkat.
4. Gaya yang orisinal sebaiknya menggunakan gayanya sendiri. Jangan meniru orang lain. hal ini akan mempermudah ceramahnya, sekaligus dapat menjaga wibawanya. Bagi mubaligh pertama kali muncul di televisi, maka ia harus banyak belajar dan mengamati gaya penyampaian mubaligh lainnya.
5. Bersikap sederajat sikap sederjat dapat diartikan sebagai titik tidak terlalu menggurui. Sikap ini terutama harus dilakukan jika menghadapi Jamaah dewasa, apalagi yang memiliki intelektual tinggi. Karena itu, dalam penyampaian ceramahnya, lebih baik

menggunakan istilah “kita” bukan “anda” apalagi “kalian” contohnya “ kita sebagai muslim yang sejati, seharusnya membaca Al-qur’an dengan baik dan berusaha rajin membacanya.

6. Mengembangkan pembahasan untuk mengembangkan daya tarik pembahasan, maka di perlukan pengembangan bahasan, dengan memberi keterangan tambahan dan tidak terlalu rinci, memberi contoh yang relevan dengan pembahsan sehingga masalah yang dibahas akan menjadi jelas dan kongkret, memberi analogi yaitu perbandingan antara dua hal, baik untuk menunjukkan persamaan atau perbedaan, memberikan testimony dari ayat, hadist, kata mutiara, pendapat para ulama, buku, Koran, ataupun majalah, dan juga mangemukakan statistik untuk menunjukkan perbandingan suatu kasus.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

## 5.1 Simpulan

Penelitian yang memfokuskan kajian pada Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia) terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Dakwah Islam pada dasarnya adalah perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, mad'u (sasaran dakwah). Sedangkan tujuan utama dakwah adalah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang di ridhoi oleh Allah SWT, yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhoi oleh Allah SWT, sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing.
2. Untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah di era modern seperti sekarang ini sudah menjadi keharusan bagi para mubaligh untuk memanfaatkan segala teknologi yang ada supaya mempermudah pencapaian tujuan dakwah dan sasaran dakwah. Dakwah di era sekarang ini harus menggunakan berbagai media baik yang tradisional maupun modern dan penggunaan media dakwah harus disesuaikan dengan situasi dan kondisinya. Tanpa memanfaatkan media-media yang ada. Karena itu, para penyelenggara dakwah harus arif dan menempatkan media-media yang dapat menunjang kelancaran dakwah. Secara umum, media komunikasi banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional sampai yang modern. Dengan kecanggihan dan dampak televisi pada setiap orang yang menonton, maka penggunaan televisi sebagai media dakwah sangat efektif dilakukan walaupun tentu ada kekurangan disana-sini, tetapi tidak mengurangi semangat untuk tetap menggunakan televisi sebagai media komunikasi dakwah.
3. Disamping itu para mubaligh mem<sup>54</sup>uan yang baik dalam menyampaikan ceramahnya didepan kamera televisi para mubaligh juga bisa membedakan bagaimana

berceramah dengan audiens secara langsung. Dalam hal ini tentu sangat berbeda adapun yang harus dipahami dalam hal ini adalah sebagai berikut:

- a. cara komunikasi interpersonal para mubaligh di depan audien secara langsung
  - a) Menyapa audiens terlebih dahulu
  - b) Menanyakan kabar para audiens
  - c) Berdialog
  - d) Bercerita
- b. Pesan yang harus disampaikan ketika berkomunikasi dengan para audiens secara langsung dalam meningkatkan aktivitas dakwah lebih cenderung menggunakan bahasa-bahasa ringan yang mudah dimengerti sehingga pesan yang disampaikan sampai ke pendengar. Menyampaikan pesan persuasif guna memberikan informasi dan menambah pengetahuan masyarakat, serta mempengaruhi masyarakat dalam menagajak untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
- c. Para mubaligh harus mengetahui terlebih dahulu tempat atau karakter audiens. Contohnya ketika berceramah di masyarakat yang masih awam dengan ilmu agama harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Para mubaligh harus bisa membedakan ketika berceramah di instansi, masyarakat, dan universitas lainnya.
- d. Meningkatkan aktivitas dengan sudut pandang humanistik, yang terdiri dari berbagai komponen diantaranya sebagai berikut:

- a) Terbuka
- b) Empati
- c) Sikap mendukung
- d) Sikap positif
- e) Kesetaraan

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran-saran untuk meningkatkan kemajuan dakwah yaitu:

### 1. Pemerintah

Pemerintah memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesejahteraan keamanan di suatu wilayah baik itu kesejahteraan ekonomi, pendidikan dan keagamaan serta kebebasan manusia dalam beribadah. Seluruh pemerintahan di Indonesia terkhusus yang berada di suatu wilayah perlu memperhatikan kenyamanan dan kedamaian beragama. Melihat banyaknya masyarakat yang beragama Islam maka perlu sekali diadakannya pengajian atau berupa tabligh akbar sebagai pengingat dan memberi bimbingan guna menguatkan keimanan umat muslim.

### 2. Media Televisi

Televisi merupakan tonggak utama saat sekarang ini dalam menyampaikan informasi. Peran televisi sangat besar untuk para penonton dapat melihat dan mendengarkan ceramah dari para ustadz dan ustadzah. Pada saat sekarang ini teknologi semakin canggih, maka seorang mubaligh tidak hanya berceramah di masjid-mesjid, musholla, tempat pengajian lainnya, tetapi media sudah banyak menjadi wadah dalam menampung para mubaligh dalam berdakwah.

Saran saya media di Indonesia agar lebih banyak menayangkan ceramah-ceramah penayangan yang berbau agama Islam. Melihat agama islam sudah melebar laus di Indonesia.

### 3. Pendakwah

Peran seorang mubaligh sangat penting dalam meningkatkan aktivitas dakwah di Indonesia. Karena para mubaligh tidak hanya dikenal dengan seorang yang berceramah tetapi mubaligh

memiliki kontribusi yang sangat besar dalam menyatukan ummat, mengajak masyarakat untuk hidup lebih dekat dengan Allah SWT, agar hidup lebih damai dan aman sesuai dengan anjuran Al-qur'an dan hadits. Selain itu peran mubaligh dalam mendidik dan mengajarkan Al-quran kepada anak-anak, orang dewasa dan segenap umat. Karena islam disampaikan bukan hanya untuk agamanya melainkan bagi yang mendengarkan. Islam agama yang megajak bukan mengejek, islam agama yang merangkul bukan memukul. Perlunya peran para mubaligh untuk lebih meningkatkan kualitas diri dan terus memperhatikan hal-hal yang dapat menunjang kesuksesan dakwah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad Chodjim. 2013. *Sunan Kalijaga Mistik dan Makrifat*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta
- Achmad Mubarak. 2008. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus

- Agus Sunyoto. 2017. *Atlas Wali Songo*. Depok: Pustaka Ilman
- Ardianto, E Dkk. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis. Rekatama Media
- Aziz, A. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media Grup
- Azwar, S. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Buku Panduan Teknis (Praktik Pengalaman Lapangan)*. 2016. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
- Bulaeng, A. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Revisi, (Jakarta Balai Pustaka, 1997) h. 54
- Djamil, H. 2013. *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi Operasional, dan Regulasi*. Kencana Prenada Media Grup
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet. Ke-2, (Jakarta, Raja Grafindo, 2000) h.18
- Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1974. hal.1
- Hefni Harjani. 2015. *Komunikasi Islam*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama
- Hafidhuddin Didin. 2003. *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani Press
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Cet. Ke-13, (Bandung Remaja Rosdakarya, 2007) h. 59
- Mursiyadah, D. 2010. *Membangun Komunikasi Dakwah Melalui Media Massa*. Dalam Jurnal Media Akademika, Vol.25, No. 3

- Miranti D.J.2018. *Pola Komunikasi Dakwah Dalam Penyiaran Islam dalam Kearifan Lokal (Studi Tentang Dakwah Sunan Kalijaga)*.Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Raden Intan: Lampung
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mursyidah, D. 2010. *Membangun Komunikasi Dakwah Melalui Media Massa*. Dalam *Jurnal Media Akademika*, Vol. 25, No.3
- Mulkam, Abdul Munir. 1990.*Pemikiran Kyi HajiAhmad Dahlan dan Muhammadiyah dalam Prespektif Muhammadiyah*. Jakarta:Bumi Aksara
- Nimmo, D. 2001. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Posdakarya.
- Silalahi,U. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siswanto,Victorianus.2012.*Strategidan Langkah-Langkah Penelitian*.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyino. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Phil Astrid S.1974. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung:: Bina Cipta.
- Susi,S. 2018. *OPINI PENONTON TENTANG PROGRAM SIARAN DAKWAH AKSI INDOSIAR (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas UIN Walisongo: Semarang

Tabroni, R. 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Tamamy, A. 2011. *Program Dakwah Islam di Televisi Komunitas PALMERAH*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010 h. 1



Signal Cerdas & Terpercaya  
 mempunyai surat ini agar Glaubungan  
 or dan langgananya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapitan Muchtar Basil No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6624567 • (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
 JUDUL SKRIPSI

Slc-1

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 10 Februari 2020.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : BAYU RA  
 NPM : 16.02.11.02.0.0  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Tabungan sks : 13.9.0 sks, IP Kumulatif ... 3,51

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

1	POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI (AKADEMI SAHUR INDONESIA)	5/3-2020
2	EFEKTIVITAS TAYANGAN PROGRAM ISLAM TV UDAH DALAM PEMBUATKAN POLA PIKIR PERTONTON	
3	HAMBATAN PEREMPUAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSTISTENSI SEBAGAI PERDAKWAH DI ERA GLOBALISASI	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Pemohon, /

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
 Diteruskan kepada Dekan untuk  
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, 10.02.2020

*(Signature)*  
 BAYU RA  
 +HP: 0812-1234567



Unggul Cerdas & Terpercaya  
Semua keputusan surat ini agar disebutkan  
tanggal dan tanggapannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
Nomor : 080.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 05 Maret 2020 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : BAYDURA  
N P M : 1603110208  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI (AKADEMI SAIHUR INDONESIA)

Pembimbing : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.  
Masa Kadaluarsa tanggal: 05 Maret 2021.

Ditetapkan di Medan,  
Medan, 10 Rajab 1441 H  
05 Maret 2020 M

Dekan



Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP.





UIN  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20218 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-291 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20218 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-291 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Medan, 11...Maret.....2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : BAYDURA  
NPM : 16.03.11.0108  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. ..../SK/IL3/UMSU-03/F/20..... tanggal ..... dengan judul sebagai berikut :

POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI  
(AKADEMI SAHUR INDONESIA)

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Pemohon,

Menvetui :

Pembimbing

M. Haris - J. H. H. H.

BAYDURA



**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**  
Nomor : 456/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Kamis, 30 Juli 2020  
 Waktu : 08.30 s.d. Selesai  
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
		PENGUJUI I	PENGUJUI II	PEMBIMBING	
WIRUNISA APRILIA	1603110015	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP AKTIVITAS KEGIATAN DI TAMAN ALUN ALUN KISARAN
MUTRI INDAH SARI	1603110105	RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PENGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA 2019 DI DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT, KABUPATEN ASAHAN
HARDAYATI RAMBE	1603110007	Dr. YAN HENDRA., M.Si.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	STRATEGI DAKWAH DAARUT TAUHID PEDULI MEDAN DALAM MENGGALANG DANA KE MASYARAKAT
BAYDURA	1603110208	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI (AKADEMI SAHUR INDONESIA)
SUGIARNI SISWA LESTARI	1603110219	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS PRODUKSI PROGRAM WOW VIRAL DI METRO TV

Ujls Sidang :

Medan, 07 Dzuhulhijah 1441 H  
 28 Juli 2020 M

Ditetapkan oleh :



Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, SH, M.Hum

Ketua

Panitia Ujian



Sekretaris

Drs. ZULFAHYMI, M.I.Kom

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Unggul, Cerdas, Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : BAYDURA  
NPM : 1603110208  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI (AKADEMI SAHUR INDONESIA)

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
01	17 Juni 2020	Revisi proposal pascasempro	A.
02	17 Juni 2020	Revisi Proposal Bab I	f.
03	17 Juni 2020	Revisi Proposal Bab II	f.
04	7 Juli 2020	- Revisi proposal - Membuat daftar pertanyaan	f. A.
05	13 Juli 2020	Revisi proposal Bab IV	f.
06	13 Juli 2020	Revisi proposal Bab V	f.
07	18 Juli 2020	Perbaikan Bab IV dan V	f.
08	24 Juli 2020	ACE Skripsi	f.

Medan, 24 Juli 2020

Dekan,  
  
Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.Sp

Ketua Program Studi,

Nurchasanah Masution, S.Sos, M.I. Kom  
Pembimbing ke : .....  
  
Muhammad Thariq, S.Sos, M.I. Kom

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 30 Juli 2020  
Waktu : 08.30 s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PEMBIMBING	
6	KHAIRUNNISA APRILA	1603110015	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP AKTIVITAS KEGIATAN DI TAMAN ALUN-ALUN KISARAN
7	PUTRI INDAH SARI	1603110105	RAHMANTA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PENGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA 2019 DI DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT KABUPATEN ASAHAN
8	HARDAYATI RAMBE	160110007	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	STRATEGI DAKWAH DAARUT TAUHID PEDULI MEDAN DALAM MENGGALANG DANA KE MASYARAKAT
9	BAYDURA	1603110208	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI (AKADEMI SAHUR INDONESIA)
10	SUGARNI SISWA LESTARI	1603110219	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS PRODUKSI PROGRAM WOW VIRAL DI METRO TV

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :



Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian

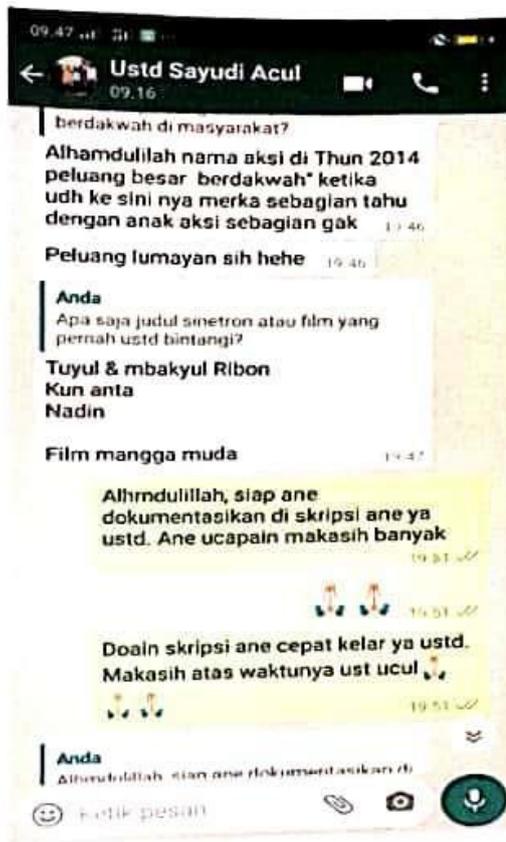
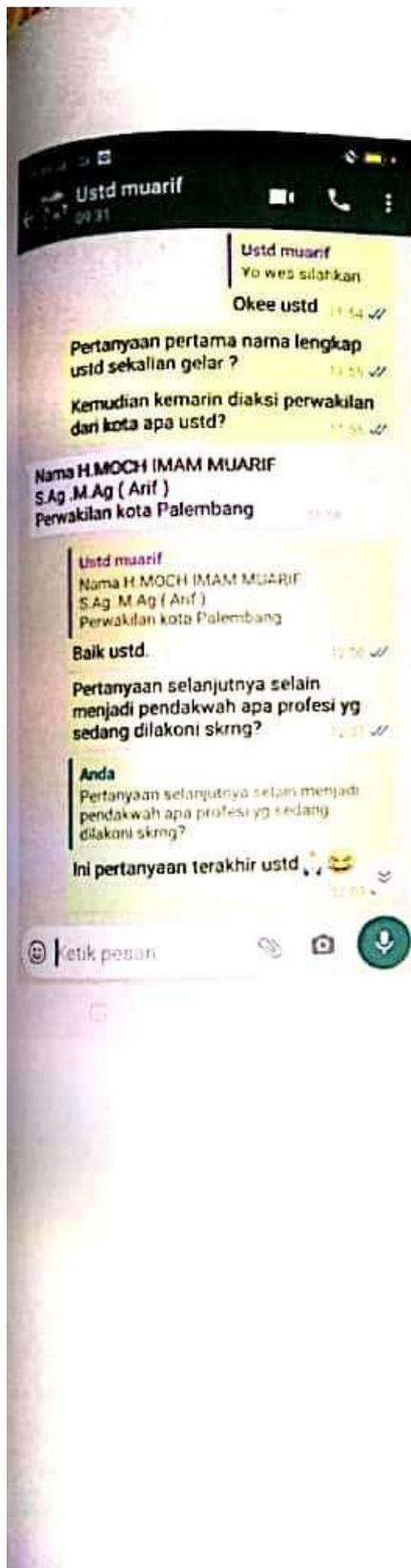


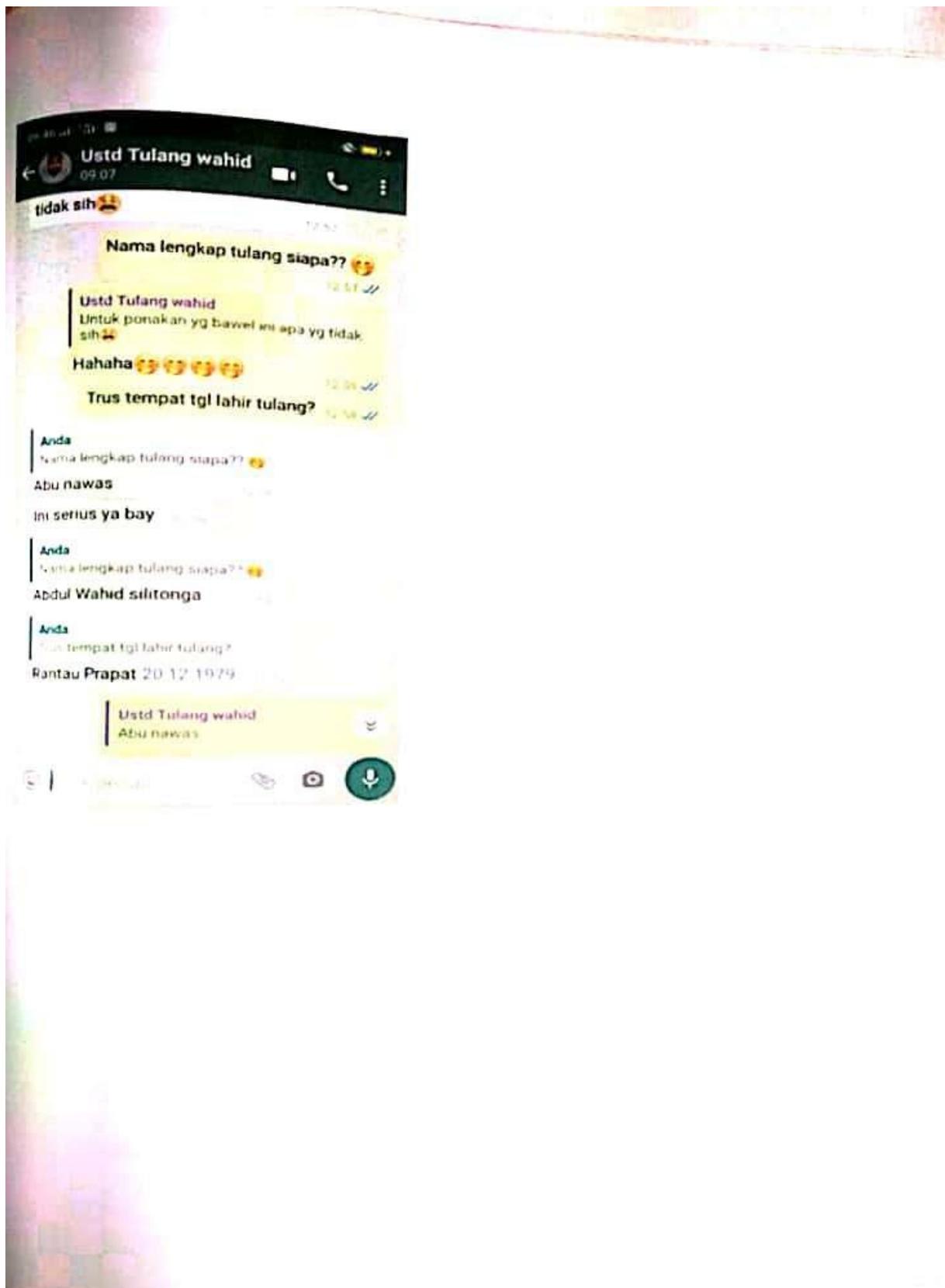
Sekretaris

Dra. ZULFAHMI, M.I.Kom

Medan, 27 Dzulhijjah 1441 H  
28 Juli 2020 M







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Baydura  
NIM : 1603110208  
T.Tgl Lahir : Tanjung Medan, 12 Agustus 1996  
Jenis Kelamin. : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Tanjung Medan Kec. Tanjung Medan Kab. Rokan Hilir Prov. Riau  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. Telephone. : 085270490938  
Email : baydura12@gmail.com  
Pendidikan :

1. SD 004 Tanjung Medan Kab Rokan Hilir Prov.Riau
2. MTs Pondok Pesantren Hubbulwathan Duri- Riau
3. Aliyah Program Intensif Pondok Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan- Sumatera Utara