

Volume 7. No. 2 tahun 2021 (49-71)

ISSN 2460-6405

SPeSIA 2021

Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba

Fakultas Dakwah

Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam



unisba
PUSAT PENERBITAN UNIVERSITAS PADJARAN

Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @TAQWART Terhadap Akhlak Followers

Fani Agung Mulyani, Bambang S Ma'arif, Parihat Kamil

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Faniagungm@gmail.com, Bambangmaarif76@gmail.com, Parihat.kamil2004@gmail.com

Abstract— In modern life, the use of graphic design as a medium of da'wah is now in great demand. This is marked by the presence of da'wah activists who actively spread da'wah messages visually through graphic design and uploaded to social media Instagram. According to data released by Napoelon Cat, in the period January to May 2020 the number of active Instagram users in Indonesia reached 69.2 million users. One of the accounts on Instagram social media named @taqwart is an account that contains da'wah content/activities using graphic design concepts. The graphic design elements in the account also have the power of persuasion that can affect the morals of followers. Graphic design elements will be a determining factor in the success of a persuasion effort. This study aims to measure the magnitude of the influence of graphic design as a medium of propaganda on the morals of followers. The research method used is quantitative method and the type of statistical method used is parametric statistics with a Likert scale. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, correlation test, Pearson correlation analysis, simple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination test. The results showed that when viewed from the results of the R-Square value in the LXI table, as well as the results of the hypothesis test listed in the LX table, it can be stated that there is an influence of graphic design as a medium of propaganda for the Instagram account @taqwart (X) on the morals of followers (Y). From the statement above that H0 is rejected and Ha is accepted, it can be concluded that the hypotheses H1a, H1b, H1c, H2 and H3 in this study are valid and correct answers.

Keywords: *Da'wah @Taqwart, Media Da'wah, Elements of Graphic Design, Morals*

Abstrak— Dalam kehidupan serba modern, pemanfaatan desain grafis sebagai media dakwah kini cukup banyak diminati. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya aktivis dakwah yang aktif menyebarkan pesan-pesan dakwah secara visual melalui desain grafis dan diunggah di media sosial *Instagram*. Menurut data yang dirilis oleh *Napoelon Cat*, pada periode Januari hingga Mei 2020 jumlah pengguna aktif *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 Juta pengguna. Salah satu akun di media sosial *Instagram* bernama @taqwart merupakan akun yang berisi konten/kegiatan dakwah dengan menggunakan konsep desain grafis. Elemen-elemen desain grafis dalam akun tersebut pun memiliki daya persuasi yang bisa mempengaruhi akhlak *followers*. Elemen desain grafis akan menjadi faktor penentu dalam keberhasilan upaya persuasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besaran pengaruh desain grafis sebagai media dakwah terhadap akhlak *followers*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan jenis metode statistik yang digunakan adalah statistik parametrik dengan skala likert. Adapun teknik analisa data yang digunakan berupa uji validitas,

uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, analisis korelasi Pearson, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika ditinjau dari hasil nilai R-Square pada tabel LXI, serta pada hasil uji hipotesis yang tercantum dalam tabel LX dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh desain grafis sebagai media dakwah akun *Instagram @taqwart* (X) terhadap akhlak followers (Y). Dari pernyataan di atas bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yaitu H1a, H1b, H1c, H2 dan H3 dalam penelitian ini merupakan jawaban yang valid dan benar.

Kata kunci: *Dakwah @Taqwart, Media Dakwah, Elemen Desain Grafis, Akhlak*

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan serba modern, teknologi informasi dan komunikasi berkembang semakin cepat. Hal itu, membuat dakwah tidak cukup hanya dilakukan secara tradisional. Dakwah yang sebelumnya kita kenal adalah dakwah yang dilakukan tatap muka langsung dengan da'i, seperti dalam pengajian-pengajian, ceramah di mimbar, majlis taklim, dan media serta metode dakwah konvensional lainnya.

Dakwah telah berkembang menjadi sebuah profesi yang meniscayakan pelaksananya memiliki pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skill*) yang memadai, serta sikap (*attitude*) yang baik. Untuk itu, diperlukan sekelompok orang yang terus mengkaji, meneliti dan mengembangkan aktivitas dakwah secara *professional*, sesuai tuntutan zaman.

Pemanfaatan desain grafis sebagai media dakwah kini cukup banyak diminati. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya aktivis dakwah baik secara perorangan maupun kelompok, kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat yang aktif menyebarkan pesan-pesan dakwah secara visual melalui desain grafis. Bentuknya dengan membuat ilustrasi ataupun yang berisi tentang ajakan atau pengingat dalam beribadah yang dikemas menjadi suatu karya poster yang diunggah melalui media sosial.

Salah satu media sosial yang turut digunakan sebagai media dakwah adalah *Instagram*. Menurut data yang dirilis oleh *Napoelon Cat*, pada periode Januari hingga Mei 2020 jumlah pengguna aktif *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 Juta pengguna, diantaranya didominasi oleh usia produktif yaitu pada rentang 18-34 tahun, usia tersebut mendominasi hingga 25 juta pengguna. Salah satu akun yang menggunakan *Instagram* sebagai media dakwah

adalah akun *Instagram* @taqwart. Daya tarik akun tersebut adalah penggunaan ilustrasi gambar karakter yang dibuat dengan menggunakan teknik *flat design* atau gaya desain yang menonjolkan aspek pendekatan karakter minimalism (kesederhanaan), usefulness (kegunaan), cleanliness (kerapian). Dalam istilah awam, gaya desain ini menghilangkan karakter gaya efek seperti drop shadows (bayangan), gradients (gradasi warna), textures (tekstur), dan semua efek lain yang menampakkan bahwa desain yang hendak dikomunikasikan diberi kesan mirip dengan warna, bentuk, corak benda aslinya. Penggunaan teknik tersebut juga bertujuan agar gaya desain grafis yang digunakan akun @taqwart dapat diterima dikalangan remaja.

Karena remaja adalah target yang paling tepat dalam dakwah. Karena Pendidikan dasar agama harus ditanamkan sejak kecil, dengan begitu anak-anak bisa mengerti dan paham apa yang tidak boleh dan boleh dilakukan. Berdasarkan data Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) angka kasus tawuran di Indonesia pada tahun 2017 adalah 12,9 persen dan meningkat 1,1 persen menjadi 14 persen pada tahun 2018. Berdasarkan fenomena diatas, peneliti bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh elemen desain grafis sebagai media dakwah pada akun *Instagram* @taqwart terhadap akhlak followers, 2) mengetahui pengaruh frekuensi penggunaan akun *Instagram* @taqwart terhadap akhlak followers, 3) mengetahui pengaruh durasi penggunaan akun *Instagram* @taqwart terhadap akhlak followers.

II. METODOLOGI

A. Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain).¹

B. Prinsip dan Elemen Desain Grafis

Menurut Stephen Mc Elroy, ciri desain yang kreatif adalah dapat menarik perhatian pembaca, tulisan di dalamnya mudah dibaca dan dimengerti, informasi tulisan dilengkapi dengan informasi visual, dapat mengangkat intisari Tulisan tersebut dan dapat menceritakan suasana

setempat.² Desain grafis yang berkualitas menyertakan gambaran suasana kejadian yang diceritakan oleh teks tulisan, dan hal ini dapat dicapai dengan menerapkan elemen grafis berdasarkan prinsip-prinsip desain. Berikut prinsip dan elemen desain grafis:

b.1. Prinsip- Prinsip Desain Grafis

1. Komposisi (*composition*)

Merancang/mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Komposisi = Composition = Componere (asal kata dari bahasa Latin), yang artinya penggabungan.³

2. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan mantap serta tepat pada tempatnya.⁴

3. Irama (*Rhythm*)/Gerakan

Penampilan gerak ini dilakukan untuk mendapatkan unsur dinamis dalam menambah nuansa penekanan yang informatif. Untuk itu, unsur gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual yang ikonik, tetapi juga permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara psikologi, mata manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang, dan/atau dari area yang kompleks ke area yang sederhana (*simple*).⁵

4. Perbandingan/Proporsi (*Proportional*)

Perbandingan merupakan salah satu prinsip yang menentukan baik tidaknya suatu komposisi/struktur/susunan, dan seterusnya dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang (*space*) yang berelasi dengan satuan ukuran: panjang, lebar, dan tinggi.⁶

5. Kesatuan (*Unity*)/*Total Organization/Harmony*

Penggabungan elemen-elemen/unsur-unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, perbandingan, dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang. Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu (hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak

¹ Deddy Award W.L., *Pengantar Desain Grafis*, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro), hlm. 2.

² Miftahurrahmat Amar, "Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi", Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2013, hlm. 8

³ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (KEMDIKBUD : Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas, 2016), hlm. 4.

⁴ *Ibid*, hlm. 38.

⁵ *Ibid*, hlm. 41.

⁶ *Ibid*, hlm. 42.

dapat dipisahkan).⁷

b.2. Elemen-Elemen Grafis

Istilah grafis sering kali dikaitkan dengan gambar dan dikategorikan sebagai bahan komunikasi visual.⁸ Grafis merupakan sebuah bentuk komunikasi visual, penyampaian pesan melalui gambar yang dirancang dengan mengkombinasikan elemen-elemen grafis dan berpedoman pada prinsip-prinsip desain. Elemen grafis adalah bagian penting dari grafis, yakni yang dibutuhkan untuk menghasilkan rancangan grafis. Proses kreatif dalam pembuatan media komunikasi visual, khususnya grafis, pemahaman karakter khususnya dari setiap elemen grafis, merupakan kebutuhan. Elemen grafis tersebut adalah garis, bentuk, tekstur, ruang, dan warna.⁹

Dibutuhkan pemahaman terhadap karakter khusus dari elemen elemen grafis. Elemen tersebut antara lain:

1. Garis

Garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perapatan dari sekelompok titik yang berurut dan berurut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi. Komponen garis memberikan juga nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.¹⁰

2. Bentuk/raut/kurva

Bentuk/raut/kurva adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Tentunya, hasil dari garis yang bertemu ini membentuk sebuah bidang. Bidang tersebut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi, sangat berperan dalam memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.¹¹

3. Tekstur

Tekstur adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan tampilan/ karakteristik/ gambaran/ representasi sifat dari suatu permukaan. Tekstur dapat dibiarkan sebagaimana adanya atau diolah secara khusus menurut kehendak perancangannya. Permukaan dapat polos, bersisik, licin, kasar, pudar, kusam, kilap, lembut, halus, berlendir, terasa gatal, berbulu, dan lain-lain. Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena ia dapat mengaktifkan 2 proses penginderaan sekaligus (visual dan raba). Tekstur dapat berukuran kecil, menekankan pada kedua-dimensian permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang

menekankan pada kesan raba pada 3D.¹²

4. Ruang

Ruang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan dapat membentuk ruang imajiner yang terkait persepsi pengamatnya. Hasil dari pengembang bidang yang menjadi ruang ini lebih banyak berperan sebagai elemen utama (berdasarkan tingkat kerumitannya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsur komunikasi visual.¹³

5. Warna

Warna adalah sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat daripada sentuhan gelombang-gelombang cahaya pada retina mata.¹⁴ Jadi warna adalah corak rupa dari suatu benda yang terlihat oleh mata, yang merupakan pemantulan cahaya yang menimpa benda tersebut, dan yang pertama kali terlihat dari benda tersebut adalah warnanya.¹⁵

C. Media Sosial dan Instagram

Media sosial menurut Eisenberg dalam Aulia (2000:38), merupakan platform online untuk berinteraksi, berkolaborasi dan menciptakan atau membagi berbagai konten digital. Dalam istilah non-teknologi, media sosial dapat didefinisikan sebagai cara orang berbagi ide, konten, serta pemikiran secara online. Media sosial meliputi, *Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok dan Instagram*.¹⁶

Instagram merupakan jenis media sosial berbagi. Media sosial berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar/desain grafis, dan sebagainya.¹⁷ Adapun nama *Instagram* sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.¹⁸

⁷ *Ibid*, hlm. 43.

⁸ Miftahurrahmat Amar, *Op.Cit*, hlm. 12.

⁹ *Ibid*, hlm. 13

¹⁰ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, *Op.Cit*, hlm. 26.

¹¹ *Ibid*.

¹² *Ibid*, hlm. 33.

¹³ *Ibid*, hlm. 28

¹⁴ *Ibid*, hlm. 30.

¹⁵ Miftahurrahmat Amar, *Op.Cit*, hlm. 17.

¹⁶ Aulia Fitria, Et.al, “*Terpenjara Komodifikasi Media*”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020) hlm. 38.

¹⁷ *Ibid*.

¹⁸ Aditya Rangga, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*, hlm. 3, dalam <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880>, diunduh pada 29 Maret 2021.

D. Akhlak

Akhlak berasal dari bahasa Arab jama' dari bentuk mufradnya "khuluqun" yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku dan tabiat. Sedangkan menurut istilah kata akhlak mengacu pada masalah tabi'at atau perbuatan batin manusia yang mempengaruhi dan mendorong lahirnya perbuatan nyata. Atau dalam perkataan lain, akhlak merupakan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang dibawa sejak lahir dan selalu ada.¹⁹

Sedangkan Aminuddin mengutip pendapat Ibnu Maskawah yang memaparkan defenisi kata akhlak ialah kondisi jiwa yang senantiasa mempengaruhi untuk bertingklaku tanpa pemikiran dan pertimbangan. Menurut pendapat Imam-al-Ghazali selaku pakar di bidang akhlak yang dikutip oleh Yunahar Ilyas yaitu: Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Jika sifat itu melahirkan perbuatan yang baik menurut akal dan syariat, maka disebut akhlak yang baik, dan bila lahir darinya perbuatan yang buruk, maka disebut akhlak yang buruk.²⁰

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Gambaran Umum Akun Instagram @Taqwart



Logo Akun Instagram @Taqwart

Akun *Instagram* @taqwart mulai terbentuk pada tahun 2017, akun tersebut diinisiasi oleh seorang desainer grafis bernama Ahmad Ghilman. Karena ketertarikannya dengan Islam, desainer grafis akun @taqwart membuat suatu desain yang memiliki unsur dan nuansa Islam didalamnya.

Akun @taqwart memiliki 79.400 pengikut dan total 346 konten yang telah diunggah. Akun tersebut memiliki fokus bidang konten dalam dakwah digital yang dikombinasikan dengan desain grafis. Dalam menyampaikan konten dakwah, akun tersebut melandaskan semua isi materi dalam konten pada Al-Quran dan Al-Hadist sebagai rujukan utamanya. Selain menggunakan Al-Quran dan Hadist, nasihat ulama, para astadzid dan pribadi pengarang juga dihadirkan sebagai rujukan pelengkap dan penguat.

Konten dakwah di dalam akun tersebut mayoritas mengangkat materi dari 3 pilar dalam Islam yaitu, akidah, akhlak dan syariat. Adapun rincian dari materi-materi yang diangkat sebagai berikut:

1. Keharusan untuk bersyukur atas nì`mat Allah
2. Kewajiban untuk membaca Al-Qur`an

3. Menerima nasihat dari sesama
4. Jangan mendekati zina
5. Pentingnya berhias malu untuk Muslimah
6. Anjuran untuk meninggalkan perdebatan
7. Keharusan untuk berbakti kepada kedua orang tua
8. DII.

Target dari akun @taqwart adalah anak muda yang belum berhijrah atau baru berhijrah. Konsep desain yang diterapkan dalam akun @taqwart adalah konsep desain yang menekankan pada salah satu prinsip desain komunikasi visual, yaitu kesatuan (*Unity*) dan dominasi.

Selain menggunakan kedua prinsip tersebut, akun @taqwart juga memperhatikan ilustrasi yang berfungsi untuk memperlihatkan suatu gagasan, situasi, perasaan atau pesan yang abstrak menjadi nyata. Ada beberapa pertimbangan yang digunakan *illustrator* akun @taqwart dalam menghasilkan desain grafis yang bisa menjadi pusat perhatian banyak orang, yaitu sebagai berikut;

1. Gambar karakter yang dibuat agar lebih hidup dan dramatis.
2. Pemilihan warna yang tepat agar dapat memunculkan sisi emosional dari konten dakwah itu sendiri.
3. Pemilihan font yang mudah dibaca menjadi kunci utama dalam teknik tipografi yang dipakai dalam pembuatan konten dakwah.
4. Pembuatan kalimat yang baik agar mudah dipahami oleh *followers*.

Desain yang *eye-catching* dibuat oleh Ahmad Ghilman selaku sang *illustrator* untuk menarik lebih banyak *followers* agar bisa menikmati konten dakwah dalam akun @taqwart. Selain alasan diatas yang menjawab apa konsep yang diterapkan pada akun @taqwart, ada alasan lain yang dimiliki oleh Ghilman, yaitu karena melihat banyaknya akun *Instagram* dengan konten yang sama.

Ghilman menerapkan konsep yang berbeda dan berkarakter dari kebanyakan akun *Instagram* dakwah digital agar bisa cepat muncul di permukaan dan menjangkit banyak orang, khususnya anak muda. Adapun gambar di bawah ini merupakan contoh konten dalam akun tersebut:



Konten Dakwah Akun Instagram @Taqwart

¹⁹ Tim Penyusun Buku Panduan PAI, AKHLAK: Buku Panduan Pendidikan Agama Islam (PAI) IV, (Bandung: LSIPK Unisba, 2015), hlm. 20

²⁰ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2006) hlm. 2.



Sumber: Data diolah Peneliti

Pada uji variabel X ini penulis lakukan pada 20 responden dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%). Dari taraf signifikansi dan jumlah responden yang digunakan tersebut didapat nilai rTabel Product Moment sebesar 0,444. Adapun untuk syarat valid atau tidaknya sebuah item adalah nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r tabel.

Hasil analisis uji validitas di atas menjelaskan dari 13 item pernyataan kuisioner variabel X yaitu Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart, diperoleh bahwa semua item pernyataan kuisioner variabel X yang berjumlah total 13 item dinyatakan valid. Dengan demikian item kuisioner yang valid tersebut yang digunakan dalam analisis-*analisis* selanjutnya.

TABEL II ITEM-TOTAL STATISTICS VARIABEL Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_14	221.45	308.261	.593	.752
Item_15	221.40	305.937	.738	.749
Item_16	221.55	307.208	.653	.751
Item_17	221.35	307.397	.671	.751
Item_18	221.30	306.747	.740	.750
Item_19	221.55	305.945	.725	.749
Item_20	221.40	309.937	.507	.753
Item_21	221.60	306.358	.713	.750
Item_22	221.60	308.463	.591	.752
Item_23	221.65	307.818	.646	.751
Item_24	221.45	304.682	.798	.748
Item_25	221.60	307.200	.664	.751
Item_26	221.30	307.168	.714	.750
Item_27	221.50	307.632	.626	.751
Item_28	221.40	307.200	.664	.751
Item_29	221.60	306.989	.677	.750
Item_30	221.40	303.832	.860	.747
Item_31	221.45	304.261	.822	.748
Item_32	221.35	302.976	.936	.747
Item_33	221.50	305.737	.733	.749
Item_34	221.50	306.579	.686	.750
Item_35	221.50	304.263	.818	.748
Item_36	221.45	305.524	.750	.749
Item_37	221.65	308.871	.584	.752
Item_38	221.50	309.105	.543	.752
Skor_total	113.00	79.789	1.000	.959

Sumber: Data diolah peneliti

Pada uji variabel Y ini penulis lakukan pada 20 responden dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%). Dari taraf signifikansi dan jumlah responden yang digunakan tersebut didapat nilai rTabel *Product Moment* sebesar 0,444. Adapun untuk syarat valid atau tidaknya sebuah item adalah nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r tabel.

Konten Dakwah Akun Instagram @Taqwart

Dalam akun tersebut tidak memiliki visi dan misi khusus, namun memiliki tujuan utama dari dibuatnya akun @taqwart oleh Ghilman adalah semata-mata untuk mendapatkan Ridha Allah SWT dan mengedukasi sesama umat Islam. Selain itu, Ghilman berharap agar dapat memperluas dakwahnya dengan keahliannya sebagai desainer grafis, dalam media cetak seperti membuat buku yang berisi ajaran Islam yang dikhususkan untuk anak-anak. Agar anak-anak merasa nyaman dan mudah memahami lewat buku bergambar.

A. Uji Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, penulis mengambil data dari luar sampel dengan jumlah 20 orang, pengujian validitas setelah mendapatkan data yakni menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26.

Adapun untuk hasil dari uji validitas terhadap variabel x dan y sebagai berikut;

TABEL I

ITEM-TOTAL STATISTICS VARIABEL X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	114.30	129.484	.640	.762
Item_2	114.70	123.274	.604	.750
Item_3	114.55	124.787	.827	.751
Item_4	114.70	121.905	.769	.746
Item_5	114.40	127.832	.653	.759
Item_6	114.55	123.418	.790	.749
Item_7	114.65	123.082	.690	.749
Item_8	114.60	124.253	.616	.752
Item_9	114.60	125.305	.756	.753
Item_10	114.50	127.316	.498	.759
Item_11	114.70	121.274	.812	.744
Item_12	114.95	119.734	.797	.741
Item_13	114.80	122.063	.767	.746
skortotal	59.60	33.516	1.000	.923

Hasil analisis uji validitas di atas menjelaskan dari 25 item pernyataan kuisioner variabel Y yaitu Akhlak Followers, diperoleh bahwa semua item pernyataan kuisioner variabel Y yang berjumlah total 25 item dinyatakan valid. Dengan demikian item kuisioner yang valid tersebut yang digunakan dalam analisis selanjutnya.

2. Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data kepada 20 orang responden untuk diuji realibilitasnya dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26 dengan teknik uji *alpha cronbach*.

Adapun untuk uji reliabilitas variabel X dan Y pada penelitian adalah sebagai berikut;

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data kepada 20 orang responden untuk diuji realibilitasnya dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26 dengan teknik uji *alpha cronbach*.

Adapun untuk uji reliabilitas variabel X dan Y pada penelitian adalah sebagai berikut;

TABEL III

RELIABILITY STATISTICS VARIABEL X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	14

Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil uji reliabilitas pada variabel X, didapati nilai Alpha adalah 0,768, dan nilai r tabel dengan nilai N=20 dengan signifikansi 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,444. Karena nilai Alpha 0,768 > 0,444 (r tabel) maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, kuisioner variabel X Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart dinyatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

TABEL IV

RELIABILITY STATISTICS VARIABEL Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	26

Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil uji reliabilitas pada variabel Y, didapati nilai Alpha adalah 0,759, dan nilai r tabel dengan nilai N=20 dengan signifikansi 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,444. Karena nilai Alpha 0,759 > 0,444 (r tabel) maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, kuisioner variabel Y Akhlak Followers dinyatakan reliabel

atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

B. Deskripsi Data Responden Penelitian

Dalam menentukan sampel penelitian, peneliti menggunakan Rumus Yamane. Didapat dari hasil perhitungan dengan menggunakan Rumus Yamane adalah sebesar 96 responden. Berikut di bawah ini merupakan tabel mengenai karakteristik responden penelitian:

TABEL V

KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Perempuan	62	64%
Laki-Laki	34	36%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah

TABEL VI

KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN TERAKHIR

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD/Se-derajat	0	0%
SMP/Se-derajat	7	7%
SMA/Se-derajat	60	62%
Perguruan Tinggi	29	30%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah

C. Analisis Korelasi (Pearson)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan baik yang bersifat positif maupun negatif, antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Berikut tabel di bawah ini adalah daftar interpretasi nilai koefisien r;

TABEL XI

DAFTAR INTERPRETASI NILAI KOEFISIEN R

Nilai Pearson Correlation (r)	Interpretasi
0,00 s/d 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 s/d 0,40	Korelasi lemah
0,41 s/d 0,60	Korelasi sedang
0,61 s/d 0,80	Korelasi kuat
0,81 s/d 1,00	Korelasi sempurna

Berdasarkan nilai signifikansi Sig. (2-Tailed): jika nilai signifikansi < 0.05 maka berkorelasi (ada hubungan), dan jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak berkorelasi (tidak ada hubungan). Adapun *output* hasil analisis korelasi (Pearson) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS

versi 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL XII
COEFFICIENTS

Correlations		Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	Akhlak followers
Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	Pearson Correlation	1	.421**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Akhlak followers	Pearson Correlation	.421**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil analisis korelasi (*Pearson*) pada tabel *output* diatas, dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-Tailed) antara variabel independen (X) yaitu Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @Taqwart dengan variabel dependen (Y) yaitu Akhlak Followers adalah 0.000 < 0.05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel dengan tingkat korelasi sedang berdasarkan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0.421.

D. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi linier sederhana dapat dilaksanakan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Sampel diambil secara random (acak)
2. Variabel X dan variabel Y mempunyai hubungan yang kausal, dimana X merupakan sebab dan Y merupakan akibat.
3. Nilai Y mempunyai penyebaran yang berdistribusi normal.
4. Persamaan tersebut hendaknya benar-benar linier.

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana karena telah memenuhi syarat-syarat yang sebagaimana dijelaskan di atas. Persamaan regresi linier sederhana dapat dibentuk menggunakan persamaan berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Adapun *output* hasil analisis uji regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL XIII
COEFFICIENTS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65.709	9.310		7.058	.000
	Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	.707	.157	.421	4.495	.000

a. Dependent Variable: Akhlak Followers

Sumber: Data diolah peneliti

Dengan mengacu pada rumus persamaan regresi di atas, maka nilai koefisien regresi dapat diketahui melalui penjabaran sebagai berikut;

1. a = angka konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam hasil *output* pada tabel di atas mendapati nilai dari a sebesar 65.709. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @Taqwart (X) maka nilai konsisten Akhlak Followers (Y) adalah sebesar 65.709.
2. b = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.707, angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat variabel independen (X), maka variabel dependen (Y) akan meningkat sebesar 0.707.

Karena nilai koefisien regresi bersifat positif (+), maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel independen (X) yaitu Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @Taqwart berpengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu Akhlak Followers. Sehingga bisa didapati bahwa persamaan regresi berdasarkan penjabaran di atas adalah:

$$Y = 65.709 + 0.707X$$

E. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pembuktian empiris untuk mengkonfirmasi atau menolak sebuah hipotesis ataupun asumsi dengan menggunakan data sampel.

Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) hasil *output* SPSS 26 adalah:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.), lebih kecil (<) dari probabilitas 0.05 mengandung arti bahwa ada Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah

(X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y).

- Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.), lebih besar (>) dari probabilitas 0.05 mengandung arti bahwa tidak ada Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y).

Adapun *output* hasil analisis uji hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL XIV
MODEL

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
1 (Constant)		7.058	.000
Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	.421	4.495	.000

a. Dependent Variable: Akhlak Followers

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil *output* di atas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y). Dari pernyataan di atas bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini merupakan jawaban yang valid dan benar.

F. Koefisien Determinasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Atau dengan kata lain untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y).

Adapun untuk hasil *output* koefisien determinasi, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

TABEL XV
MODEL SUMMARY

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 ^a	.177	.168	8.41684

a. Predictors: (Constant), Desain Grafis Sebagai Media Dakwah

Sumber: Data diolah peneliti

Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *R-Square* (R²). Nilai tersebut menunjukkan kebaikan model, semakin besar R² semakin baik modelnya. Nilai R² berada antara 0% sampai 100%.

Berdasarkan hasil *output* pada tabel *model summary* di atas dapat diketahui nilai *R-Square* sebesar 0.177. Nilai ini mengandung arti bahwa total besaran pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y). adalah sebesar 17,7% sedangkan 82,3% Akhlak Followers dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

IV. KESIMPULAN

Sebagaimana penjelasan yang sudah diuraikan mengenai temuan penelitian serta pembahasan tentang “Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart Terhadap Akhlak Followers”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Desain grafis pada akun Instagram @taqwart yang di dalamnya meliputi elemen-elemen desain grafis di antaranya:
 - Ilustrasi gambar karakter yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXII. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa ilustrasi gambar karakter berpengaruh sangat besar terhadap persepsi, perasaan dan pikiran *followers* akun Instagram @taqwart.
 - Isi pesan (simbol, warna dan Bahasa) yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXIII. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa isi pesan berpengaruh sangat besar terhadap persepsi *followers* akun Instagram @taqwart dalam memahami simbol, warna dan Bahasa dalam pesan.
 - Tipografi yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXIV. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa tipografi berpengaruh sangat besar terhadap penilaian *Followers* akun Instagram @taqwart.
- Frekuensi penggunaan akun @taqwart yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXV. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa frekuensi penggunaan akun @taqwart berpengaruh sangat besar terhadap frekuensi *followers* akun Instagram @taqwart dalam membuka akun Instagram @taqwart.
- Durasi penggunaan akun @taqwart yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXVI. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa durasi penggunaan akun @taqwart berpengaruh sangat besar terhadap durasi *followers* akun Instagram @taqwart dalam membuka akun Instagram @taqwart.
- Berdasarkan pengolahan data penelitian yang dilakukan menggunakan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa variabel X atau independen yaitu desain grafis sebagai media dakwah pada akun Instagram @taqwart terhadap variabel Y atau dependen yaitu akhlak *followers* yang mana dalam penelitian ini difokuskan pada 5 jenis akhlak yaitu akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap Rasulullah SAW, akhlak terhadap keluarga, akhlak

terhadap orang tua dan akhlak terhadap teman dan sahabat, jika ditinjau dari hasil nilai R-Square pada tabel LXI, serta pada hasil uji hipotesis yang tercantum dalam tabel LX dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh desain grafis sebagai media dakwah akun *Instagram @taqwart* (X) terhadap akhlak *followers* (Y). Dari pernyataan di atas bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yaitu H_{1a}, H_{1b}, H_{1c}, H₂ dan H₃ dalam penelitian ini merupakan jawaban yang valid dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku:

- [1] Adi, L. D. W, dkk, (2016), Pengantar Desain Grafis, KEMDIKBUD : Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas
- [2] Awar, Deddy W.L, Pengantar Desain Grafis, Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- [3] Fitria Aulia, Et.al, (2020), “Terpenjara Komodifikasi Media”, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- [4] Ilyas, Yunahar, (2006), Kuliah Akhlak, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- [5] Tim Penyusun Buku Panduan PAI,(2015), AKHLAK: Buku Panduan Pendidikan Agama Islam (PAI) IV, Bandung: LSIPK Unisba

Sumber dari Jurnal/Skripsi/Tesis/Disertasi:

- [1] Amar, Miftahurrahmat “Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi”, Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2013, hlm. 8
- [2] Rangga, Aditya, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru, hlm. 3, dalam <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880>, diunduh pada 29 Maret 2021.
- [3] Hadi Susilo Suryo, Bambang Saiful Ma'arif, Parihat Kamil. (2021). *Pengaruh Desain Komunikasi Visual Akun Instagram Bantu Dakwah terhadap Perilaku Beragama Pengikut*, *Jurnal Riset Kominikasi Penyiaran Islam*, vol 1, 17-21

Strategi Komunikasi Dakwah Kantor Urusan Agama (KUA) Dalam Pembinaan Calon Pengantin di Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu

Leni Marlinah, Bambang S Ma'arif, Muhammad Fauzi Arif

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Marlinahleni763@gmail.com, bambangmaarif76@gmail.com, muhammadfauziarif@gmail.com

Abstract: The purpose of this study was to determine the direction of policy in fostering prospective brides at the Office of Religious Affairs (KUA) in Losarang District, the implementation of fostering prospective brides at the Office of Religious Affairs (KUA) in Losarang District, the material presented in fostering prospective brides at the Office of Religious Affairs (KUA). Losarang District, the relationship between prospective brides and grooms with da'wah, and to find out the communication strategy of da'wah in fostering prospective brides. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data through the results of observations, interviews, and documentation. There were 9 informants in this study. The results of the study found that the policy direction in fostering prospective brides at the Office of Religious Affairs (KUA) of Losarang District was to remind about household procedures that were Sakinah, Mawaddah, and Rahmah, as well as reduce the number of disputes and domestic violence, the implementation of fostering prospective brides and grooms. What was done by the Office of Religious Affairs (KUA) of Losarang District could not be said to be successful, this can be seen from the results of the researcher's interview with the Head of the Office of Religious Affairs (KUA) of Losarang District, that there are still prospective bride and groom participants who do not follow the implementation of coaching due to information and time problems. , materials related to household according to Islamic teachings. The methods and media used in delivering the material are adapted to the times, the link between the bride and groom coaching material and the da'wah is that the person being fostered is part of the da'wah, the da'wah strategy for coaching the bride and groom in the Office of Religious Affairs (KUA) has a positive response from the participants of the prospective coaching bride.

Keywords: *Strategy, Communication, Da'wah, Bride and Groom.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui arah kebijakan dalam pembinaan calon pengantin di Kantor urusan Agama (KUA) Kecamatan Losarang, pelaksanaan pembinaan calon pengantin di Kantor urusan Agama (KUA) Kecamatan Losarang, materi yang disampaikan dalam pembinaan calon pengantin di Kantor urusan Agama (KUA) Kecamatan Losarang, kaitan materi pembinaan calon pengantin dengan dakwah, dan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah dalam pembinaan calon pengantin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data ditemukan melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini berjumlah 9 orang. Hasil penelitian menemukan, bahwa arah kebijakan dalam pembinaan calon pengantin di Kantor urusan Agama (KUA) Kecamatan Losarang adalah untuk mengingatkan tentang tata cara rumah tangga yang Sakinah, Mawaddah, dan

Rahmah, serta mengurangi angka perselisihan dan kekerasan dalam rumah tangga, pelaksanaan pembinaan calon pengantin yang dilakukan oleh Kantor urusan Agama (KUA) Kecamatan Losarang belum bisa dikatakan berhasil, hal ini terlihat dari hasil wawancara peneliti dengan Kepala Kantor urusan Agama (KUA) Kecamatan Losarang, bahwa masih adanya peserta calon pengantin yang tidak mengikuti pelaksanaan pembinaan dikarenakan masalah informasi dan waktu, materi-materi yang berkaitan tentang rumah tangga sesuai ajaran Islam. Adapun metode dan media yang digunakan dalam penyampaian materi disesuaikan dengan perkembangan zaman, kaitan materi pembinaan calon pengantin dengan dakwah adalah bahwa orang yang dibina merupakan bagian dari dakwah, strategi dakwah pembinaan calon pengantin di Kantor urusan Agama (KUA) memiliki respon positif dari peserta pembinaan calon pengantin. Dengan menggunakan komunikasi proaktif persuasif.

Kata Kunci: *Strategi, Komunikasi, Dakwah, Pengantin.*

I. PENDAHULUAN

Pernikahan berasal dari kata nikah menurut bahasa artinya mengumpulkan, saling memasukan, dan digunakan untuk arti bersetubuh (wathi). Kata “nikah” sering dipergunakan untuk arti perisetubuhan (coitus), juga arti akad nikah, menurut bahasa nikah berarti penyatuan, diartikan juga sebagai akad atau berhubungan badan . Memulai pernikahan sama halnya seperti membangun sebuah bangunan yang sederhana. Akan tetapi sebuah inti dari bangunan adalah pondasi yang menopang bangunan. Jika sebuah bangunan memiliki pondasi yang kuat maka ketika ada bada'i ataupun gempa bangunan akan tidak mudah roboh serta tetap berdiri dengan kokohnya. Begitu juga dengan sebuah ikatan pernikahan, seorang laki-laki dan perempuan yang ingin menjadi sepasang suami istri diharuskan memiliki bekal untuk mengarungi kehidupan mereka bersama-sama nantinya. Untuk itu sebelum dilakukan pernikahan dibutuhkan persiapan baik mental, finansial, dan pengetahuan tentang pernikahan. Hal ini juga ditegaskan sebagaimana peraturan pemerintah pada Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1974 (pasal 1) tentang pencatatan nikah yang berbunyi: “Undang-undang Nomor 1 Tahun 1974 (pasal 1) tentang pencatatan nikah, pernikahan itu ialah ikatan lahir batin antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami istri dengan tujuan untuk membentuk keluarga (rumah tangga), yang Bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa.”

Pernikahan merupakan ikatan batin antara laki-laki dan perempuan sebagai suami istri dengan tujuan membentuk keluarga yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Tujuan pernikahan untuk membentuk keluarga bahagia dan kekal sebagaimana dijelaskan dalam salah satu ayat-Nya:

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

“Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikan-Nya diantaramu rasa kasih dan sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir”.

Dalam kitab Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwasanya makna firman Allah SWT pada ayat tersebut adalah Dia menciptakan untuk kalian wanita-wanita yang akan menjadi istri kalian dari jenis kalian sendiri. Supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, ayat yang sepadan dengan firman adalah: “Dia-lah yang menciptakanmu dari diri yang satu dan daripadanya Dia menciptakan istrinya agar dia merasa senang kepadanya” (QS. Al-A’raf: 189), yaitu Hawa yang diciptakan Allah dari tulang rusuk bagian kiri Adam.

Walaupun pernikahan memiliki tujuan yang mulia namun dalam pelaksanaannya tidak serta merta selalu berjalan mulus dan tidak sedikit harus diakhiri dengan perceraian. Padahal, perceraian merupakan sesuatu yang halal namun sangat dibenci oleh Allah SWT. Kualitas sebuah pernikahan sangat ditentukan oleh kesiapan dan kematangan kedua calon pasangan nikah dalam menyongsong kehidupan berumah tangga. Salah satu faktor terjadinya perceraian karena kurangnya kesiapan kedua belah pihak dalam mengarungi rumah tangga. Kegagalan dan keretakan yang terjadi di tengah-tengah keluarga seringkali disebabkan masalah sederhana tetapi sangat mendasar. Sebagian masyarakat masih ada yang mengasumsikan bahwa dengan pernikahan segala sesuatu akan berjalan secara alamiah, kebahagiaan akan muncul dengan sendirinya sekalipun mereka tidak memiliki pengetahuan untuk mengatur kehidupan rumah tangganya.

Ketidaksiapan pengantin baru, bisa dilihat dari bagaimana mereka berperilaku setelah menikah. Jika mereka masih melakukan kebiasaan seperti sebelum menikah. Hal itu menandakan bahwa mereka tidak sadar jika dirinya telah berubah fungsi. Seharusnya mereka telah berfikir tentang bagaimana menyikapi faktor-faktor yang mungkin timbul saat berumah tangga seperti ketidakcocokan keluarga, perbedaan pandangan, maupun bagaimana menyikapi kebiasaan buruk pasangan.

Permasalahan keluarga yang terjadi di masyarakat menyebabkan pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama berinisiatif melaksanakan program pembinaan calon pengantin (catin). Program ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas keluarga yang baik. Banyaknya kasus kekerasan dalam rumah tangga merupakan sebab

dikeluarkannya Keputusan Menteri Agama dan juga Surat Edaran dari Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam (BIMAS). Oleh karena itu, dalam peraturan Direktur jenderal BIMAS Islam Kementerian Agama Nomor: DJ.II/542 Tahun 2013, diinstruksikan agar sebelum pernikahan dilangsungkan, setiap catin harus diberikan wawasan terlebih dahulu tentang arti sebuah rumah tangga melalui pembinaan catin yang diadakan oleh Kantor Urusan Agama (KUA).

KUA merupakan unit kerja terdepan Departemen Agama yang melaksanakan sebagian tugas pemerintah di bidang Agama Islam, bahkan dapat dikatakan sebagai unit kerja terdepan. Karena KUA secara langsung berhadapan dengan masyarakat. Maka wajar bila keberadaan KUA dinilai sangat penting seiring keberadaan Departemen Agama. Fakta sejarah juga menunjukkan kelahiran KUA hanya berselang sepuluh bulan dari kelahiran Departemen Agama, tepatnya tanggal 21 November 1946. Ini menunjukkan bahwa peran KUA sangat strategis bila dilihat dari keberadaannya yang bersentuhan langsung dengan masyarakat terutama yang memerlukan pelayanan bidang Urusan Agama Islam (Urais).

KUA merupakan bagian institusi pemerintah yang bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat, khususnya di bidang urusan Agama Islam. KUA memiliki badan resmi yang dibentuk hasil kerja sama dengan masyarakat antara lain: Badan Penasehatan, Pembinaan dan Pelestarian Pernikahan (BP4). Penyuluhan Pengalaman Ajaran Agama Islam (P21). Adapun program kerja yang terdapat di KUA adalah jid, jawaib dan sosmal (kemasjidan, zakat, wakaf, ibadah sosial masyarakat dan penasehatan catin) BP4 Kecamatan Losarang. Problematika yang terdapat pada KUA Kecamatan Losarang adalah sumber daya manusia, karena sumber daya manusia merupakan sumber daya yang penting dalam suatu organisasi maupun masyarakat, kemudian sarana prasarana yang kurang memadai.

Indramayu adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang terkenal dengan buah mangganya. Letak Indramayu ada di pesisir Utara laut Jawa. Kabupaten Indramayu ini berlokasian berbatasan dengan Kabupaten Cirebon di sebelah Tenggara, kemudian dengan Kabupaten Majalengka, Kabupaten Sumedang. Indramayu sendiri dikenal dengan salah satu Kabupaten yang kaya akan sumber daya alam dan manusianya, disamping itu Indramayu juga memiliki banyak aneka ragam kebudayaan dan adat istiadat. Luas wilayah Indramayu mencapai 209.942 Hektar yang terdiri dari 116.675 Hektar area persawahan, 6.058 Hektar area perkebunan, 34.300 Hektar area hutan serta 16.239 Hektar lahan tambak dengan Panjang garis pantai 147 KM. Secara administratif Kabupaten Indramayu terbagi dalam 31 Kecamatan, 8 Kelurahan, dan 309 Desa dengan jumlah penduduk sebanyak 1,8 juta jiwa. Mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani, nelayan, dan sebagian kecil pedagang.

Banyaknya jumlah penduduk di Kabupaten Indramayu, banyak juga angka perceraian. Kasus perceraian di Indramayu masih relatif tinggi di Provinsi Jawa Barat. Hal

ini terlihat dalam catatan perceraian yang diajukan oleh Pengadilan Agama Kabupaten Indramayu, sebanyak 9.365 dengan total data yang diterima, terdiri dari cerai gugat sebanyak 5.980 perkara dan cerai talak sebanyak 2.399 perkara. Salah satunya di Kecamatan Losarang, berdasarkan data yang peneliti himpun dari KUA Kecamatan Losarang, angka perceraian di Kecamatan Losarang sejak awal 2021 hingga saat ini dengan total sebanyak 77 perceraian. Adapun pihak-pihak suami istri yang mengajukan gugatannya akan tetapi sedang ditunda prosesnya karena pandemi covid-19. Dengan banyaknya angka perceraian, hal ini diakibatkan karena faktor ekonomi dan rendahnya Pendidikan di masyarakatnya. Mayoritas berpendidikan di tingkat SMP-SMA tidak melanjutkan pendidikannya, dan sebagian karena adanya konflik keluarga yang berujung perceraian.

Hal ini sebagian besar di sebabkan karena kondisi perekonomian dan kurangnya pengetahuan. Oleh karena itu untuk lebih meminimalisir angka perceraian yang ada, maka dengan mengikuti pembinaan catin sebelum dilaksanakannya akad nikah sangat dianjurkan dengan tujuan agar memiliki bekal dalam pemahaman makna keluarga, saling memahami satu sama lain, dan lebih mencegah adanya konflik dalam rumah tangga, yang mengakibatkan pertikaian. Berdasarkan data ini, maka peneliti melihat satu permasalahan yang cukup krusial di Kecamatan Losarang yaitu masih banyaknya angka perceraian yang ada, ini salah satu akibat dari ketidaksiapan membangun rumah tangga. Adapun salah satu KUA yang aktif dalam melaksanakan kegiatan pembinaan catin yaitu KUA Losarang Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat.

Hasil wawancara peneliti dengan peserta pembinaan catin, bahwasannya dengan adanya pembinaan catin ini, mereka jadi lebih mengerti apa saja hakikat dalam menjalani rumah tangga yang baik, catin merasa terbekali dan sangat mendapatkan manfaat. Mereka berharap agar kegiatan pembinaan calon pengantin ini terus berjalan dan lebih baik lagi kedepannya. Manfaat yang dirasakan oleh peserta kegiatan pembinaan catin tersebut tidak terlepas dari komunikasi yang baik dalam penyampaian materi kepada para peserta, sehingga pesan-pesan yang disampaikan mudah diterima oleh peserta pembinaan.

Sebagaimana pemaparan di atas, maka menarik perhatian peneliti untuk mengkaji lebih dalam tentang "Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah KUA Dalam Pembinaan Calon Pengantin di Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu".

II. METODOLOGI

A. Teori Komunikasi

1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah kegiatan psikologis dalam usaha memengaruhi sikap, sifat, pendapat, perilaku seseorang atau orang banyak yang dilakukan dengan cara komunikasi (pernyataan antar manusia) berdasarkan pada

argumentasi dan alasan-alasan psikologis. Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah persepsi, pemikiran. Istilah persuasi bersumber dari Bahasa latin, *persuasion*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Komunikasi persuasif yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling memengaruhi, memberi tahu audiensi tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiensi.

2. Teori Belajar

Dalam komunikasi persuasif memiliki beberapa bentuk teori, salah satunya yakni yang dipandang relevan dengan penelitian ini adalah teori belajar kognitif. Teori kognitif diaplikasikan untuk komunikasi persuasi dalam berbagai konteksnya, seperti ruang kelas, pengadilan, dan dakwah. Teori belajar diterapkan pada komunikasi persuasi. Teori-teori yang berorientasi kognitif adalah teori yang menitik beratkan proses-proses sentral (misalnya: sikap, ide, dan harapan) untuk menerangkan tingkah laku.

Berbagai teori yang berorientasi kognisi dipaparkan, audiens sasaran diasumsikan melewati berbagai tahapan mental, yaitu perhatian/kesadaran, pemahaman terhadap pesan, membenarkan pesannya, dan melakukan apa yang dipelajarinya jika ada dukungan untuk melakukannya agar mempercepat pergerakan sikap kearah yang dituju oleh pengirim pesan.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Dengan diadakannya pembinaan catin di KUA Kecamatan Losarang, terdapat maksud yang tertuju sebagai pembekalan catin, sebagaimana dari hasil wawancara dengan bapak Kepaka KUA mengatakan bahwa arah kebijakan dilaksanakannya pembinaan catin adalah untuk mengingatkan tentang tata cara rumah tangga yang Sakinah, Mawaddah dan Rahmah, menerapkan fiqih munakahat, mengarahkan untuk memahami tentang seputar pernikahan. Yang lebih difokuskan dalam pembinaan catin ini adalah tentang tata cara rumah tangga, kewajiban suami istri, tata cara sholat dan puasa, serta mengurangi angka perselisihan dan kekerasan dalam rumah tangga Pelaksanaan pembinaan catin yang dilaksanakan di KUA Kecamatan Losarang merupakan kegiatan yang pelaksanaannya berada dalam ruangan tertutup hanya terdiri dari beberapa orang seperti Kepala KUA, Penyuluh dan calon pengantin saja. Dengan mengajukan pertanyaan dan pernyataan yang harus disertai kejujuran dan keterbukaan antara keduanya. Waktu pelaksanaannya dilakukan hanya dalam satu kali pertemuan setiap menjelang pernikahan. Kemudian setelah selesai kegiatan tersebut, maka catin diberikan sebuah buku berjudul "Pondasi keluarga Sakinah" sebagai penunjang setelah mengikuti kegiatan pembinaan dan akan mendapatkan piagam bahwa catin tersebut sudah mengikuti penataran.

Pelaksanaan pembinaan catin yang dilaksanakan di KUA Kecamatan Losarang merupakan kegiatan yang pelaksanaannya berada dalam ruangan tertutup hanya terdiri dari beberapa orang seperti Kepala KUA, Penyuluh dan calon pengantin saja. Dengan mengajukan pertanyaan dan

pernyataan yang harus disertai kejujuran dan keterbukaan antara keduanya. Waktu pelaksanaannya dilakukan hanya dalam satu kali pertemuan setiap menjelang pernikahan.

Sebelum dilaksanakannya pembinaan catin ada beberapa prosedur yang harus dilakukan oleh catin seperti pengisian biodata peserta, soal pre test dan soal post test. Setelah semua sudah dilengkapi catin maka akan dilakukan pemeriksaan oleh staf KUA, agar pada saat pembinaan berlangsung nanti sudah jelas penjadwalan pembinaan catin yang sudah lengkap dan memenuhi syarat.

Materi-materi yang disampaikan pada pelaksanaan pembinaan catin yakni berlandaskan dengan Al-Quran dan hadits. Dalam penyampaiannya sinkron dengan para peserta catin tersebut, sehingga tercapai sasaran yang telah ditetapkan yang mudah dipahami dan dimengerti oleh peserta pembinaan catin.

Kaitan bahwa orang yang dibina dalam pembinaan catin di KUA Kecamatan Losarang merupakan bagian dari dakwah, menjadikan pembinaan ini sebagai medan dakwah.

Perintah untuk mengajak orang ke jalan Allah secara tegas dijelaskan dalam salah satu ayat-Nya:

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

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”

Berdasarkan dengan hasil wawancara terhadap Penyuluh Agama KUA Kecamatan Losarang dan hasil observasi yang peneliti temukan di lapangan, bahwa dengan diadakannya pembinaan ini agar sebelum pelaksanaan akad nikah, dapat memahami dan mengelola konflik keluarga, mengelola perbedaan dan di jalankan sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kemampuan Kepala KUA dan Penyuluh sebagai subjek dalam pembinaan catin ini, yakni menggunakan strategi proaktif melalui komunikasi persuasif yang dilakukannya, dalam mengajarkan dan memberikan pengetahuan terhadap catin. Hasil penelitian menemukan bahwa KUA Kecamatan Losarang dalam pembinaan catin belum bisa dikatakan berhasil, hal ini terlihat dari hasil wawancara peneliti dengan Kepala KUA Kecamatan Losarang, bahwa masih adanya peserta catin yang tidak mengikuti pelaksanaan pembinaan dikarenakan masalah informasi dan waktu. Namun dalam strategi dakwahnya memiliki respon positif dari peserta dengan memberikan materi-materi yang berkaitan tentang rumah tangga sesuai ajaran Islam. Adapun metode dan media yang digunakan dalam penyampaian materi disesuaikan dengan perkembangan zaman.

IV. KESIMPULAN

Sebagaimana dari hasil penelitian dan pembahasan

terkait Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwa KUA Kecamatan Losarang Dalam Pelaksanaan Pembinaan Catin, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Arah kebijakan dalam pembinaan calon pengantin di KUA Kecamatan Losarang untuk mengurangi angka perselisihan dan kekerasan dalam rumah tangga.
2. Pelaksanaan pembinaan catin di KUA Kecamatan Losarang selama ini sudah berjalan terarah, dan efektif. Terlihat dari pelaksanaan yang sesuai dengan tujuan, berdaya guna, dan juga tepat sasaran, namun belum efisien dari segi waktu pelaksanaan, karena KUA masih belum dapat mengakomodir waktu luang peserta sehingga beberapa di antaranya tidak dapat mengikuti kegiatan tersebut.
3. Materi-materi yang disampaikan dalam pembinaan catin KUA Kecamatan Losarang termasuk kategori syariah mu'amalah yang berkaitan tentang kehidupan rumah tangga.
4. Kaitan antara materi pembinaan catin dengan dakwah yakni penyampaian ajaran Islam, bahwa isi materinya adalah materi-materi tentang ajaran Islam, dan adanya ajakan kepada jalan Allah agar rumah tangga menuju kepada sesuai yang disyariatkan oleh Allah SWT dan Rosul-Nya.
5. Strategi komunikasi dakwah KUA Kecamatan Losarang pada pembinaan catin, guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan menggunakan komunikasi proaktif persuasi. Adapun dalam metode dan media yang digunakan sesuai dengan perkembangan zaman.

ACKNOWLEDGE

Berisi ucapan terima kasih telah terlaksananya penelitian Anda

DAFTAR PUSTAKA

- Sumber dari Buku:
- [1] Herpratiwi. (2016). Teori Belajar dan Pembelajaran. Yogyakarta: Media Akademi.
 - [2] Ma'arif, B. S. (2015). Psikologi Komunikasi Dakwah. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
 - [3] Masruroh, L. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Konteks Dakwah Indonesia. Kelintang Baru: Scorpio Media Pustaka.
- Sumber dari Jurnal:
- [4] Yeni Agustina, “Fungsi BP4 Dalam Mengatasi Perceraian di KUA” dalam Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018
- Sumber dari Internet:
- [5] Refleksi Peran KUA Kecamatan dalam <http://saalim.unazzam.blogspot.com/p/refleksi-peran-kua-kecamatan.html>, diakses 19/11/2018, pukul 21:30.
 - [6] Seputar Indramayu dalam <https://www.youtube.com/watch?v=fziJN8ZxGRQ>, Profil Kabupaten Indramayu, diakses 21/01/2021.
- Wawancara:

- [7] Kanapi sebagai Ketua Bidang BP4 KUA Kecamatan Losarang
- [8] Ayat Al-Qomari sebagai Penyuluh KUA Kecamatan Losarang
- [9] Daun Asprianto, Peserta Pembinaan Calon Pengantin
- [10] Nurdianto Didit, Rodhiyah Khuza'i, Asep Ahmad Siddiq.(2021), *Strategi Dakwah Pemuda Persis Cabang Cimenyan dalam Meningkatkan Akidah Pemuda di Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol 1, 13-16

Dampak Pemahaman Kitab Al-Barzanjo Terhadap Perilaku Keagamaan Para Santri di Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung

¹Ega Adriyani, ²Komarudin Shaleh, ³Malki Ahmad Nasir

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

¹ gagaadriyan12@gmail.com ² komarudin_shaleh@yahoo.com ³ malki_tea@yahoo.com

Abstract— The *Al-BarzanjĒ's* book is one of the da'wah media in which it still be used by several Islamic boarding schools in Indonesia, this book contains about praisings, biographies, stories and behaviors of The Prophet Muhammad PBUH that must be emulated by the followers of The Prophet Muhammad PBUH. This study used a qualitative method. Data is obtained through observations, interviews and documentations by techniques of data analysis, namely reduction data, presentation, and conclusion. The purpose of this study was to find out the understanding of the students of Bandung Miftahul Khoir Islamic Boarding School on the contents of *Al-BarzanjĒ's* book, its religious behavior, and the impact of the understanding of the Miftahul Khoir Islamic Boarding School students on the contents of *Al-BarzanjĒ's*. The results of the study found that First, the students' understanding to the contents of the *Al-BarzanjĒ's* book is in a good category, this can be seen by the ability of the students to re-explain the contents of the *Al-BarzanjĒ's* book, Second, the religious behaviors of the Miftahul Khoir Islamic Boarding School students among in the aspect of aqidah, worship, and moral are included in the good category, the students always try to imitate the behavior of the Prophet Muhammad PBUH as an example in life. Third, the impact of understanding the *Al-BarzanjĒ's* book to the religious behavior of the students of Bandung Miftahul Khoir Islamic Boarding School has a positive impacts, not only by participating in this *Al-BarzanjĒ's* book's reciting activity, but also making the students understand the contents of the *Al-BarzanjĒ's* book, they also feel a change in a positive direction. both in the aspect of faith, worship, and moral, the students always try to maintain a relationship to Allah SWT by following all his orders and staying away of his prohibitions and also maintaining good relations to human beings with behaviors be exemplified by the Prophet Muhammad PBUH.

Keywords: *Al-BarzanjĒ's* book, impact, religious behavior, students.

ABSTRAK-*KitĒb Al-BarzanjĒ* adalah salah satu media dakwah yang masih dipakai oleh beberapa pesantren di Indonesia, kitab ini berisikan tentang pujian, biografi, kisah dan perilaku Rasulullah SAW yang harus di contoh oleh umatnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teknik analisis data yaitu Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemahaman para santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung terhadap isi *KitĒb Al-BarzanjĒ*, perilaku keagamaannya, serta hasil dampak pemahaman para santri

Pondok Pesantren Miftahul Khoir pada isi *KitĒb Al-BarzanjĒ* terhadap perilaku keagamaan mereka. Hasil penelitian menemukan bahwa *Pertama*, Pemahaman santri terhadap isi *KitĒb Al-BarzanjĒ* ini dalam kategori baik, hal ini dapat terlihat dari kemampuan santri menjelaskan kembali isi kandungan dari *KitĒb Al-BarzanjĒ*, *Kedua*, perilaku keagamaan para santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir baik dari aspek akidah, ibadah dan akhlak termasuk dalam kategori baik, para santri selalu berusaha untuk mencontoh tingkah laku Rasulullah SAW sebagai teladan dalam kehidupan. *Ketiga*, Dampak pemahaman *KitĒb Al-BarzanjĒ* terhadap perilaku keagamaan para santri di Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung berdampak positif, dengan mengikuti kegiatan pembacaan *KitĒb Al-BarzanjĒ* ini selain membuat para santri memahami isi dari *KitĒb Al-BarzanjĒ* juga mereka merasakan perubahan ke arah yang positif baik dalam aspek akidah, ibadah maupun akhlak, para santri selalu berusaha menjaga hubungan dengan Allah SWT dengan mengikuti segala perintahnya dan menjauhi larangannya (*hablum minallah*) dan juga menjaga hubungan baik dengan manusia (*hablum minannas*) dengan perilaku-perilaku yang di contohkan Rasulullah SAW.

Kata Kunci: *KitĒb Al-BarzanjĒ*, dampak, perilaku keagamaan, santri.

I. PENDAHULUAN

Dakwah adalah sebuah aktivitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam.¹ Pesantren adalah lembaga pendidikan Islam yang mempunyai peran penting dalam mengembangkan aktivitas dakwah. Pondok pesantren sendiri ialah lembaga yang mempunyai dua fungsi utama, yaitu fungsi kegiatan *tafaquh fĒ ad-dĒn* (pengajaran, pemahaman dan pendalaman ajaran Islam) dan fungsi *indzar* (menyampaikan dan mendakwahkan Islam kepada masyarakat).²

Untuk melaksanakan aktivitas dakwahnya maka pesantren harus menggunakan media-media untuk keberlangsungan dakwah. Pada perkembangan teknologi saat ini banyak sekali media elektronik yang digunakan namun, tidak semua media tradisional ditinggalkan. Di beberapa pesantren tradisional maupun komprehensif media dakwah seperti *KitĒb Al-BarzanjĒ* masih digunakan dalam penyampaian pembelajarannya sampai saat ini.

KitĒb Al-BarzanjĒ ini adalah kitab karangan Syekh

¹ Wahyu Ilaihi, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, Hlm. 21.

² Didin Hafidhuddin, 2000, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press, Hlm. 120-121

Ja'far Bin Husain Bin Abdul Kar'Em Al-Barzanjî, kitab ini berisikan pujian dan doa (shalawat) berbentuk syair-syair yang mengisahkan Nabi Muhammad SAW.³ Media ini digunakan pesantren agar santri bisa menambah kecintaan serta bershalawat kepada Rasulullah SAW.

Salah satu pesantren yang menggunakan *Kit'Eb Al-Barzanjî* sebagai media dakwah adalah Pondok pesantren Miftahul Khoir Bandung. Pembacaan *Kit'Eb Al-Barzanjî* di Pondok Pesantren Miftahul Khoir dilakukan dalam seminggu sekali pada malam Jum'at

Kit'Eb Al-Barzanjî ini menurut hemat penulis mengandung nilai-nilai yang harus dipahami oleh pembacanya sehingga tujuan dikarangnya kitab tersebut bisa tercapai yaitu untuk memuliakan serta mengenang Rasulullah SAW. Dari hasil observasi sementara penulis menemukan para santri nampaknya memahami tujuan dan isi dari pembacaan *Kit'Eb* tersebut karena mereka membacakan dengan penuh antusias dan semangat, bahkan ada diantara mereka sering menuliskan perasaan mereka melalui media sosial bahwa mereka merindukan Rasulullah SAW, berharap keberkahan dan syafaat di akhirat kelak, maka dari itu sudah seharusnya santri meneladani sifat dan perilaku Rasulullah SAW, baik yang berkaitan dengan akidah, ibadah maupun akhlak dalam kehidupan sehari-hari serta menjalankan sunnah-sunnah yang diperintakkannya.

Namun pada kenyataannya tidak semua santri mengaplikasikan nilai-nilai tersebut menjadi sebuah perilaku mereka, ada diantara mereka yang masih sering telat berjamaah bahkan tidak melaksanakan jamaah, memakai barang yang bukan miliknya tanpa izin, kurangnya sopan santun terhadap orang yang lebih tua, serta kurangnya kepedulian pada yang lain.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pemahaman para santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung terhadap isi *Kit'Eb Al-Barzanjî*.
2. Untuk mengetahui perilaku keagamaan para santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung.
3. Untuk mengetahui hasil dampak pemahaman para santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir pada isi *Kit'Eb Al-Barzanjî* terhadap perilaku keagamaan mereka.

II. METODOLOGI

A. *Kit'Eb Al-Barzanjî*

Nama *Al-Barzanjî* adalah nama yang disematkan kepada penulisnya yang berasal dari daerah Birzinj (Kurdistan).

Kit'Eb Al-Barzanjî merupakan sebetuk doa-doa,

Pujian-pujian dan penceritaan riwayat Nabi Muhammad SAW yang biasa dilantunkan dengan irama atau nada.⁴ Kitab ini sebenarnya berjudul *'iqd al-jauhar fi maulid an-nabiy al-Azhar*, namun lebih dikenal dengan *maulid Al-Barzanjî* sesuai nama penyusunnya, Syaikh Ja'far bin Hasan bin Abdul kar'Em bin Muhammad Al-Barzanjî.⁵

B. Sejarah *Kit'Eb Al-Barzanjî*

Sejarah *Kit'Eb Al-Barzanjî* tidak dapat dipisahkan dengan momentum besar yaitu peringatan kelahiran (*Maulid*) Nabi Muhammad SAW yang pada awalnya diperingati untuk membangkitkan semangat umat islam. Sebab waktu itu umat islam sedang berjuang keras mempertahankan diri dari serangan tentara salib Eropa yang pada tahun 1099 M tentara tersebut telah berhasil merebut Yerusalem dan menyulap Masjidil Aqsa menjadi gereja.⁶

Sultan Salahuddin Yusuf al-Ayyubi yang memerintah pada tahun 1174-1193 M atau 570-590 H pada Dinasti Bani Ayyub. Menurutnya semangat juang umat islam harus dibangkitkan kembali dengan cara menyelenggarakan peringatan kelahiran Nabi Muhammad SAW supaya tumbuh kecintaan umat islam terhadap Rasulullah SAW.⁷

Salah satu kegiatan yang diprakarsai oleh Sultan Salahuddin pada peringatan Maulid Nabi yang pertama kali pada tahun 1184 M (580 H) adalah menyelenggarakan sayembara penulisan riwayat Nabi beserta pujian-pujian bagi Nabi Muhammad SAW dengan bahasa yang seindah mungkin. Ternyata peringatan Maulid Nabi SAW yang diselenggarakan oleh Sultan Salahudin membuahkan hasil yang positif. Semangat umat islam menghadapi perang salib bergelora kembali.⁸ Sehingga pada tahun 1187 M (583 H) Yerusalem di rebut oleh Sultan Salahuddin dari tangan bangsa Eropa dan Masjidil Aqsa menjadi masjid kembali.⁹

C. Nilai-Nilai dalam *Kit'Eb Al-Barzanjî*

Seperti yang diketahui bahwa dalam *Kit'Eb Al-Barzanjî* mengandung aspek penting yaitu akidah, ibadah dan akhlak yang merupakan nilai nilai yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, berikut penjelasannya:

D. Akidah

Nilai akidah dalam *Kit'Eb Al-Barzanjî* adalah sebagai berikut:

1. Beriman dan bertakwa

Kata iman berasal dari bahasa arab, iman bentuk masdamnya dari kata kerja *Émana*, *yu'minu*, *Émanan*, yang berarti percaya, setia, aman, melindungi dan menempatkan sesuatu pada

³ Abdul Aziz Dahlan, dkk, 2001, *Ensiklopedi Hukum Islam, Juz I*, Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, hlm. 199

⁴ M. Syukron Maksum, 2021, *Maulid Al-Barzanji*, Yogyakarta: Media Pressindo, hlm.9

⁵ *Ibid*

⁶ *Ibid* Hlm. 9-10

⁷ *ibid*

⁸ *Ibid*

⁹ *Ibid* hlm. 12

tempatny.¹⁰

2. Ibadah

Adapun makna ibadah secara istilah jika di tinjau dari bahasa berarti: taat, tunduk, menurut, mengikuti, dan do'a¹¹. Nilai ibadah dalam *Kitáb Al-BarzanjÉ* yaitu selalu bersyukur atas apa yang Allah SWT berikan.

3. Akhlak

Adapun nilai Akhlak yang terkandung dalam kitab *Kitáb Al-BarzanjÉ* yaitu: qana'ah, rendah hati (tawadhu), pemalu, jujur, pemaaf, ramah, adil, marah karena Allah, mulai memberi salam, berbicara seperlunya, menghormati orang yang lebih utama.

E. Prilaku Keagamaan

Sebelum membahas tentang perilaku keagamaan peneliti akan membahas tentang perilaku dan keagamaan sebagai berikut:

1. Perilaku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan. Perilaku ialah seperangkat perbuatan ataupun tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu yang kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini¹².

2. Keagamaan

keagamaan berasal dari kata agama yang mendapat imbuhan kedaan akhiran- an sehingga mempunyai makna sesuatu yang berhubungan dengan agama. Agama terdiri dari huruf (*a*) yang berarti tidak serta (*gam*) yang berarti pergi dari pengertian tersebut dipahami jika agama memiliki arti tidak pergi, tetap di tempat ataupun diwarisi turun- menurun.¹³

F. Dimensi-dimensi Keagamaan

Menurut Glock & Stark, ada lima macam dimensi keagamaan yaitu sebagai berikut:¹⁴

1. Dimensi Keyakinan

Dimensi ini berisikan pengharapan-pengharapan dimana orang *religius* berpegang teguh pada pandangan *teologis* tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat.

2. Dimensi Praktik agama

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk

menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik agama ini terdiri dari dua kelas penting, yaitu : Pertama, Ritual, yaitu mengacu kepada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktek-praktek suci yang semua megharapkan para pemeluk melaksanakan. Kedua, ketaatan. Ketaatan dan ritual adalah dua aspek yang tidak bisa dipisahkan meski ada perbedaan penting .

3. Dimensi pengalaman

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan.

4. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus kitab suci dan tradisi-tradisi.

5. Dimensi pengamalan atau konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

G. Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan islam tertua dan berakar cukup kuat di tengah-tengah masyarakat.¹⁵ M. Arifin mendefinisikan yang lebih konsptual bahwa pesantren sebagai sebuah pendidikan agama Islam yang tumbuh serta diakui oleh masyarakat yang dicirikan dalam beberapa hal, yaitu: *Pertama*, sistem asrama, *Kedua*, pendidikan agama diajarkan melalui model pengajian atau madrasah, *ketiga* mekanisme serta proses pembelajaran sepenuhnya berada dibawah kedaulatan beberapa kiyai serta mandiri dalam banyak hal.¹⁶

2. Unsur-unsur Pesantren

Untuk membedakan lembaga pendidikan pesantren dengan lembaga lainnya, maka ada beberapa ciri yang melekat pada pesantren yaitu: a. Pondok, b. Masjid, c. Kiyai, d.Santri, e. Pengajaran kitab kasik atau kitab kuning.¹⁷

¹⁰ Sukring, 2013, *Pendidikan Agama Islam*, Kendari: Kaukaba Pressindo, Hlm. 95

¹¹ Ahmad Thib Raya, 2003, *Menyelami Seluk-Beluk Ibadah dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media, hlm.137.

¹² Bimo Walgito, 2010, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Ofset, hlm. 11.

¹³ Jalaluddin, 2004, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), Hlm. 94.

¹⁴ *Ibid* Hlm.77

¹⁵ Abu Yasid, 2018, *paradigma Baru Pesantren*, Yogyakarta:IRCiSoD, Hlm 13

¹⁶ Agus Sunaryo, Op.Cit, hlm. 14

¹⁷ Agus Sunaryo, *Identitas Pesantren Vis A Vis Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Lontar Mediatama, hlm 11-12

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Pemahaman para santri pondok pesantren Miftahul Khoir terhadap isi *KitÉb Al-BarzanjÉ*

Pemahaman menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia merupakan sesuatu hal yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar.¹⁸ Pemahaman isi *KitÉb Al-BarzanjÉ* berarti memahami makna makna yang terkandung didalam kitab tersebut. Pembahasan tentang pemahaman para santri terhadap isi *KitÉb Al-BarzanjÉ* ini akan dilihat dari sudut pandang apakah para santri memahami isi *KitÉb Al-BarzanjÉ* ataupun tidak.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung, semua menyatakan bahwa mereka memahami isi kandungan dari *KitÉb Al-BarzanjÉ*. Seluruh santri pun menjawab serta setuju bahwa isi kandungan *KitÉb Al-BarzanjÉ* tersebut secara garis besar diantaranya adalah menceritakan riwayat nabi dari mulai lahir, kanak-kanak hingga diangkat sebagai Rasul atau sejarah kehidupan nabi Muhammad SAW, silsilah keluarga Nabi Muhammad SAW serta keagungan perilaku nabi yang patut di contoh oleh umatnya, selain itu para santri juga mengatakan bahwa di dalam *KitÉb Al-BarzanjÉ* tersebut terdapat shalawat ataupun pujian-pujian kepada Rasulullah karena Allah SWT memerintahkan seluruh makhluk di bumi ini untuk bershalawat kepada kekasih-Nya yakni baginda Rasulullah SAW.

B. Perilaku Keagamaan Para Santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung

Dalam menentukan hasil dari penelitian perilaku keagamaan santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir, peneliti menggunakan teori teori Glock & Stark tentang lima dimensi keagamaan, namun disini peeliti hanya menggunakan tiga dimensi dari lima dimensi keagamaan yakni sebagai berikut:

1. Dimensi Keyakinan
Dimensi keyakinan atau ideologis yaitu dimensi yang mengukur tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat dogmatis dalam agamanya.¹⁹
2. Berdasarkan hasil wawancara dan obsevasi terhadap informan, menjelaskan bahwa mereka mempercayai rukun iman yang enam, selain hanya mempercayai mereka juga memahami hal-hal yang terkandung didalam rukun iman tersebut seperti memahami tugas malaikat, memahami fungsi al-quran, memahami tugas nabi dan rasul dan lain

sebagainya yang terdapat dalam rukun iman.

3. Dimensi Praktik Agama
Dimensi Praktik agama yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Dimensi praktik agama ini merupakan perilaku keberagamaan yang berupa peribadatan yang berbentuk upacara keagamaan.²⁰
4. Dari hasil observasi dan wawancara dari beberapa informan, peneliti menemukan bahwa hampir seluruhnya mengatakan selalu mengerjakan ibadah sunah nabi dalam bentuk perbuatan, seperti melaksanakan sholat sunah duha, tahajud, rowatib dan juga melaksanakan puasa senin dan kamis dll, Selain ibadah dalam bentuk perbuatan terdapat juga ibadah yang berbentuk ucapan yaitu bersyukur. Dari hasil wawancara terhadap beberapa informan, hampir seluruh santri selalu bersyukur atas apa yang diberikan Allah SWT.
5. Dimensi Pengalaman
Dalam rumusan Glock dan Stark, dimensi pengalaman ini menunjuk kepada seberapa jauh seseorang dalam berperilaku dimotivasi oleh ajaran agama-agamanya. Perilaku yang dimaksudkan yakni bagaimana seseorang berhubungan dengan dunianya, terutama dengan sesama manusia, karena ajaran islam memiliki sasaran pembentukan keshalehan seseorang dan masyarakat.²¹

Hasil wawancara dan observasi mengenai akhlak para santri di Pondok Pesantren Miftahul Khoir, dari sebelas nilai akhlak yang ada dalam *KitÉb Al-BarzanjÉ* ternyata mereka merealisasikan delapan dari sebelas nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari diantaranya adalah: qona'ah, rendah hati, pemalu, pemaaf, ramah, marah karena Allah, berbicara seperlunya dan menghormati orang yang lebih tua. Untuk nilai akhlak selebihnya yaitu jujur, adil dan memberi salam ternyata para santri belum sepenuhnya merealisasikan dalam kehidupan sehari-harinya.

C. Dampak pemahaman *KitÉb Al-BarzanjÉ* terhadap perilaku keagamaan para santri di Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung

Dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif ataupun negatif.²²

Dari hasil penelitian yang ditemukan dapat ditarik kesimpulan bahwa pemahaman santri terhadap isi *KitÉb Al-BarzanjÉ* ini berdampak positif terhadap perilaku

¹⁸ Departemen Pendidikan Nasional, 2008, Kamus Bahasa Indonesia, Jakarta: mydyredzone, hlm. 843

¹⁹ Wahyudin dkk, "dimensi religiusitas dan pengaruhnya terhadap *organizational citizenship behaviour*"-PDF-Hlm 6. Dalam <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/177/182> diunduh 10/06/2021_ pukul 01:13

²⁰ Wahyudin dkk, "dimensi religiusitas dan pengaruhnya terhadap *organizational citizenship behaviour*". Op.Cit

²¹ Husni Rahim, 2001, *Arah Baru Pendidikan Islam di Indonesia*, Jakarta: Logos, Hlm. 39

²² Suharso dan Ana Retnoningsih, 2006, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang: Widya Karya, Hlm. 243.

keagamaannya, hal ini dapat terlihat dari hasil observasi dan wawancara peneliti seluruh santri merasakan perubahan kearah yang positif baik dalam dimensi keyakinan, dimensi praktik agama juga dimensi pengalaman. Misalnya dalam dimensi pengalaman atau akhlak, setelah mengikuti kegiatan pembacaan *Kitáb Al-Barzanjé* dan memahaminya ternyata membuahkan dampak positif dalam perilakunya sehari-hari, dengan kisah-kisah kehidupan Nabi dalam proses berdakwah yang penuh rintangan menjadi motivasi untuk para santri menjalin hubungan baik dengan manusia dan juga Allah SWT.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai Dampak Pemahaman *Kitáb Al-Barzanjé* terhadap Perilaku Keagamaan para Santri Di Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung. Baik melalui observasi, wawancara ataupun dokumentasi dan dilanjutkan dengan proses analisis sedemikian rupa maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, pemahaman santri terhadap isi *Kitáb Al-Barzanjé* ini dalam kategori baik, hal ini dapat terlihat dari kemampuan santri menjelaskan kembali isi kandungan dari *Kitáb Al-Barzanjé* ketika peneliti wawancarai, isi kandungan tersebut meliputi: biografi Rasulullah, kisah-kisah kehidupan Rasulullah SAW dari mulai lahir sampai menjadi Rasul, pujian-pujian (shalawat) terhadap Rasulullah SAW, perilaku Rasulullah SAW serta silsilah baginda Nabi Muhammad SAW. Selain itu, dari hasil temuan di lapangan pun para santri terlihat sangat semangat, antusias serta meresapi bacaan-bacaannya.

Kedua, perilaku keagamaan para santri Pondok Pesantren Miftahul Khoir baik dari aspek akidah (dimensi keyakinan), ibadah (dimensi praktik agama) dan akhlak (dimensi pengalaman) termasuk dalam kategori baik, perilaku disini ditinjau dari nilai-nilai yang terkandung dalam *Kitáb Al-Barzanjé*. Dari aspek akidah para santri mengakui percaya akan rukun iman yang enam sebagai bentuk iman dan takwa kepada Allah SWT. Dari aspek ibadah, para santri selalu melaksanakan ibadah-ibadah sunnah yang di anjurkan Rasulullah SAW baik ibadah dalam bentuk perbuatan ataupun ucapan walaupun masih ada beberapa santri yang belum bisa sepenuhnya merealisasikan ibadah berupa ucapan seperti bersyukur dalam kehidupannya. Adapun dari segi akhlak para santri selalu berusaha mencontoh perilaku-perilaku Rasulullah SAW walaupun belum bisa sepenuhnya mencontoh tetapi selalu berusaha untuk mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Ketiga, dampak pemahaman *Kitáb Al-Barzanjé* terhadap perilaku keagamaan para santri di Pondok Pesantren Miftahul Khoir Bandung. Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi terhadap perilaku keseharian para santri yang mengikuti kegiatan pembacaan *Kitáb Al-Barzanjé* maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman *Kitáb Al-Barzanjé* ini berdampak positif terhadap perilaku keagamaan para santri dalam kehidupan

sehari-harinya. Dengan mengikuti kegiatan pembacaan *Kitáb Al-Barzanjé* ini selain membuat para santri lebih memahami isi dari *Kitáb Al-Barzanjé* juga mereka merasakan perubahan ke arah yang positif baik dalam aspek akidah, ibadah maupun akhlak, para santri selalu menjaga hubungan dengan Allah SWT dengan mengikuti segala perintahnya dan menjauhi larangannya (*hablum minallah*) dan juga menjaga hubungan baik dengan manusia (*hablum minannas*) dengan perilaku-perilaku yang di contohkan Rasulullah SAW.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abu Yasid, 2018, paradigma Baru Pesantren, Yogyakarta:IRCiSoD, Hlm 13
- [2] Agus Sunaryo, Identitas Pesantren Vis A Vis Perubahan Sosial, Yogyakarta: Lontar Mediatama, hlm 11-12
- [3] Ahmad Thib Raya, 2003, Menyelami Seluk-Beluk Ibadah dalam Islam, Jakarta: Prenada Media, hlm.137.
- [4] Abdul Aziz Dahlan, dkk, 2001, Ensiklopedi Hukum Islam, Juz I, Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, hlm. 199
- [5] Bimo Walgito, 2010, Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta: Andi Offset, hlm. 11.
- [6] Departemen Pendidikan Nasional, 2008, Kamus Bahasa Indonesia, Jakarta: mydyredzone, hlm. 843
- [7] Didin Hafidhuddin, 2000, Dakwah Aktual, Jakarta: Gema Insani Press, Hlm. 120-121
- [8] Jalaluddin, 2004, Psikologi Agama, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hlm. 94. Karya, Hlm. 243.
- [9] M. Syukron Maksum, 2021, Maulid Al-Barzanji, Yogyakarta: Media Pressindo, hlm.9
- [10] Suharto dan Ana Retnoningsih, 2006, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Semarang: Widya Husni Rahim, 2001, Arah Baru Pendidikan Islam di Indonesia, Jakarta: Logos, Hlm. 39
- [11] Sukring, 2013, Pendidikan Agama Islam, (Kendari: Kaukaba Pressindo), Hlm. 95
- [12] Wahyu Ilaihi, 2006, Manajemen Dakwah, Jakarta: Kencana, Hlm. 21.
- [13] Wahyudin dkk, "dimensi religiusitas dan pengaruhnya terhadap organizational citizenship behaviour"-PDF-Hlm 6. Dalam <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/177/182> diunduh 10/06/2021, pukul 01:13
- [14] Aisah Siti, Komarudin Shaleh, N. Sausan Muhammad Sholeh. (2021). *Aktivitas Dakwah Islam melalui Kegiatan Ligo dan Dampak terhadap Perilaku Keagamaan Masyarakat di Kp. Nyalindung Kelurahan Ciumbuleuit Kota Bandung*. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam, 1, 36-41.

Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV Pada Program Awas Ada Setan

Hasan Abdul Rohman, Bambang S Maarif, N Sausan M Shaleh

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

ahanhartube@gmail.com

Abstract—This research is about how the da'wah communication strategy in television programs. This research is focused on the Inspira TV Da'wah Strategy on the Awas Ada Setan Program. The purposes of this study are: first to find out how the general condition of Inspira TV is, second to find out how the concept of Inspira TV da'wah is on the Awas Ada Setan program, third to find out how the communication strategy of Inspira TV da'wah is on the Awas Ada Setan program, and fourth to find out the audience's response to Awas Ada Setan program. The type of research used is qualitative research. The data were found through the results of observations, interviews, and documentation. The theory that the author uses is the theory of Agenda Setting and Media Message Effects to find out the Inspira TV strategy da'wah on the Awas Ada Setan program. The results of the research, Inspira TV is a digital television station that exists to meet the needs of information and entertainment. Inspira TV has an important role in Da'wah activities. Seen in one program that contains da'wah, namely "Awas Ada Setan". The concept of Da'wah for the Awas Ada Setan program uses the concept of a religious comedy sketch, while the Communication Strategy for Da'wah Inspira TV in the Awas Ada Setan program is Using a Sentimental Strategy (*al-manhaj al-athifi*), namely da'wah that focuses on aspects of the heart and moves the audience's feelings by providing education about religion. lightly, through impressions that are close to daily activities. Likewise, the audience response to the Awas Ada Setan program received a positive response in accordance with the effects of media messages.

Keywords—Strategy, Communication, Da'wah, Inspira TV.

Abstrak—Penelitian ini tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah pada program televisi. Penelitian ini difokuskan kepada Strategi Dakwah Inspira TV Pada Program Awas Ada Setan. Tujuan penelitian ini adalah: pertama untuk mengetahui bagaimana kondisi umum Inspira TV, kedua untuk mengetahui bagaimana konsep dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan, ketiga untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan, dan keempat untuk mengetahui respon penonton terhadap program Awas Ada Setan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data ditemukan melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang penulis gunakan adalah teori *Agenda Setting* dan *Efek Pesan Media* Untuk mengetahui strategi Inspira TV pada program Awas Ada Setan. Hasil penelitian, Inspira TV adalah stasiun televisi digital yang hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Inspira TV mempunyai peran penting dalam kegiatan Dakwah. Terlihat dalam salah satu program yang bermuatan dakwah yaitu "Awas Ada Setan". Konsep Dakwah program Awas Ada Setan menggunakan konsep sketsa komedi religi, Sedangkan Strategi

Komunikasi Dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan adalah Menggunakan Strategi Sentimental (*al-manhaj al-athifi*) yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan penonton dengan memberikan edukasi tentang keagamaan secara ringan, melalui tayangan yang dekat dengan kegiatan sehari-hari. Begitupun respon penonton program Awas Ada Setan mendapatkan respon positif sesuai dengan efek pesan media.

Kata Kunci—Strategi, Komunikasi, Dakwah, Inspira TV.

I. PENDAHULUAN

Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, terlebih lagi di era global saat ini, dimana berbagai arus informasi masuk begitu cepat dan instan tidak terbanding, kegiatan dakwah sangat dibutuhkan oleh Umat Islam. Seiring dengan perkembangan zaman dakwah harus mampu mentransformasikan semua yang terkandung dalam unsur-unsur dakwah ke dalam bentuk model yang sesuai dengan kejadian yang dialami suatu zaman.

Komunikasi akan berhasil dengan baik, jika suatu strategi digunakan dalam melakukan kegiatan komunikasi. Keberhasilan sebuah strategi dapat dilakukan jika setiap komunikator memperhatikan hal-hal yang terkait dengan strategi, yaitu dengan melihat kondisi, situasi lingkungan, pesan, efek, dan komunikannya. Hal ini dinilai sangat penting karena kegiatan dakwah akan lebih mudah dengan adanya media.

Pada saat ini media massa bisa digunakan sebagai media dakwah yang lebih tepat karena media massa lebih efektif dan cepat untuk memperluas pesan-pesan dakwah pada masyarakat. Salah satu media massa untuk berdakwah yaitu dengan media televisi karena Media televisi dinilai memiliki kelebihan lebih banyak dari pada media yang lainnya, Hal ini dikarenakan televisi menyampaikan pesan melalui visual dan audio secara bersamaan, sehingga informasi yang didapat oleh penonton lebih mudah diterima. Salah Satu stasiun televisi yang menjadikan televisi sebagai media dakwah yaitu Inspira TV.

Berkaitan dengan televisi sebagai media dakwah, ternyata Inspira TV mempunyai peran penting dalam kegiatan Dakwah Islam. Hal ini terlihat dalam program acara yang hampir semuanya bermuatan dakwah, seperti Program *The Sunnah*, *Qur'an Explore*, *Jejak Iman* dan lainnya. Tetapi ada salah satu program religi komedi yang format komunikasinya efektif untuk penyampaian nilai dakwah yaitu program acara "Awas Ada Setan" yang isinya tentang

Sketsa religi komedi yang bersifat serial karakter peran utama Setan yang akan mengganggu manusia.

Program acara Awas Ada Setan ini menjadi program yang sangat menarik perhatian penonton, karena program ini berbeda dengan program acara religi lainnya. Program Awas Ada Setan ini adalah program edukasi yang dikemas dengan komedi yang bertujuan untuk mengingatkan semua manusia bahwa Setan akan selalu ada dimana saja untuk mengganggu kita dari segala umur, segala kondisi dan segala situasi. Sejak program acara ini dibuat 2016 hingga sekarang, program acara ini banyak peminatnya. Terbukti dengan banyaknya penonton dan pengikut yang bisa dilihat tidak hanya dalam siaran Inspira TV, tapi juga bisa diakses di *youtube* yang memiliki 1,86 ribu *subscriber* dan *instagram* dengan *follower* 15,9 ribu *followers*. Dengan Program tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi komunikasi dakwah yang digunakan, maka dari itu dalam penelitian ini penulis akan mengangkat judul “**Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV Pada Program Awas Ada Setan**”.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Kondisi umum Inspira TV.
2. Mengetahui bagaimana Konsep Dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan
3. Mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan
4. Mengetahui Respon Penonton Terhadap Program Awas Ada Setan.

II. METODOLOGI

A. Pengertian Strategi komunikasi

Menurut Middleton, “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. (Hafied cangara. Perencanaan dan strategi komunikasi, 2010, hlm 61) . Sedangkan menurut Onong uchjana menyatakan bahwa, “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication Planning*) dan manajemen (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. (Ononguchjana, effendi,. Dimensi-dimensi komunikasi,1981, hlm 110)

B. Tujuan Strategi Komunikasi

1. Memberitahu (*announcing*) Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goal of your communications strategy is to announce the availability of information on quality*)
2. Memotivasi (*motivation*) Mengusahakan agar informasi yang disebarkan kepada masyarakat atau

audien ini harus dapat memberikan motivasi untuk mengerjakan suatu aktivitas.

3. Mendidik (*educating*) Setiap informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat atau audien ini harus disampaikan dalam kemasan yang *educating* atau yang bersifat mendidik.
4. Menyebarkan Informasi (*informing*) *Informing* adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audien yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual, serta mengandung unsur Pendidikan.
5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*supporting decision making*) Tujuan strategi komunikasi yang terakhir adalah strategi yang mendukung untuk pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis, sedemikianrupa sehingga dapat menjadikan informasi bagi pembuat keputusan. (Alo Liliweri, Komunikasi Massa; *Serba Ada Serba Makna*, 2011, hlm. 248)

C. Pengertian Dakwah

Dakwah, ditinjau dari segi bahasa Da’wah berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *marshdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*) hamka menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan amar ma’ruf nshhi munkar. (Saputra Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. 2011, hlm. 1-2)

D. Tujuan Dakwah

Dakwah bertujuan menciptakan suatu tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan, baik jasmani maupun rohani, dalam pancaran sinar agama Allah dengan mengharap ridhaNya. Suatu tujuan dakwah sebagaimananya dicermati dengan baik agar dapat membuahkan keluaran yang terukur. (Bambang S. Maarif, Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi, 2010, hlm.26)

E. Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da’i (pelaku dakwah), mad’u (mitra dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah). (Hafi Anshari, Pemahaman dan Pengamalan Dakwah, 1993, hlm.130).

Ada beberapa macam strategi dakwah yang perlu diketahui oleh da’i dalam melakukan kegiatan dakwah agar

sesuai tepat sasaran Strategi dakwah dapat dibedakan menjadi tiga bentuk, yakni:

6. Strategi Sentimental (*Al-Manhaj Al-Athifi*) Strategi Sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan mengerakkan perasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini.
7. Strategi Rasional (*Al-Manhaj Al-Aqli*) Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.
8. Strategi Indrawi (*Al-Manhaj Al-Hissy*) Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. (Samsul Munir, Ilmu Dakwah, 2009. hlm. 3351-353)

F. Teori Agenda Setting

Dampak dari media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu, untuk membentuk pemikiran dari seseorang. Agenda setting berupaya menunjukkan isu-isu dan *image* yang penting dan menonjol ke dalam pikiran masyarakat. (Morissan, et al, Teori Komunikasi Massa, 2010, hlm. 90)

G. Efek Pesan Media

Salah satu hal yang tidak terlepas dari komunikasi massa adalah komunikasi massa memiliki efek, efek muncul dapat diketahui melalui tanggapan khalayak yang digunakan sebagai umpan balik dari komunikan (*audience*). Nurudin mengutip dari Steven M Chafle, efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal dengan sebagai perubahan kognitif, efektif, dan behavioral. (Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa "efek-efek komunikasi massa, 2007, hlm .205)

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Pertama Kondisi Umum Inspira TV

Inspira TV merupakan stasiun televisi digital swasta yang hadir sejak 15 Juni 2016 melalui kesepakatan masa uji coba siaran televisi digital. pemiliknya yaitu global garda media dilanjutkan oleh Inspira Media April 2021 yang bertempat di Jl. Parakan Saat I No.40 RT001/01, Cipamokolan, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40292. Stasiun TV digital ini memiliki visi menjadi

lembaga penyiaran swasta penyelenggara konten siaran digital professional terdepan di Jawa Barat yang dapat menjadi rujukan informasi dan Inspirasi positif dan mampu berdaya saing global di ajang pertelevisian Asia Pasifik 2020. Adapun misi dari Inspira TV yaitu: Menyelenggarakan aktivitas penyiaran yang edukatif dan konstruktif secara regular dengan tingkat kepemirsaaan yang tinggi. Menyajikan program-program acara kreatif yang menginspirasi masyarakat lokal, nasional hingga internasional. Menjadi televisi terdepan yang mampu mengangkat kearifan lokal Jawa Barat sebagai khazanah budaya dunia (Inspira TV).

B. Kedua Konsep Dakwah Inspira Tv Pada Program Awes Ada Setan

Program Awes Ada Setan dibuat dengan konsep sketsa komedi realigi, dengan tujuan dapat mengkomunikasikan Islam secara ringan agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat, hal ini dikemukakan oleh bapak Zulfikar Selaku Kepala Bidang Produksi Inspira TV. Penggunaan kata Awes Ada Setan dalam program ini berarti bahwa manusia harus selalu waspada terhadap godaan Setan yang selalu mengganggu, karena Setan adalah musuh bebuyutan manusia yang akan selalu mengganggu dari segala arah. Hal ini bisa dilihat dari al-Qur'an Surat Al-Araf:17

ثُمَّ لَآتِيَنَّهُمْ مِنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ وَمِنْ خَلْفِهِمْ وَعَنْ أَيْمَانِهِمْ وَعَنْ شَمَائِلِهِمْ وَلَا تَجِدُ أَكْثَرَهُمْ شَاكِرِينَ

Artinya: "Kemudian pasti aku akan mendatangi mereka dari depan, belakang, dari kanan dan dari kiri mereka. Dan engkau tidak akan mendapati mereka bersyukur".

Ayat di atas menjelaskan bahwa Setan akan memukul dan meyerang dari segala arah, sehingga manusia menjadi tak berdaya dan kufur kepada Allah SWT.

Contoh konsep yang di terapkan dalam program Awes Ada Setan pada episode Menunda Sholat. Terkadang orang menunda sholat merupakan hal biasa padahal tanpa disadari Setan telah berhasil mengganggu kita saat itu, Setan membuat kita un- tuk terus sibuk mengerjakan pekerjaan kita yang akhirnya membuat kita lupa untuk mengerjakan sholat.

Mengenai konsep dakwah Inspira TV pada program Awes Ada Setan juga tentu mempunyai tujuan untuk mempengaruhi perubahan penonton atau mad'u setelah menonton program ini untuk menjadi lebih baik juga senantiasa waspada godaan setan. Hal ini sesuai dengan tori agenda setting ini Dampak dari media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu, untuk membentuk pemikiran dari seseorang. Agenda *setting* berupaya menunjukkan isu-isu dan *image* yang penting dan menonjol ke dalam pikiran masyarakat. (morissan et al, Teori Komunikasi Massa, 2010, hlm. 90).

Materi dakwah yang di ambil dalam program Awes Ada Setan yaitu meliputi tiga aspek secara global yaitu Aqidah,

Akhlak, dan Syariah. Namun yang lebih sering di tonjolkan yaitu materi tentang akhlak hal ini dikemukakan oleh ibu Nur Safitri Selaku Tim kreatif. Contoh episode dengan materi Akhlak yakni episode “Pengendara Rusuh Bikin Setana Emosi Aja” didalam episode ini dibuat sketsa Setan marah dan menghasut manusia yang sedang sabar menghadapi cobaan dengan adanya pengendara yang rusuh, Setan menyuruh manusia untuk tidak diam saja dan tidak perlu sabar, maka dari itu kita harus senantiasa waspada dimana pun berada agar tidak tergoda Setan.

Setelah menentukan materi seorang da'i diharuskan menentukan metode dakwah apa yang akan diterapkan untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. (Munzir Sufarta, Metode Dakwah, 2006. Hlm. 58.i)

Berdasarkan hasil wawancara Bersama kepala bidang produksi bapak Zulfikar memaparkan bahwa metode dakwah yang di ambil dalam program Awas Ada Setan yaitu Metode *Mau'idzah Al-hasanah* karena konsep dakwahnya bermuatan Pendidikan, mengingatkan dana berisi peringatan agar manusia senantiasa waspada terhadap godaan setan, jadi semua pesan agama dapat tersampaikan tidak terlalu menggurui namun lebih mengingatkan.

C. Ketiga Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV pada Program Awas Ada Setan

Strategi komunikasi dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan menurut Bapak Zulfikar Sebagai kepala bidang produksi memaparkan strateginya yaitu memberikan edukasi tentang keagamaan pada masyarakat dan memberikan pemahaman agama secara ringan.

Ada beberapa macam strategi dakwah yang perlu diketahui oleh da'I dalam melakukan kegiatan dakwah agar sesuai tepat sasaran. dalam hasil penelitian strategi yang digunakan Inspira TV pada program Awas Ada setan sangat selaras dengan Strategi Sentimental (*Al-Manhaj Al-Athifi*) yaitu strategi dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini.

D. Keempat Respon Penonton Terhadap Program Awas Ada Setan

Respon penonton terhadap program Awas Ada Setan adalah sebuah hasil yang ditimbulkan dari proses komunikasi seperti dalam kegiatan dakwah. Berbicara mengenai respon penonton maka itu akan menimbulkan sebuah efek dari proses komunikasi itu sendiri.

Maka dari itu perlu diperhatikan bahwa seorang da'I dalam menjalankan kegiatan dakwah tentu harus mampu mengetahui efek apa yang ditimbulkan, karena dengan mengetahui efek dalam proses komunikasi dapat menjadi rujukan bagi komunikator akan sukses tidaknya pesan yang disampaikan.

Efek komunikasi media massa secara isi pesan dapat diklasifikasikan sebagai Efek Kognitif (*Cognitive Effect*), Efek Afektif (*Affective Effect*) Efek Konatif atau sering disebut Efek Behavioral (*Behavioral Effect*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam sampel penonton program Awas Ada Setan diantaranya tiga laki-laki dan tiga perempuan, bahwa program Awas Ada Setan mendapat respon yang positif dikarenakan mendapatkan semua efek yang sudah di klasifikasikan, berikut uraiannya:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran yang tadinya pe-nonton tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas dan mendapatkan informasi setelah menonton Awas Ada Setan. Begitu juga dalam program Awas Ada Setan ini terdapat efek kognitif yang mana penonton merasa mendapatkan informasi baru seperti dalam hasil wawancara penulis bersama responden penonton program tersebut. Menurut fahri sebagai penonton dalam hasil wawancara mengenai program Awas Ada Setan sebagai berikut “Terdapat pesan yg bagus, jadi tau dampak jika lupa berdo'a sebelum bepegian.”

2. Efek Afektif, berkaitan dengan perasaan. Perasaan akibat terpaan media massa itu dapat bermacam-

macam, senang sehingga tertawa terbahak-bahak, sedih sehingga mencururkan air mata, takut sampai merinding, dan perasaan lainnya yang bergejolak dalam hati. Program awas ada setan mendapatkan efek afektif dari penonton yaitu penonton merasa senang dan terhibur saat menonton program ini dari ke enam narasumber yang diwawancara sebagai penonton mengatakan Ya senang. Salah satunya menurut Nazwa sebagai penonton “Ya senang karena cara penyajian video yang menarik, bahwa memang episode itu sangat relevan dengan kehidupan kita. bahwa kita harus waspada dengan godaan Setan yang terkutuk.

3. Efek Konatif atau biasasing disebut Efek Behavioral, bersangkutan dengan niat, tekad,

upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku. Begitu juga dengan Efek Behavioral pada program Awas Ada Setan juga mendapatkan respon yang mana penonton dapat menumbuhkan tekad dan niat untuk melakukan sesuatu tindakan yang lebih baik setelah menonton tayangan program Awas Ada Setan seperti yang dikemukakan oleh Satria Pasha dalam hasil wawancara sebagai penonton Awas Ada Setan sebagai berikut:

4. “Ya Senang Karna episode ini sangat sesuai dengan

kehidupan nyata bahwa kita sebagai manusia kadang suka sombong sedangkan kita lupa bahwa itu akhlak tidak terpuji dengan tayangan ini menghibur juga membuat saat saya sadar untuk terus mengontrol diri untuk menjadi manusia yang

baik selamat dari godaan Setan.”

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Inspira TV adalah stasiun televisi digital yang hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi Banak muda Indonesia. Dengan semangat “Inspiratif dan Positif” Inspira TV sendiri memiliki tujuan untuk memberikan tayangan yang edukatif. Berkaitan dengan televisi sebagai media dakwah, Inspira TV mempunyai peran penting dalam kegiatan Dakwah Islam. Hal ini terlihat dalam salah satu program unggulan Inspira TV yang bermuatan konten dakwah yaitu “Awat Ada Setan”.
2. Konsep dakwah pada program Awat Ada Setan yaitu menggunakan konsep Sketsa Komedi Religi. Materi yang disajikan dalam program Awat Ada Setan meliputi tiga aspek secara global yaitu Aqidah, Akhlak, dan Syariah, namun yang lebih dtonjolkan yakni aspek akhlak. Metode dakwah yang digunakan Inspira TV pada program Awat Ada Setan yaitu metode Mau'idzah Al-Hasanah karena sesuai dengan konsep yang dibuat yaitu konsep sketsa komedi realigi dengan tujuan dapat mengkomunikasikan Islam secara ringan agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Tujuan tersebut sesuai dengan teori agenda setting dampak dari media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penonton tentu dalam hal yang positif.
3. Strategi komunikasi dakwah Inspira TV pada program Awat Ada Setan Menggunakan Strategi Sentimental (al-manhaj al-athifi) yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan prasaan penonton (mad'u) dengan memberikan edukasi tentang keagamaan pada masyarakat dan pemahaman agama- ma secara ringan melalui tayangan yang dekat dengan kegiatan sehari-hari.
4. Program Awat Ada Setan mendapatkan respon penonton yang positif sesuai dengan efek pesan media. Bahwa Inspira TV berhasil dalam membuat konsep dakwah dan strategi komunikasi dakwah pada Program Awat Ada Setan .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi Massa; Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [2] Bambang, ma'arif S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: simbiosis rekayasa media .
- [3] Hafied, Cangara. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [4] Onong, uchjana effendy. 1981. *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Pt.alumni.
- [5] Samsul, Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Hamzah.
- [6] Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- [7] Morissan, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid U. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [8] Nurudin.2007. *Pengantar Komunikasi Massa efek-efek komunikasi massa*. Jakarta:Rajawali Press.
- [9] Nurdianto Didit, Rodhiyah Khuza'i, Asep Ahmad Siddiq. (2021). *Strategi Dakwah Pemuda Persis Cabang Cimenyan dalam Meningkatkan Akidah Pemuda di Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung*. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1, 13-16.

Pengaruh Program Dakwah Komunitas Senyum Indonesia Terhadap Prilaku Keagamaan Para Relawan di Kota Bandung

Dwi Damayanti, Komarudin Shaleh, Nandang HMZ

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Widamay27@gmail.com, komarudinshaleh@gmail.com, ninianteh58@gmail.com

Abstract Da'wah Activity is an activity that is done consciously in order to realize a community that has a strong religious nature and good behavior. The purpose and benefits of this research is, to know what are the activities of the Senyum Indonesia community da'wah program, to know how the religious behavior of the volunteers after joining the community da'wah program Senyum Indonesia, to know how much influence the program of da'wah community Senyum Indonesia on the religious behavior of the volunteers in the city of Bandung. The research method used is by quantitative method of experimental technique with one group pre test – post test design and using data collection techniques: questionnaire, documentation, observation and interview. The data analysis techniques used are validity test, reliability ji test, classic assumption test (multicolinearity test, heteroskedestisity test, normality test, and auto correlation test), regression test (t test and f test, diminution coefficient test). The results of the study through 81 volunteers illustrate that obtained based on the output of the analysis, the R-square value of the regression model of 0.275% which shows that the religious behavior of the relawab is influenced by the community da'wah program Senyum Indonesia by 0.275%, the rest is influenced by other variables outside the model of questionnaire choice assessment. Senyum Indonesia community da'wah program affects the religious behavior of volunteers by 0.275% which is stated to be sufficient.

Keywords: *Da'wah program, religious behavior*

Abstrak Aktivitas Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara sadar demi terwujudnya komunitas yang mempunyai sifat keagamaan yang kuat dan perilaku yang baik. Tujuan dan manfaat penelitian ini adalah, untuk mengetahui apa saja kegiatan program dakwah komunitas Senyum Indonesia, untuk mengetahui bagaimana prilaku keagamaan para relawan sesudah mengikuti program dakwah komunitas Senyum Indonesia, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program dakwah komunitas Senyum Indonesia terhadap prilaku keagamaan para relawan di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode kuantitatif teknik eksperimen dengan one group pre test – post test design dan menggunakan teknik pengumpulan data: kuisioner, dokumentasi, observasi dan wawancara. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji ji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedestisitas, uji normalitas, dan uji auto korelasi), uji regresi (uji t test dan uji f test, uji koefisien diterminasi). Hasil penelitian melalui 81 relawan menggambarkan bahwa diperoleh berdasarkan output analisisnya, nilai R-square dari model regresi sebesar 0,275% yang menunjukkan bahwa prilaku keagamaan para relawab dipengaruhi oleh program dakwah komunitas Senyum Indonesia sebesar 0,275%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dari penilaian pilihan kuisioner. Program

dakwah komunitas Senyum Indonesia berpengaruh terhadap prilaku keagamaan para relawan sebesar 0,275% yang dinyatakan cukup.

Kata kunci : *Program dakwah, prilaku keagamaan*

I. Pendahuluan

Aktivitas dakwah dilakukan dengan mengajak, mendorong, menyeru tanpa tekanan dan atau provokasi serta bukan dengan bujukan dan pemberian barangbarang murahan. Terlalu murah bila Iman harus ditukarkan dengan benda-benda atau fasilitas duniawi meski realitas sosial menunjukan kondisi itu.

Komunitas dakwah mencerminkan suatu kelompok yang melakukan Aktivitas Dakwah. Tujuan dari penggunaan dakwah adalah untuk menyampaikan pesan atau materi keagamaan. Tujuannya selain menginformasikan juga agar mad'u tertarik untuk mengamalkan ajaran Islam. Komunitas muslim berfungsi sebagai sebuah komunitas yang ditegakkan di atas sendi-sendi moral iman, Islam dan takwa serta dapat direalisasikan dan dipahami secara utuh dan padu merupakan suatu komunitas yang tidak eksklusif karena bertindak sebagai "al-Umma al-Wasatan" yaitu sebagai teladan di tengah arus kehidupan yang serba kompleks, penuh dengan dinamika perubahan, tantangan dan pilihan-pilihan yang terkadang sangat dilematis.

Komunitas Senyum Indonesia membuat terjalinnya hubungan baik diantara satu sama lain. Tanpa harus diminta bahkan komunitas Senyum Indonesia telah terbiasa dengan ukhwh islamiyah/ solidaritas tersebut telah muncul dari setiap individu masing-masing, walaupun tidak saling mengenal anggota komunitas saling menolong untuk menguatkan ukhwh islamiyah terhadap sesama. Melalui Komunitas Senyum Indonesia dalam berdakwah misalnya, dengan metode Dakwah yang baik serta Aktivitas dakwah yang mampu diterima oleh komunitas/anggota tentulah ini menjadi point penting dalam memberikan pemahaman agama dalam pembinaan akhlak. Dengan aktivitas dakwah ini tentulah komunitas bisa berkumpul dalam suatu tempat dimana mereka mampu bersosialisasi dengan baik.

II. METODOLOGI

A. Dakwah

Secara bahasa, dakwah berarti memanggil,

mempersilahkan, memohon, propaganda dan menyebarkan, baik ke arah yang baik maupun ke arah yang buruk. Dalam pengertian istilah, dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai, lembut (QS. 35:6), konsisten dan penuh komitmen. Dakwah mengajarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Ajaran Islam dan nilai-nilainya disajikan dengan menjelaskannya kepada masyarakat agar mereka dapat memahami dan menyetujui kandungan pesannya sehingga mereka dapat mengamalkannya. Dakwah berupaya untuk membawa masyarakat ke arah kebajikan yang dinamis dan seimbang dengan menegakkan dan menyempurnakan kepribadian yang ber-akhlakul karimah. Dakwah merupakan suatu proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan, antara lain komunikator dakwah (dai), komunikasi dakwah (mad'u), pesan (materi) konteks dunia dan akhirat. Dakwah Islam meliputi ajakan, keteladanan, dan tindakan konkret untuk melakukan Tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Perintah untuk mengajak orang ke jalan Allah SWT secara tegas tersurat dalam surah An-Nahl 29 Bambang S Ma'arif, *Op.cit*, hlm.22 30 Ibid, hlm.34 23 ayat 125, yang artinya "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.". Berdasarkan ayat tersebut, pelaku dakwah dapat mengambil dasar-dasar perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dan yang batil, pelajaran yang baik (al-Maw'izhah al-Hasanah) dan perdebatan yang baik. Namun, cara yang terakhir jarang dipergunakan dalam dakwah Islam karena perdebatan dan perbantahan akan mengeraskan hati dan mengeruhkan keadaan sehingga membawa pada posisi yang defensif reaktif. Oleh sebab itu, cara yang paling banyak digunakan oleh para juru dakwah, yaitu cara bijaksana (bil-hikmah) dan perdebatan yang baik.

B. Komunitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia komunitas adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu, masyarakat, paguyuban.⁶⁵ Menurut Wexlwy dan Yulk, organisasi atau komunitas merupakan suatu pola kerja sama antara orang-orang yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Soffer menyatakan bahwa organisasi atau komunitas adalah persekutuan atau perkumpulan orang-orang yang masing-masing diberi peran tertentu dalam suatu system kerja dan pembagian kerja dimana pekerjaan dipilah-pilah menjadi tugas dan dibagikan kepada para pelaksana tugas atau pemegang jabatan untuk mendapatkan satu kesatuan hasil. Organisasi atau Komunitas dalam arti yang statis dipahami sebagai wadah dari kumpulan individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan organisasi atau komunitas dalam arti dinamis lebih merupakan struktur interaksi interpersonal maupun individu dengan kelompok (dan sebaliknya) dalam rangka pencapaian tujuan.

C. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁶⁷ Influence atau pengaruh yaitu daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi, yang mampu membuat mereka melakukan atau tidak melakukan sesuatu.⁶⁷ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁶⁸ Menurut Louis Gottschalk mendefinisikan pengaruh sebagai suatu efek yang tegar dan membentuk terhadap pikiran dan perilaku manusia baik sendiri-sendiri maupun kolektif.⁶⁹ Menurut Hugiono dan Poerwanta "pengaruh merupakan dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk atau merupakan suatu efek".⁷⁰ Sedangkan menurut Badudu dan Zain "pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain"

D. Prilaku dan Keagamaan

1. Prilaku

Menurut Rogers dikutip oleh Notoatmodjo, Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia baik yang dapat diamati langsung dari maupun tidak dapat diamati oleh pihak luar. Perilaku adalah respon individu terhadap suatu stimulus atau suatu Tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Sering tidak disadari bahwa interaksi tersebut amat kompleks sehingga kadang-kadang kita tidak sempat memikirkan penyebab seseorang menerapkan perilaku tertentu.

2. Konsep Prilaku

Perilaku dari pandangan biologis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan. Jadi perilaku manusia pada hakekatnya adalah suatu aktivitas dari manusia itu sendiri. Oleh sebab itu, perilaku manusia itu mempunyai bentangan yang sangat luas, mencakup berjalan, berbicara, bereaksi, berpakaian, A Wawan dan Dewi M, 2018, Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia, Bahkan kegiatan internal seperti berpikir, persepsi dan emosi juga merupakan perilaku manusia. Untuk kepentingan kerangka analisis dapat dikatakan bahwa perilaku adalah apa yang di kerjakan oleh organisme tersebut, baik dapat diamati secara langsung atau secara tidak langsung. Perilaku dan gejala perilaku yang tampak pada kegiatan organisme tersebut dipengaruhi baik oleh faktor genetic (keturunan) dan lingkungan. Secara umum dapat dikatakan bahwa faktor genetic dan lingkungan ini merupakan penentu dari perilaku makhluk hidup termasuk perilaku manusia. Hereditas atau faktor keturunan adalah konsepsi dasar atau modal untuk perkembangan perilaku makhluk hidup itu untuk selanjutnya. Sedangkan

lingkungan adalah suatu kondisi atau merupakan lahan untuk perkembangan perilaku tersebut. Suatu mekanisme pertemuan antara kedua faktor tersebut dalam rangka terbentuknya perilaku disebut proses belajar.

3. Prosedur Pembentukan Prilaku

Sebagian besar perilaku manusia adalah operant respons. Untuk membentuk jenis respons atau perilaku ini perlu diciptakan adanya suatu kondisi tertentu yang disebut operan conditioning. Prosedur pembentukan perilaku dalam operan conditioning ini menurut Skinner adalah sebagai berikut : Melakukan identifikasi tentang hal-hal yang merupakan penguat atau reinforcer berupa hadiah-hadiah atau rewards bagi perilaku yang akan dibentuk, melakukan analisis untuk mengidentifikasi komponen-komponen kecil yang membentuk perilaku yang dikehendaki. Kemudian komponen-komponen tersebut disusun dalam urutan yang tepat untuk menuju kepada terbentuknya perilaku yang dimaksud, dengan menggunakan secara urut komponen-komponen itu sebagai tujuantujuan sementara, mengidentifikasi reinforcer atau hadiah untuk masing-masing komponen tersebut, melakukan pembentukan perilaku dengan menggunakan urutan komponen yang telah tersusun itu. Apabila komponen pertama telah dilakukan maka hadiahnya diberikan. Hal ini akan mengakibatkan komponen atau perilaku (Tindakan) tersebut cenderung akan sering dilakukan. Kalau perilaku ini sudah terbentuk kemudian dilakukan komponen (perilaku) yang kedua, diberi hadiah (komponen pertama tidak memerlukan hadiah lagi), demikian berulang-ulang sampai komponen kedua terbentuk. Setelah itu dilanjutkan dengan komponen ketiga, keempat, dan selanjutnya sampai seluruh perilaku yang diharapkan terbentuk.

4. Bentuk Prilaku

Secara lebih operasional perilaku dapat diartikan suatu respons organisme atau seseorang terhadap rangsangan (stimulus) dari luar subjek tersebut. Respons ini berbentuk dua macam, yakni : Bentuk pasif adalah respons internal yaitu yang terjaji di dalam diri manusia dan tidak secara langsung dapat terlihat oleh orang lain, misalnya berpikir, tanggapan atau sikap batin dan pengetahuan. Misalnya seorang ibu tahu bahwa imunisasi itu dapat mencegah suatu penyakit tertentu meskipun ibu tersebut tidak membawa anaknya ke puskesmas untuk diimunisasi. Contoh lain seorang yang menganjurkan orang lain untuk mengikuti keluarga berencana meskipun ia sendiri tidak ikut keluarga berencana. Dari kedua contoh tersebut terlihat bahwa ibu tahu gunanya imunisasi dan contoh kedua orang tersebut telah mempunyai sikap yang positif untuk mendukung keluarga berencana meskipun mereka sendiri belum melakukan secara konkret terhadap kedua hal tersebut. Oleh sebab itu perilaku mereka ini masih terselubung (*covert behaviour*), bentuk aktif yaitu apabila perilaku itu jelas dapat diobservasi secara langsung. Misalnya pada kedua contoh diatas, si ibu sudah membawa anaknya ke puskesmas atau fasilitas Kesehatan lain untuk imunisasi dan orang pada kasus kedua sudah ikut keluarga berencana dalam arti sudah menjadi akseptor KB. Oleh karena perilaku

mereka ini sudah tampak dalam bentuk Tindakan nyata maka disebut *overt behaviour*. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan sikap adalah merupakan respons seseorang terhadap stimulus atau rangsangan yang masih bersifat terselubung dan disebut *covert behaviour*. Sedangkan Tindakan nyata seseorang sebagai respons seseorang terhadap stimulus (*practice*) merupakan *overt behaviour*.

E. Pengertian Psikologi Agama

Psikologi agama menggunakan dua kata, yaitu psikologi dan agama. Kedua kata ini memiliki pengertian yang berbeda. Psikologi secara umum diartikan sebagai ilmu yang mempelajari gejala jiwa manusia yang normal, dewasa dan beradan.

F. Teori tentang Sumber Kejiwaan Agama

Manusia ingin mengabdikan dirinya kepada Tuhan atau sesuatu yang dianggapnya sebagai zat yang mempunyai kekuasaan tertinggi. Keinginan itu terdapat pada setiap kelompok, golongan atau masyarakat manusia dari yang paling primitif hingga yang paling modern.

G. Ciri-ciri Sikap Keberagamaan

Berdasarkan temuan psikologi agama, latar belakang psikologis, baik diperoleh berdasarkan faktor intern maupun hasil pengaruh lingkungan memberi ciri pada pola tingkah lakunya dan sikap seseorang dalam bertindak. Pola seperti itu memberi bekas pada sikap seseorang terhadap agama. William James melihat adanya hubungan antara tingkah laku keagamaan seseorang dengan pengalaman keagamaan yang dimilikinya itu. Dalam bukunya *The Varieties of Religious Experience* William James menilai secara garis besar sikap dan perilaku keagamaan itu dapat dikelompokkan menjadi dua tipe, yaitu tipe orang yang sakit jiwa dan tipe orang yang sehat jiwa. Kedua tipe ini menunjukkan perilaku dan sikap keagamaan yang berbeda.

H. Hubungan Kepribadian dan Sikap Keagamaan

Pertama, Struktur Kepribadian, Sigmund Freud merumuskan system kepribadian menjadi tiga system. Ketiga system itu dinamainya id, ego, dan super ego. Dalam diri orang yang memiliki jiwa yang sehat ketiga system itu bekerja dalam suatu susunan yang harmonis. Segala bentuk tujuan dan segala gerak-geriknya selalu memenuhi keperluan dan keinginan (Ibid, hlm, 117-118) manusia yang pokok. Sebaliknya, kalau ketiga system itu bekerja secara bertentangan satu sama lainnya, maka orang tersebut dinamai sebagai orang yang tak dapat menyesuaikan diri. Ia menjadi tidak puas dengan diri dan lingkungannya. Dengan kata lain, efisiensinya menjadi berkurang.

Kedua, H. J. Eysenck menurut Eysenck, kepribadian tersusun atas Tindakan-tindakan dan disposisi-disposisi yang terorganisasi dalam susunan hierarki berdasarkan atas keumuman dan kepentingannya, diurut dari yang paling bawah ke yang paling tinggi.

I. Perkembangan Jiwa Keagamaan pada Remaja

Dalam pembagian tahap perkembangan manusia, maka masa remaja menduduki tahap progresif. Dalam pembagian yang agak terurai masa remaja mencakup masa *Juvenilitas (adolescantium)*, *pubertas*, dan *nubilitas*. Sejalan dengan perkembangan jasmani dan rohaninya, maka agama pada para remaja turut dipengaruhi perkembangan itu. Maksudnya penghayatan para remaja terhadap ajaran agama dan tindak keagamaan yang tampak para remaja banyak berkaitan dengan faktor perkembangan tersebut. Perkembangan agama pada remaja ditandai oleh beberapa faktor perkembangan rohani dan jasmaninya.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini, validitas diuji dengan melakukan korelasi antara score butir pertanyaan dengan total score-nya. Signifikan atau tidaknya suatu korelasi dapat dilihat pada kolom atau baris total score, sebuah korelasi dapat dinyatakan signifikan apabila pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pernyataan menghasilkan nilai pearson correlation atau r hitung > r table.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan. Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila jawaban-jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas adalah teknik cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 4.2

HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Program Dakwah Perilaku Keagamaan	.925	RELIABEL
	.935	RELIABEL

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,60, dengan demikian seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

3. Uji t test

Uji statistik t (*t test*) digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil uji *t test* sebagai berikut:

TABEL 4.7

HASIL UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	37.951	6.024		6.300	.000		
Program Dakwah	.765	.140	.524	5.469	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Apabila nilai sig. < 0.05 atau 5% maka variabel tersebut dinyatakan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Program Dakwah mempunyai nilai t sebesar 5.469 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil ini berarti bahwa Program Dakwah berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Keagamaan.

4. Uji F

Uji statistik F (*F test*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil uji *F test* sebagai berikut:

TABEL 4.8

HASIL UJI F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1877.006	1	1877.006	29.913	.000 ^a
Residual	4957.093	79	62.748		
Total	6834.099	80			

a. Predictors: (Constant), Program Dakwah

b. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan uji pada tabel 4.8 tersebut dapat diketahui bahwa bahwa hasil uji F pada penelitian ini memiliki nilai koefisien sebesar 29.913 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil ini berarti bahwa variabel Program Dakwah secara simultan berpengaruh secara positif signifikan terhadap Perilaku Keagamaan.

5. Uji R² (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (*R²*) menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Uji koefisien determinasi dilakukan dengan

melihat nilai R^2 pada tabel Model Summary dari hasil analisis regresi.

TABEL 4.9

HASIL UJI R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.524 ^a	.275	.265	7.92136	1.702

- a. Predictors: (Constant), Program Dakwah
- b. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Dari tabel di atas diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) = 0.275 yang menjelaskan bahwa variabel independent (Program Dakwah) berkontribusi mempengaruhi variabel dependen (Perilaku Keagamaan) sebesar 27.5%, sisanya 72.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

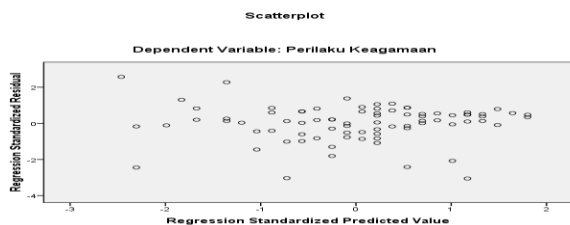
B. Pembahasan Penelitian

Program Dakwah Komunitas Senyum Indonesia

Pelaksanaan kegiatan sosial atau merupakan bentuk kegiatan dakwah ini dilaksanakan pada waktu waktu tertentu, sehingga diharapkan dapat membentuk sikap empati terhadap sesama, terutama pada perilaku keagamaan para relawan.

1. Qurban Run Away, Relawan mendistribusikan hewan Qurban ke daerah terpencil, miskin, rawan bencana dan rawan akidah.
2. Manuk Hiber, Merupakan program khitan masal bagi anak yatim dan dhuafa yang diselenggarakan setiap akhir bulan desember di desa-desa pelosok.
3. Maret Merit, Program nikah masal bagi pasangan dhuafa yang diselenggarakan pada Bulan Maret setiap tahunnya, pada acara ini Senyum Indonesia mencoba membantu pasangan yang mengalami kesulitan untuk melakukan ibadah menikah. Ini salah satu aksi nyata dari senyum Indonesia untuk mengkampanyekan menikah dan meninggalkan zinah kepada masyarakat secara luas

Prilaku Keagamaan Relawan Komunitas Senyum Indonesia di Kota Bandung



Berdasarkan pengisian data pada kuisioner yang peneliti berikan kepada relawan komunitas Senyum Indonesia yang berjumlah 81 orang mengenai perilaku keagamaan para relawan komunitas Senyum Indonesia

maka peneliti menghitung hasil perilaku keagamaan relawan komunitas Senyum Indonesia melalui software microsoft excel, maka didapatkanlah hasil nilai sebesar 0,275%. Peneliti merumuskan berdasarkan hasil data yang didapat, bahwa relawan komunitas Senyum Indonesia memahami dan memiliki perilaku keagamaan.

Pengaruh Program Dakwah Komunitas Senyum Indonesia Terhadap Prilaku Keagamaan Relawan Di Kota Bandung

Dari model regresi nilai koefisien variabel X (program dakwah) sebesar 0,765. Nilai ini menyatakan bahwa setiap penambahan nilai variabel X sebesar 1 satuan, maka pengaruh perilaku keagamaan sebesar 0,765 satuan.

Berdasarkan output analisisnya, nilai R-square dari model regresi sebesar 0,275 yang menunjukkan bahwa pengaruh perilaku keagamaan di pengaruhi oleh program dakwah komunitas Senyum Indonesia sebesar 0,275.

Adanya pengaruh perilaku keagamaan relawan komunitas Senyum Indonesia bukanlah tanpa sebab, karena sering mengikuti kegiatan dakwah maka terus menerus akan memberikan pengaruh keagamaan para relawan. Hal tersebut sesuai dengan teori konstruktivisme yang menyatakan bahwa suatu aktivitas atau proses untuk memperoleh pengetahuan, meningkatkan keterampilan, memperbaiki perilaku, sikap, dan mengokohkan kepribadian. Konteks memperoleh pengetahuan, menurut pemahaman sains konvensional, kontak manusia dengan alam diistilahkan dengan pengalaman (experience). Pengalaman yang terjadi berulang kali melahirkan pengetahuan (knowledge).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Pertama*, Program Dakwah Komunitas Indonesia ada beberapa kegiatan : Qurban Run Away, Relawan mendistribusikan hewan Qurban ke daerah terpencil, miskin, rawan bencana dan rawan akidah. Manuk Hiber, Merupakan program khitan masal bagi anak yatim dan dhuafa yang diselenggarakan setiap akhir bulan desember di desa-desa pelosok. Maret Merit, Program nikah masal bagi pasangan dhuafa yang diselenggarakan pada Bulan Maret setiap tahunnya, pada acara ini Senyum Indonesia mencoba membantu pasangan yang mengalami kesulitan untuk melakukan ibadah menikah. Ini salah satu aksi nyata dari senyum Indonesia untuk mengkampanyekan menikah dan meninggalkan zinah kepada masyarakat secara luas.
2. *Kedua*, bahwa relawan komunitas Senyum Indonesia sebelum mengikuti program dakwah komunitas Senyum Indonesia sudah mengerti mengenai perilaku keagamaan, tetapi setelah mengikuti program dakwah Komunitas Senyum Indonesia para relawan jadi mengerti dan mengamalkannya dinilai cukup sesuai dengan penilaian rata-rata yang peneliti dapatkan dari hasil

kuisisioner.

3. *Ketiga*, Program dakwah komunitas Senyum Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku keagamaan para relawan. Hal tersebut bukanlah tanpa sebab, berkat terus menerus mengikuti kegiatan maka lahirlah sebuah kemampuan dan pengetahuan baru. Di komunitas Senyum Indonesia mempunyai kegiatan rutin mingguan serta tahunan, hal tersebut sangat berpengaruh terhadap perilaku keagamaan walaupun hanya sedikit, tetapi jika dilakukan secara berulang pasti akan mendapatkan hasil yang lebih baik pula.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bambang S. Ma'arif. 2010 , Komunikasi Dakwah (paradigma untuk aksi), Bandung Simbiosis Rekatama Media
- [2] Burhan Bungin 2009 , Sosiologi Komunikasi: teori,paradigma,dan diskusi teknologi komunikasi di masyarakat. Jakarta:kencana
- [3] M. Chazienul Ulum, 2016, Perilaku Organisasi : Menuju Orientasi Pemberdayaan, Malang : UB Press
- [4] Kjl Babadu, J.S dan Zain, 2001, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- [5] A Wawan dan Dewi M, 2018, Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia, Yogyakarta : Nuha Media
- [6] Jalaluddin, 2019, Psikologi Agama Memahami Perilaku dengan
- [7] Mengaplikasikan PrinsipPrinsip Psikologi, Depok : Rajawali Persada
- [8] Aisah Siti, Komarudin Shaleh, N. Sausan Muhammad Sholeh. (2021). *Aktivitas Dakwah Islam melalui Kegiatan Ligo dan Dampak terhadap Perilaku Keagamaan Masyarakat di Kp. Nyalindung Kelurahan Ciumbuleuit Kota Bandung*. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam, 1, 36-41.

Analisis Konten: “Nilai-Nilai Dakwah Dalam Film Nussa dan Rara”

1Dawam Al Fahimi 2Dr.Nia Kurniati, Dra., M.Si., 3Dr. Chairiwati Dra., Dipl. Tessel., M.Si.

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

1dawamalfahimi26@gmail.com,2nia_syamday@yahoo.com,3chairiawaty@gmail.com

Abstract. Nussa And Rara Film Da'wah values have a very important role in maintaining the balance of life and human character. The value of da'wah contained in the teachings of Islam becomes the basis and benchmark in terms of standardization of human character which is based on the Qur'an and hadith. Islamic religious values need to be instilled so that it is easier to shape human character in accordance with Islamic teachings. Of the several ways of preaching, one of them is through the mass media film industry, namely the Nussa and Rara Animation Films from Indonesia. This qualitative research uses a content analysis approach according to Krippendorff. Content analysis according to Krippendorff is a research technique that makes inferences that can be imitated and valid data by taking into account the context. This study aims to provide an overview of the values of Da'wah in the animated film Nussa and Rara. The results of this study on the author's analysis show that the animated film Nussa Dan Rara tries to give a positive impression to the audience by paying attention to the da'wah values inform of the creed, morality, and shari'ah that are highlighted, so that the audience is familiar with Islamic shows so that they can be applied to life. So it can be concluded that the animated film Nussa Dan Rara has the values of Da'wah contained in it, namely the value of faith, moral values, and sharia values that are shown.

Keywords: *Krippendorff, Da'wah Values, Animated Film*

Abstrak. Nilai-nilai Dakwah memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga keseimbangan kehidupan dan karakter manusia. Nilai dakwah yang terkandung dalam ajaran Islam menjadi landasan dan patokan dari segi standarisasi karakter manusia yang bertumpu pada Al Qur'an dan hadist. Nilai-nilai agama Islam perlu di tanamkan agar lebih mudah untuk membentuk karakter manusia sesuai dengan ajaran Islam. Dari beberapa cara dakwah yang dilakukan salah satunya melalui industri perfilman media massa yaitu Film Animasi Nussa dan Rara yang berasal dari Indonesia. Penelitian Kualitatif ini menggunakan pendekatan analisis isi (content analysis) menurut Krippendorff. Analisis isi menurut Krippendorff yaitu suatu teknik penelitian yang membuat inferensi yang dapat ditiru dan sah datanya dengan memperhatikan konteksnya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran Nilai-nilai Dakwah Dalam Film Animasi Nussa dan Rara. Hasil penelitian ini pada analisis penulis menunjukkan bahwa Film Animasi Nussa Dan Rara mencoba memberikan tayangan positif pada penonton dengan memperhatikan nilai-nilai dakwah berupa akidah, akhlak, dan syari'ah yang ditonjolkan, sehingga penonton terbiasa dengan tayangan islami agar dapat diterapkan pada kehidupan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Film Animasi Nussa Dan Rara memiliki Nilai-nilai Dakwah yang terkandung didalamnya yaitu nilai akidah, nilai akhlak, dan nilai syari'ah yang ditayangkan.

Kata Kunci : *Krippendorff, Nilainilai Dakwah, Film Animasi.*

I. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan ajakan, seruan, panggilan, dan bujukan, kepada kebaikan, sesuai dengan fitrah manusia, sekaligus seirama dengan tuntuan Al Quran dan Hadits. (Abdul Rani Usman, —Metode Dakwah Kontemporer Jurnal, dalam Jurnal AlBayan, Vol. 19, No. 28 Juli-Desember 2013, (Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2013), hal. 109). Dakwah menjadi suatu kewajiban bagi setiap umat muslim, yang mengajak pada panggilan untuk menuju ke jalan Allah SWT. Mengajak orang-orang beriman pada jalan kebaikan yang penuh dengan kebahagiaan yang kekal. Dakwah Islam menyeru manusia kepada fitrah yang hanif sebagai ciptaan Allah Swt, fitrah merupakan kesaksian bahwa Tiada Tuhan kecuali Allah Swt., Zat Yang Maha Tunggal dan Maha Kekal.

هِيَ بِالتِّي وَجَادَلَهُمُ الْحَسَنَةُ وَالْمَوْعِظَةُ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَىٰ اِدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ اَعْلَمَ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنْ ضَلَّ بِمَنْ اَعْلَمَ هُوَ رَبِّكَ اِنْ اَحْسَنَ

Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. QS. An Nahl 16:125.

Aktivitas penyampaian suatu pesan dakwah di era modern ini tidak hanya melalui mimbar ke mimbar, melalui ceramah, karena apabila aktivitas dakwah tidak dapat menyesuaikan perkembangan teknologi, maka Dakwah Islam akan jalan di tempat. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Dakwah menjadi kebutuhan dan selera khalayak dakwah (mad'u) yang sudah majemuk. Oleh sebab itu, penggunaan media komunikasi modern sesuai dengan perkembangan pola pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar pesan dakwah tepat mengenai sasaran dan berjalan efektif.

Saat ini, Dakwah Islam sesuai dengan keadaan zaman yakni dakwah dengan menggunakan teknologi modern melalui sosial media dan media massa, media visual, audio, dan audiovisual. Konsep dakwah sebagai “rahmatan lil ‘alamin” perlu diupayakan agar mampu menembus segala penggal ruang dan waktu, termasuk ruang kekinian dan saat terkini. (Sokhi Huda, —Menggagas Sketsa Dakwah Kontemporer (Perspektif HistorisParadigmatik), dalam Jurnal Al- ‘Adalah, Vol. 11, No. 2, (Agustus 2008), STAIN Jember, hal. 255). Di antara media massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah di era modern ini ialah menggunakan media audiovisual melalui film. Film adalah

hasil budaya dan alat ekspresi sebuah seni.

Para da'i menyadari bahwa peran film sebagai media edukasi sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat, karena peran penting itulah, para da'i juga menggunakan film sebagai media dakwah, untuk membangun karakter masyarakat muslim yang Islami, sebab dakwah bukan perkara mimbar semata. Melalui film, dakwah dapat tersebar luas tanpa terikat ruang dan waktu. Penonton dapat mengkases film di mana saja dan kapan saja.

Sebuah film Islami atau film religi mengandung nilai-nilai dakwah di setiap adegan maupun penokohan karakter film. Dengan perpaduan seni videografi dan musik, juga akting dari para aktor film akan membuat jalan film menjadi demikian menarik. Nilai-nilai dakwah dalam film Islami juga disampaikan dengan cantik melalui dialog antar tokoh, karakter tokoh dan alur cerita yang epic, tidak terkesan menggurui. Sehingga, penonton terbawa arus film tersebut.

Namun seiring berjalannya waktu pada saat ini dengan banyaknya film yang dinilai kurang mendidik dapat memberikan dampak negatif bagi masyarakat. Sehingga terbentuklah sebuah karakter yang menjadi perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Pembentukan karakter dapat terjadi dengan apa yang dilihat dan dilakukan oleh lingkungan sekitar.

Para pembuat film berupaya menciptakan kreatifitas dengan membentuk kontribusi berpikir untuk membentuk kontribusi dengan menghadirkan sebuah Film Animasi Nusa dan Rara menjadi salah satu gagasan dalam dunia perfilman yang mendidik. Karena dalam film tersebut terdapat banyak nilai-nilai dakwah yang disampaikan kepada khalayak. Nilai-nilai dakwah yang disampaikan dapat dengan mudah dicerna dalam menyampaikan suatu pesan yang diajarkan dalam Islam.

Karakter Nusa digambarkan sebagai seorang anak laki-laki yang berpakaian gamis lengkap dengan kopiah putihnya. Faktanya, karakter Nusa diciptakan sebagai tokoh penyandang disabilitas. Hal tersebut, tampak pada kaki kiri Nusa yang menggunakan sebuah kaki palsu.

Sedangkan untuk karakter Rara, digambarkan sebagai adik Nusa yang berusia 5 tahun dengan menggunakan gamis dan jilbab serta tampak sangat ceria. Suara dari tokoh Rara ini, juga mengundang rasa gemas dari para penontonnya. Melalui #nussabisa, animasi karya anak bangsa ini merupakan suatu kebanggaan bagi Indonesia.

Pada film animasi Nusa dan Rara yang ditayangkan mencerminkan seorang yang memiliki budi pekerti yang baik, baik kepada orangtua, teman, maupun orang yang baru dikenal. Sehingga dapat menjadi contoh seseorang yang memiliki akhlak yang baik.

Allah SWT berirman:

الدَّارَ ذِكْرِي بِخَالِصَةٍ أَخْلَصْتُهُمْ إِنَّا

Sesungguhnya Kami telah mensucikan mereka dengan (menganugerahkan kepada mereka) akhlak yang tinggi yaitu selalu mengingatkan (manusia) kepada negeri akhirat(.QS. Shad Ayat 38 : 46).

Akhlak merupakan tingkah laku, perangai, atau tabiat baik dan buruk nya perilaku seseorang. Akhlak memiliki

peran yang sangat penting dalam menjaga keharmonisan hubungan antara Allah, Manusia, Binatang, Tumbuh-tumbuhan dan alam sekitarnya. Orang yang tidak memiliki akhlak yang baik akan berdampak sangat fatal. Jika seseorang memiliki perilaku yang baik maka akan banyak dampak positif yang di dapatkannya.

أَلَمْ تَرَ كَيْفَ صَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ
وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ تُؤْتِي أَكْلَهَا كُلَّ حِينٍ يُؤْتِي رَبَّهَا وَبِضَرْبِ اللَّهِ
الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ
مِنَ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ

“Tidakkah kamu perhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya teguh dan cabangnya (menjulang) ke langit, pohon itu memberikan buahnya pada setiap musim dengan seizin Tuhannya. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan itu untuk manusia supaya mereka selalu ingat. Dan perumpamaan kalimat yang buruk seperti pohon yang buruk, yang telah dicabut dengan akar- akarnya dari permukaan bumi; tidak dapat tetap (tegak) sedikit pun”.
(QS.Ibrahim : 24-26)

II. METODOLOGI

A. Tujuan Dakwah

Dakwah bertujuan menciptakan tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan, baik jasmani maupun rohani, dalam pancaran sinar agama Allah dengan mengharap ridha Nya. Suatu tujuan dakwah seyogyanya dicermati dengan baik agar dapat membuahkan keluaran yang terukur. (Bambang S. Maarif, Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi, 2010, hlm. 26)

B. Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah). (Hafi Anshari, Pemahaman dan Pengamalan Dakwah, 1993, hlm. 103).

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. (Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012), h. 288). Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.

Media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai satu tujuan tertentu. Sedangkan dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya. (Asmuni Syukir, dasar-dasar Strategi Dakwah Islam (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hal.63)

Perkembangan teknologi komunikasi nampaknya semakin pesat, Pemanfaatan media massa untuk dakwah

dapat dilakukan jika mampu memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Hal ini berarti bahwa harus menguasai seluk beluk teori dan praktek-praktek komunikasi antar manusia.

Komunikasi antara manusia pada dasarnya adalah suatu proses interaksi antara komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai suatu kesamaan pengertian, pemahaman, penghayatan dan pengamalan mengenai isi pesan melalui media film animasi. Halnya dengan dakwah sebagai salah satu bentuk komunikasi yang berarti menyampaikan sesuatu kepada orang lain yang bersifat mengajak untuk mengubah suatu keadaan yang tidak baik menjadi yang baik dan terpuji. Mengingat bahwa kehidupan umat manusia senantiasa berubah, maka dakwah Islamiyah memerlukan teknik penerapan yang akurat sesuai dengan perkembangan zaman. (Arif Rachman, "Dakwah Melalui Film Animasi" ResearchGate, (www.researchgate.net)).

Dalam berdakwah tidak ada batasan apapun itu, intinya bertujuan amar ma'ruf nahi munkar. (Moh. Ali Aziz, "Ilmu Dakwah", (Jakarta:Kencana Prenada Media, 2004) hlm. 10) Karena minat dakwah hampir merata pada semua, termasuk kalangan para senias dan seniman muslim, yang berminat memanfaatkan media film untuk berdakwah. Film tidak hanya sebagai tontonan tetapi sekaligus sebagai tuntunan. Disisi lain film dakwah juga ada batasan syar'i yang mengendalikan proses pembuatan film mendorong kreatifitas para senias muslim.

Dakwah melalui film animasi adalah hal baru tentang dakwah Islamiyah dalam memuat film-film kartun yang Islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta cerita-cerita kepahlawanan. (Teguh Trianton, "Film Sebagai Media Belajar", (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013)., hlm 32.) Hal ini bisa dilakukan dengan membuat film-film animasi yang bisa dilakukan oleh para animator muslim, sehingga anak-anak muslim tidak kehilangan sejarah dan identitasnya.

Dakwah dan film adalah dua hal yang berkaitan. Upaya penyebaran pesan-pesan keagamaan (dakwah) tersebut mampu menawarkan satu alternatif dalam membangun dinamika masa depan umat dengan menempuh cara dan strategi yang bijak. Pesan keagamaan akan dikonsumsi oleh masyarakat dengan jumlah banyak, maka dalam prosesnya memerlukan media dan salah satunya adalah film. Film sebagai salah satu media komunikasi massa yang memiliki kapasitas untuk memuat pesan yang sama secara serempak dan mempunyai sasaran yang beragam dari agama, etnis, status, umur, dan tempat tinggal dapat memainkan peranan sebagai saluran penarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu dan untuk manusia, termasuk pesan keagamaan yang ladzimnya disebut dakwah.

Film menurut UU No. 23 Tahun 2009 tentang perfilman, pasal 1 menyebutkan bahwa film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan. (Teguh Trianton, "Film Sebagai Media

Belajar", (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013), hlm. 25) Media film pada umumnya digunakan untuk tujuan-tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Film dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan ketrampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu dan mempengaruhi sikap. Isi dari film akan berkembang kalau syarat akan pengertian atau simbol-simbol, dan berasosiasikan suatu pengertian serta mempunyai konteks dengan lingkungan yang menerimanya dan film memberi keuntungan budaya bagi kelas pekerja yang telah dinikmati oleh kehidupan sosial agar menjadi lebih baik. (Teguh Trianton, "Film Sebagai Media Belajar", (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013), hlm78)

Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar atau objek yang dimaksud dalam definisi di atas bisa berupa gambar manusia, hewan maupun tulisan. Film animasi, animasi kartun dibuat dengan menggambarkan setiap frame satu persatu untuk kemudian dipotret. Setiap gambar frame merupakan gambar dengan posisi yang berbeda yang kalau diserikan akan menghasilkan kesan gerak. Dengan menggunakan gambar, pembuat film dapat menciptakan gerak dan bentuk-bentuk yang tak terdapat dalam realitis. Apa saja yang dapat dipikirkan, dapat difilmkan lewat gambar. Dan potensinya, film animasi tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk ilustrasi dalam pendidikan. Misalnya dengan gambar grafis yang bersifat dinamis ataupun kerja mesin ataupun skema yang hidup.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Nussa dan Rara adalah sebuah serial film animasi islami dari Indonesia yang rilis di youtube pertamakali pada 20 November 2018. Film ini di sutradarai oleh Bony Wirasmono yang diproduksi oleh studio animasi The Little Giantz dan 4Stripe Productions. Film animasi Nussa dan Rara mengeluarkan episode terbarunya setiap minggu sekali yaitu pada hari jum'at pukul 04.30 WIB.

Adapun aspek yang diamati untuk melihat Nilai-nilai Dakwah Dalam Film Nussa dan Rara ini. Dakwah melalui Film Animasi dengan cuplikan adegan yang mengandung nilai-nilai dakwah kategori akidah, dengan cuplikan adegan yang mengandung nilai-nilai dakwah kategori akhlak, dan dengan cuplikan adegan yang mengandung nilai-nilai dakwah kategori Syari'ah.

Berbeda dengan kebanyakan film animasi pada umumnya, film animasi ini memberikan sajian keislaman yang dapat dengan mudah untuk dipahami berbagai kalangan dalam kehidupan sehari-hari. Film animasi yang mendapatkan ulasan positif dari pemuka agama dan telah menjadikan film Nussa dan Rara sebagai tontonan yang mendidik, film Nussa dan Rara juga mendapatkan penghargaan sebagai Anugerah penyiaran Ramah Anak pada tahun 2019 dengan kategori program favorit anak.

Pada penelitian yang dilakukan terdapat nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam Film Animasi Nussa Dan

Rara, adapun nilai-nilai dakwah sebagai berikut :

A. Akidah

Dalam ruang lingkup akidah/keyakinan terhadap Allah dengan indikator percaya pada alam semesta dalam film animasi "Nussa dan Rara". Dalam film animasi "Nussa dan Rara" yang menggambarkan tentang percaya pada terciptanya alam semesta terdapat dalam episode "Siapa Kita?" yang ditunjukkan dalam adegan maupun tulisan. Dalam episode ini menjelaskan tentang ciptaan Allah yang sangat besar atau disebut dengan alam semesta tentang tata surya yang terdiri dari matahari dan benda-benda langit yang mengelilinginya seperti bumi. Tafakur dengan alam semesta merupakan salah satu cara untuk mengenal Allah. Manusia dengan akal dan pikirannya dalam mengamati alam semesta dan segala kejadian yang ada akan mengetahui kebesaran Allah SWT sang pencipta, karena alam semesta dan segala fenomenanya merupakan tanda kebesaran Allah. (Malik, adam dan Dadan Nurul. Penciptaan Alam Semesta Menurut Al-Quran dan Teori Big Bang. Bandung : Uin Sunan Gunung Djati. 2016, hal. 43)

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang menjelaskan tentang penciptaan alam semesta. Firman Allah dalam surat Al A'raf ayat 54 :

إِنَّ رَبَّكُمُ اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ يُغْشَىٰ اللَّيْلَ النَّهَارَ يَطْلُبُهُ حَثِيثًا وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومَ مُسَخَّرَاتٍ بِأَمْرِهِ ۗ أَلَا لَهُ الْخَلْقُ وَالْأَمْرُ ۗ تَبَارَكَ اللَّهُ رَبُّ الْعَالَمِينَ

Sesungguhnya Tuhan kamu ialah Allah yang telah menciptakan langit dan bumi dalam enam masa, lalu Dia bersemayam di atas 'Arsy. Dia menutupkan malam kepada siang yang mengikutinya dengan cepat, dan (diciptakan-Nya pula) matahari, bulan dan bintang-bintang (masing-masing) tunduk kepada perintah-Nya. Ingatlah, menciptakan dan memerintah hanyalah hak Allah. Maha Suci Allah, Tuhan semesta alam. (Q.S Al Araf 7: 54)

B. Akhlak

Dalam film animasi "Nussa dan Rara" yang menggambarkan tentang ramah tamah terdapat dalam episode "Kak Nussa!!!" yang ditunjukkan melalui tulisan maupun adegan. Dalam episode ini menjelaskan tentang budaya ramah tamah di Indonesia yaitu saling menyapa dan memberi senyum ketika bertemu orang dijalan. Memberikan nama panggilan yang baik kepada kerabat ataupun saudara misalnya mas, mbak, kakak ataupun adek.

Allah memerintahkan kita untuk bersikap sopan santun dalam pergaulan sesama manusia, meliputi bertutur kata yang baik. sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 83.

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۖ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ

"Dan (ingatlah) ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil, "Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertuturkatalah yang baik kepada manusia, laksanakanlah shalat dan tunaikanlah

zakat." Tetapi kemudian kamu berpaling (mengingkari), kecuali sebagian kecil dari kamu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang".(Al-Baqarah : 83)

Perintah Allah diatas menjelaskan kepada kita untuk bertutur kata yang baik kepada sesama manusia. Baik itu teman, saudara, tetangga, keluarga dan orang tua wajib kita perlakukan dengan baik. Berperilaku sopan santun kepada orang lain akan membuat kita semakin dihargai dan dihormati. Misalnya, menyapa ketika bertemu serta bersilatullah kepada tetangga yang berada disekitar kita.

C. Syari'ah

Nilai tentang syari'ah yang diajarkan dalam agama islam dengan indikator sedekah dalam film animasi "Nussa dan Rara". Dalam film animasi ini yang menggambarkan tentang sedekah terdapat dalam episode "Senyum Itu Sedekah" yang ditunjukkan dalam adegan maupun tulisan. Dalam episode ini menjelaskan tentang Rara sedang menyapa dengan senyuman kepada anak-anak panti, kemudian Rara menjelaskan kepada Nussa bahwa senyum merupakan bagian dari sedekah. Mereka senyum dengan mulut terbuka dan gigi terlihat serta bersalaman dengan anak panti secara bergantian. Dari Abu Dzar Rasulullah SAW bersabda:

صَدَقَةٌ أَخِيكَ وَجْهٌ فِي تَبَسُّمِكَ

"Senyummu kepada saudaramu adalah shadaqah"

Menampakkan wajah manis ataupun senyum dihadapan sesama umat muslim akan membuat orang lain merasa bahagia dan senang. Melakukan perbuatan yang membuat umat muslim bahagia atau senang merupakan suatu kebaikan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Pembahasan dan Analisis Konten Nilai-nilai Dakwah dalam Film Animasi Nussa dan Rara dilakukan dengan dua cara, yaitu metode dakwah bil lisan dan bil hal. Pertama, metode dakwah bil lisan dalam penyampaian menggunakan kata yang sopan dan lemah lembut sehingga dapat diterima dengan baik oleh penonton. Kedua, metode dakwah bil hal dalam penyampaiannya dilakukan dengan tindakan yang mencerminkan seorang muslim dan dapat menjadi contoh baik bagi penonton untuk diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan content analysis Krippendorff untuk menganalisis nilai-nilai dakwah yang terdapat dalam film animasi "Nussa dan Rara" di Youtube. Setelah dianalisis dapat diambil kesimpulan bahwa nilai-nilai dakwah dalam film animasi "Nussa dan Rara" meliputi :

1. Akidah Nilai Dakwah berupa Akidah, yaitu keyakinan kepada Allah SWT yang terdiri dari enam Rukun Iman. Adapun episode yang mengandung nilai akidah "Rara Sakit", "Nussa Bisa", "Siapa Kita", dan "Menenal Ka'bah".
2. Akhlak Nilai Akhlak yaitu yang tertanam dalam setiap insan manusia berupa perilaku baik atau buruk. Adapun episode yang mengandung nilai

akhlak “Jangan Kalah Sama Setan”, “Belajar Ikhlas”, dan “Kak Nussa!!”.

3. Syari’ah Nilai Syari’ah berupa ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, sebagai pedoman umat Islam dalam beragama seperti, shalat, zakat, puasa, ibadah haji, dan lain-lain yang diajarkan dalam Islam. Adapun episode yang mengandung nilai Syariah “Viral!! Bersih Kota Kita Bersih Indonesia”, “Sudah Azan Jangan Berisik”.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Rani Usman, —Metode Dakwah Kontemporer Jurnal, dalam Jurnal AlBayan, Vol. 19, No. 28 Juli-Desember 2013, (Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2013).
- [2] Sokhi Huda, —Menggagas Sketsa Dakwah Kontemporer (Perspektif HistorisParadigmatik), dalam Jurnal Al-’Adalah, Vol. 11, No. 2, (Agustus 2008), STAIN Jember.
- [3] Imam Gunawan, Metode Penelitian Kualitatif; Teori dan Praktik (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).
- [4] Bogdan, Robert C., dan Biklen, Sari Knopp. 1992. “Qualitative Research For Education, Terjemah Munandir,” Jakarta: UNJ.
- [5] Didi Admadilaga, Azas Teknik Penyusunan Karya Ilmiah, FIKOM UNISBA, Bandung, 1989.
- [6] Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah Cetakan I (Jakarta:Kencana, 2006).
- [7] Rachmat Kriyantono, “Teknik Praktis Riset Komunikasi”. (Jakarta: Kencana 2006), hlm 216.
- [8] Erman Gani, “Hukum IslamSyekh Mahmūd Syaltūt Dalam Kitab Al -Fatâwa”, Vol. Xiii No. 1 2013.
- [9] Sutarjo Adisusilo, J.R, Pembelajaran Nilai-Karakter Konstruktivisme dan VCT sebagai Inovasi Pendekatan Pembelajaran Afektif (Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2013).
- [10] Yunahar Iyas, Kuliah Aqidah Islam (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam, 1998).
- [11] Nasirudin, Pendidikan Tasawuf, (Semarang: Rasail Media Group, 2009), hlm. 32-33.
- [12] Wage, Aqidah dan Budaya: Upaya Melihat Korelasi Agama atau Budaya dalam Masyarakat, Jurnal Fikri, Vol. 1, No. 2, Desember, (Lampung, Institut Agama Islam IAIMNU, 2017).
- [13] Malik, adam dan Dadan Nurul. Penciptaan Alam Semesta Menurut Al-Quran dan Teori Bitbang. Bandung : Uin Sunan Gunung Djati. 2016.
- [14] Nasirudin. Akhlak Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual dan Sosial. Semarang 2015
- [15] Karimah Syifa Fauzi, Muhammad Yahya, Parihat Kamil. (2021). *Peranan Dakwah Kismis Purwakarta secara Online dalam Menyiarkan Islam. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1, 26-28.

Komunikasi Interpersonal Santri-Mahasiswa di Lingkungan Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimaniyah Bandung: Studi Deskriptif Tentang Penerapan Nilai-Nilai Islam

Agus Mulyana

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
mulyanaagus388@gmail.com

Abstract— Abstract. This research is about interpersonal communication that has been done by the previous researcher. However, no one has studied the interpersonal communication of Santri at an Islamic boarding school with the object of applying Islamic values. On that basis, the research focuses on “Interpersonal Communication of Santri Students in Implementing Islamic Values in Around the Sulaimaniyah Student Islamic Boarding School of Bandung.” The objective of this study was to find out about interpersonal communication carried out by the santri students of the Sulaimaniyah Islamic Boarding School of Bandung, to find out the application of Islamic values, and to know the supporting and inhibiting factors in interpersonal communication in applying Islamic values around the Sulaimaniyah Islamic Boarding School of Bandung. The type of research was field research with descriptive analysis in a qualitative approach. Data collection is done using observation methods, in-depth interviews, and documentation. As for the informant there are 10 people including 2 ustadz and 8 students. The results of the research showed that the interpersonal communication process carried out by the santri in applying Islamic values at the Sulaimaniyah Islamic boarding school of Bandung was carried out every day through communication using the Indonesian language. In interpersonal communication activities that were carried out effectively include: openness, empathy, support, positive attitude, and equality. Subsequently, in the application of Islamic values, the santri directly applied it in daily activities by participating in various programs in the pesantren. The obstacles in communicating be faced by santri are the personalities and cultural backgrounds of them who are different. As the education of the santri, some have received pesantren education and some have never received pesantren education, the way that they adapt to the new environment. However, each santri will be built to support each other in instilling Islamic values.

Keywords: *Interpersonal communication of Santri, Communication of Santri, Islamic values of Santri*

Abstrak— Penelitian ini tentang komunikasi interpersonal santri pada sebuah pondok pesantren dengan objek penerapan nilai-nilai Islam. Penelitian berfokus pada, “Komunikasi interpersonal santri mahasiswa dalam menerapkan nilai-nilai Islam di lingkungan pondok pesantren mahasiswa Sulaimaniyah Bandung.” Adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui tentang komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh santri mahasiswa Pesantren Mahasiswa Sulaimaniyah Bandung, ingin mengetahui penerapan nilai-nilai Islam yang dilakukan santri mahasiswa Pesantren Mahasiswa Sulaimaniyah Bandung, dan ingin mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada komunikasi interpersonal

dalam menerapkan nilai-nilai Islam di pesantren Sulaimaniyah Bandung. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif melalui penelitian lapangan yang bersifat deskriptif analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Adapun informan nya ada 10 orang diantaranya 2 ustadz dan 8 santri. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa proses komunikasi interpersonal yang dilakukan para santri mahasiswa dalam menerapkan nilai-nilai Islam di pondok pesantren mahasiswa Sulaimaniyah Bandung dilakukan setiap hari dengan mengikuti program-program yang dilakukan di pesantren. Dalam kegiatan komunikasi interpersonal yang dilakukan secara efektif meliputi: keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Kemudian, dalam penerapan nilai-nilai Islam para santri langsung mengaplikasikannya dalam kegiatan sehari-hari dengan cara mengikuti berbagai macam program yang ada di pesantren. Adapun yang menjadi kendala dalam berkomunikasi antara sesama santri adalah kepribadian dan latar belakang budaya para santri yang berbeda-beda. Pendidikan para santri ada yang pernah mengenyam pendidikan pesantren dan ada yang tidak pernah mengenyam pendidikan pesantren, dan cara mereka beradaptasi dengan lingkungan yang baru. Namun demikian masing-masing santri menjadi terbangun saling mendukung dalam menanamkan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: *Komunikasi Interpersonal santri, Komunikasi santri, Nilai-nilai Santri*

I. PENDAHULUAN

Pesantren merupakan salah satu tempat untuk mempelajari ilmu agama. Pesantren seperti lembaga lainnya tidak luput dari adanya fenomena yang sering menjadi kendala. Salah satu kendala dan menjadi permasalahan adalah dalam bidang pendidikan dan pembinaan para santri.

Peristiwa-peristiwa serupa diharapkan tidak terjadi di seluruh lembaga manapun termasuk lembaga pendidikan UICCI (*United Islamic Culture Center of Indonesia*) atau Lembaga Tahfidz Sulaimaniyah. Lembaga Pondok Pesantren Sulaimaniyah Bandung memiliki berbeda latar belakang etnis, budaya, bahasa, pendidikan. Hal ini memberikan dampak yang signifikan ketika berkomunikasi, berperilaku, dan dalam memahami sesuatu.

Salah satu kasus pada santri mahasiswa ini adalah ketergantungan terhadap smartphone akibat faktor *deliberalisasi* seperti, shalatnya sering terlambat dan tidak ikut berjama'ah, jarang berkomunikasi dengan sesama temannya karena terlalu asik bermain game, terlalu aktif di media sosialnya dibandingkan dengan dunia nyatanya.

Demikian juga salah satu kasus pada faktor *detransendensi* di latarbelakangi oleh diskusi kecil para santri mahasiswa yang berdampak pada pemahaman liberal akibat dari pemikiran liar yang tidak mengembalikan masalah terhadap aspek Al-Qur'an dan Hadits.

Berdasarkan kasus-kasus di atas, peneliti memfokuskan masalah pada proses komunikasi interpersonal antara santri dengan santri lainnya dalam menerapkan nilai-nilai Islam terutama yang berkaitan dengan akhlak dilingkungan Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimanijah Bandung. Pada proses komunikasi antar santri dalam *encoding* dan *decoding* menjadi titik fokus pembahasan dalam memahami proses komunikasi interpersonal dalam penerapan nilai-nilai Islam di dalam lingkungan Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimanijah Bandung. Oleh sebab itu dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

II. METODOLOGI

Panjang maksimum pembahasan 15% dari total kata artikel, menjelaskan tentang bahan atau data yang digunakan serta penjelasan metode yang dipilih, teknik dan cakupan metode penelitian jelas dan lengkap.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Komunikasi Interpersonal santri di Lingkungan Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimanijah Bandung

Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh para santri dengan menggunakan pola kegiatan yang dilakukan pada setiap harinya melalui program pesantren dengan efektif sebab mereka memperhatikan aspek-aspek penting yang ada dalam proses komunikasi interpersonal. Keterbukaan (*Openness*) santri pun juga bersikap saling percaya antara satu sama lain, Empati (*empathy*) para santri dapat memahami apa yang dirasakan orang lain, Sikap mendukung (*supportiveness*) para santri sudah melakukan sikap saling membantu ketika ada temanya kesusahan mereka langsung dengan sigap nya menolong temanya yang sedang kesusahan tersebut., Sikap positif (*positiveness*) para santri untuk berprasangka baik terhadap orang lain sikap tersebut komunikasi yang dilakukan sudah menunjukkan sikap saling menghargai, dan Kesetaraan (*equity*) para santri dalam hal kesetaraan ini para santri memiliki sikap dapat menerima laki-laki dan perempuan yang berbuat baik dan mendapatkan pahala.

B. Penerapan nilai-nilai Islam pada santri pondok pesantren mahasiswa Sulaimanijah Bandung

Nilai akidah, para santri sudah mulai memahami bahwa iman bukanlah sesuatu yang pasif, akan tetapi sesuatu yang aktif. Nilai ibadah, dalam praktiknya ibadah merupakan bagian dari suatu proses pembiasaan dimana agar nilai-nilai Islam dalam diri para santri bisa berkembang dengan baik.

Nilai akhlak, melalui pengembangan nilai akhlak para santri telah berhasil mengubah akhlak mereka dari yang tadinya kurang baik menjadi akhlak yang baik, sehingga para santri dapat menjadi contoh bagi orang lain.

C. Faktor pendukung dan penghambat pada komunikasi interpersonal dalam menerapkan nilai-nilai Islam di pondok pesantren mahasiswa Sulaimanijah Bandung

1. Faktor pendukung, Diantaranya yaitu sarana yang memadai sehingga para santri pun senang tinggal di pondok pesantren tersebut karena semua fasilitas tersedia dengan sarana tersebut para santri dapat ibadah dengan khusyuk dan aktivitas dengan baik, dan lingkungannya sangat mendukung dengan pengajaran para ustadz nya yang memiliki metode tersendiri sehingga para santri pun bisa memahami dengan baik dan mengaplikasikannya.
2. Faktor Penghambat, disebabkan oleh faktor lingkungan yang kurang baik, latar belakang keluarga mereka yang kurang akan pendidikan agama, dan semangat santri yang tidak konsisten karena mereka dalam mencari ilmu pasti mengalami yang namanya kejenuhan dan rasa malas dalam belajar

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal santri mahasiswa di lingkungan Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimanijah Bandung, berlangsung dengan efektif sebab mereka memperhatikan aspek-aspek penting yang ada dalam proses komunikasi interpersonal. Aspek-aspek penting tersebut meliputi keterbukaan (*openness*), para santri memiliki sikap jujur dalam menyampaikan permasalahan kepada temannya sesama santri. Empati (*empathy*), para santri bisa saling memahami apa yang dialami oleh orang lain. Sikap mendukung (*supportiveness*), para santri menggunakan pesan ini dalam sikap yang menunjukkan perasaan mendukung terhadap temannya. Sikap positif (*positiveness*), para santri menggunakan pesan ini dengan tujuan agar memiliki sikap positif. Kesetaraan (*equity*), menunjukkan bahwa para santri memandang adanya kesetaraan dan tidak ada yang dibeda-bedakan.
2. Penerapan nilai-nilai Islam pada santri mahasiswa di lingkungan Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimanijah Bandung, para santri sudah menanamkan nilai-nilai Islam dengan baik dan bisa kita lihat melalui berbagai macam program kegiatan yang dilakukan di pesantren ini. seperti halnya para santri melakukan kegiatan ibadah sholat secara berjama'ah, tidak terlewatkan juga mereka melakukan sholat sunnah, mendengarkan kegiatan ceramah, mengikuti pembelajaran agama

setiap hari, dan melakukan kegiatan-kegiatan lainnya terutama dalam menerapkan nilai-nilai Islam di setiap kesehariannya.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat pada komunikasi interpersonal dalam penerapan nilai-nilai Islam santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Sulaimaniyah Bandung. Faktor penghambatnya sendiri bisa terjadi dari internal dan eksternal atau dari dalam lingkungan maupun dari luar. Adapun dari faktor internal bisa terjadi karena kurang adanya motivasi para santri dalam menjalankan nilai-nilai Islam tersebut, dan dari eksternal bisa terjadi karena lingkungan luar yang bebas dapat mempengaruhi pergaulan para santri sehingga mereka terbawa perilaku yang buruk. Faktor pendukung, dalam hal ini para santri telah diberikan fasilitas yang baik sehingga bisa menunjang mereka dalam berbuat kebaikan, kemudian dari para pengajarnya juga atau ustadznya mengajarkan mereka dengan metode yang baik dan mudah dipahami sehingga mereka senang apa yang telah disampaikan oleh para ustadznya.

ACKNOWLEDGE

Berisi ucapan terima kasih telah terlaksananya penelitian Anda

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad Arif dan Widiyanto. 2011, *Perilaku Gasab di Lingkungan Pesantren*, Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, hlm. 2.
- [2] Roiqoh dan Surur. 2009, *Sanksi Tindak Pidana Pencurian di Pondok Pesantren Al-Kahfi Kebumen Perspektif Hukum Pidana Islam*, Yogyakarta: Skripsi Fakultas Syari'ah, hlm. 50.
- [3] <https://www.liputan6.com/health/read/2357486/kasus-hubungan-sesama-jenis-banyak-terjadi-di-pesantren>, admin, di unduh 15/03/21, pukul 09.00 Wib.
- [4] Rohim dan Syaiful. 2009, *Teori Komunikasi; Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, Yogyakarta: Rineka Cipta, hlm. 6.
- [5] Lihat QS. An-Nur (24): 30.
- [6] Onong Uchjana Effendy. 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 59-60.
- [7] Yasir. 2020, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, Yogyakarta: Deepublish, hlm. 41.
- [8] Silfia Hanani. 2017, *Komunikasi Antarpribadi*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, hlm. 14.
- [9] Ibid, hlm. 14-15.
- [10] Dedi Mulyana. 2009, *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm. 81.
- [11] A. De Vito Joseph. 2006, *The Interpersonal Communication*, New York: Harper Business, hlm. 4.
- [12] Said Agil Husin Al-Munawar. 2005, *Aktualisasi Nilai-Nilai Qur'ani dalam Sistem Pendidikan Islam*, Ciputat: Ciputat Press, hlm. 122.
- [13] Tim Dosen IAIN Sunan Ampel. 1996, *Dasar-Dasar Kependidikan Islam, Suatu Pengantar Ilmu Pendidikan Islam*, Surabaya: Karya Abditama, hlm. 128.
- [14] Ibid. hlm. 152.
- [15] Murtadha Muthahhari. 2005, *Konsep Pendidikan Islam*, penerjemah: M. Baharuddin, Jakarta: Iqra Kurnia GEMILANG, hlm. 304.
- [16] Muhammad Quthb. 1993, *Sistem Pendidikan Islam*, penerjemah: Salma Harun, Bandung: Al-Ma'arif, hlm. 48-49.
- [17] Omar Mohammad Al-Toumy Al-Syaibani. 1979, *Falsafah Pendidikan Islam*, penerjemah: Hasan Langgulung, Jakarta: Bulan Bintang, hlm. 312.
- [18] Jalaluddin Rakhmat. 2007, *Dahulukan Akhlak di Atas Fiqh*, Bandung: Mizan, hlm. 144.
- [19] Omar Mohammad Al-Toumy Al-Syaibany, *Op.cit.* hlm. 317.
- [20] Onong Uchjana Effendi. 1986, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: CV. Remaja Karya, hlm. 11-12.
- [21] Sakinah Qolbiya, Nia Kurniati Syam, Chairiawaty Chairiawaty. (2021). *Komunikasi Verbal yang Dilakukan oleh Jubir Covid 19 di Indonesia (Analisis Wacana Komunikasi Verbal dalam Perspektif Islam secara Online)*. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1, 22-25.